

MODULHANDBUCH

Bachelor of Arts

Bachelor Food Management (DS-BAFM)

180 CP

Duales Studium

Stand: 27.März 2024

Klassifizierung: Grundständig

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DSBBWLGB: Betriebswirtschaftslehre

Modulbeschreibung	11
Kurs DSBBWLGB01: Betriebswirtschaftslehre	13

Modul DSBBWLEDA-H: Einführung in das digitale Arbeiten

Modulbeschreibung	17
Kurs DSBBWLEDA-H01: Einführung in das digitale Arbeiten	19

Modul DSBBWLWMK-H: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation

Modulbeschreibung	23
Kurs DSBBWLWMK-H01: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation	25

Modul DSEGK0124: Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik

Modulbeschreibung	30
Kurs DSEGK012401: Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik	32

Modul DSPRAXP11022: Praxisprojekt 1

Modulbeschreibung	35
Kurs DSPRAXP1102201: Praxisprojekt 1	37

2. Semester

Modul DSBBWLR-H: Recht

Modulbeschreibung	40
Kurs DSBBWLR-H01: Recht	42

Modul DSW0424: Warenkunde

Modulbeschreibung	47
Kurs DSW042401: Warenkunde	49

Modul DSBBWLBB-H: Buchführung und Bilanzierung

Modulbeschreibung	53
Kurs DSBBWLBB-H01: Buchführung und Bilanzierung	55

Modul DSE0724: Ernährungslehre

Modulbeschreibung	59
Kurs DSE072401: Ernährungslehre	61

Modul DSPRAXP20423: Praxisprojekt 2

Modulbeschreibung	65
Kurs DSPRAXP2042301: Praxisprojekt 2	67

3. Semester

Modul DSG1024: Getränkekunde

Modulbeschreibung	71
Kurs DSG102401: Getränkekunde	73

Modul DSPM1-H-01: Projektmanagement

Modulbeschreibung	77
Kurs DSPM1-H01-01: Projektmanagement	79

Modul DSKOVE1023: Konsumentenverhalten

Modulbeschreibung	83
Kurs DSKOVE102301: Konsumentenverhalten	85

Modul DSKLR1023: Kosten- und Leistungsrechnung

Modulbeschreibung	89
Kurs DSKLR102301: Kosten- und Leistungsrechnung	91

Modul DSPRAXP31023: Praxisprojekt 3

Modulbeschreibung	95
Kurs DSPRAXP3102301: Praxisprojekt 3	97

4. Semester

Modul DSMARK0423: Marketing

Modulbeschreibung	101
Kurs DSMARK042301: Marketing	103

Modul DSEE0425: Ernährungsverhalten und Ernährungsformen

Modulbeschreibung	106
Kurs DSEE042501: Ernährungsverhalten und Ernährungsformen	108

Modul DSHA1-H: Hygiene- und Allergenmanagement

Modulbeschreibung	111
Kurs DSHA1-H01: Hygiene- und Allergenmanagement	113

Modul DSNG0726: Nachhaltigkeit in der Gastronomie

Modulbeschreibung	117
Kurs DSNG072601: Nachhaltigkeit in der Gastronomie	119

Modul DSPRAXP40424: Praxisprojekt 4

Modulbeschreibung	122
Kurs DSPRAXP4042401: Praxisprojekt 4	124

5. Semester**Modul DSMF1024: Marktforschung**

Modulbeschreibung	128
Kurs DSMF102401: Marktforschung	130

Modul DSDELP-H: Deutsches und europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht

Modulbeschreibung	134
Kurs DSDELP-H01: Deutsches und europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht	136

Modul DSPRAXP51024: Praxisprojekt 5

Modulbeschreibung	142
Kurs DSPRAXP5102401: Praxisprojekt 5	144

Modul DSGS1025: Grundlagen der Systemgastronomie

Modulbeschreibung	147
Kurs DSGS102501: Grundlagen der Systemgastronomie	149

Modul DSEFK1026: Von der Idee zur Marke – Entwicklung eines Franchisekonzeptes

Modulbeschreibung	153
Kurs DSEFK102601: Von der Idee zur Marke – Entwicklung eines Franchisekonzeptes	155

Modul DSMB0125: Menüplanung und Budgetierung

Modulbeschreibung	160
Kurs DSMB012501: Menüplanung und Budgetierung	162

Modul DSIG0125: Internationale Gastronomiekonzepte

Modulbeschreibung	166
Kurs DSIG012501: Internationale Gastronomiekonzepte	168

6. Semester**Modul DSV0725: Verpflegungskonzepte**

Modulbeschreibung	172
Kurs DSV072501: Verpflegungskonzepte	174

Modul DSINFI0425: Investition und Finanzierung

Modulbeschreibung	178
Kurs DSINFI042501: Investition und Finanzierung	180

Modul DSPRAXP60425: Praxisprojekt 6

Modulbeschreibung	183
Kurs DSPRAXP6042501: Praxisprojekt 6	185

Modul DSV1025: Vermarktungsstrategien in der Systemgastronomie

Modulbeschreibung	188
Kurs DSV102501: Vermarktungsstrategien in der Systemgastronomie	190

Modul DSGBP0425: Gastronomie Business Projekt

Modulbeschreibung	194
Kurs DSGBP042501: Gastronomie Business Projekt	196

Modul DSAEGK1025: Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik

Modulbeschreibung	199
Kurs DSAEGK102501: Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik	201

7. Semester**Modul DSPGEB1023: Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung**

Modulbeschreibung	205
Kurs DSPGEB102301: Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung	207

Modul DSQD1027: Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement

Modulbeschreibung	213
Kurs DSQD102701: Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement	215

Modul DSBA1025: Bachelorarbeit

Modulbeschreibung	218
Kurs DSBA102501: Bachelorarbeit	220

Modul DLBLODB-01: Digitale Business-Modelle

Modulbeschreibung	223
Kurs DLBLODB01-01: Digitale Business-Modelle	225

Modul BWMI1-01: Internationales Marketing

Modulbeschreibung	233
Kurs BWMI01-01: Internationales Marketing	235

Modul DLBDBOM-01: Onlinemarketing

Modulbeschreibung	242
-------------------------	-----

Kurs DLBMSM01-01: Onlinemarketing	244
Modul DLBDBCM: Change Management	
Modulbeschreibung	253
Kurs DLBWPOCM02: Change Management	255
Modul DLBKA: Kollaboratives Arbeiten	
Modulbeschreibung	262
Kurs DLBKA01: Kollaboratives Arbeiten	264
Modul DLBMIUEX1-01: User Experience	
Modulbeschreibung	271
Kurs DLBMIUEX01-01: User Experience	273
Modul DLBCRM: Customer Relationship Management	
Modulbeschreibung	280
Kurs DLBCRM01: Customer Relationship Management	282
Modul BWMI2: Internationales Brand Management	
Modulbeschreibung	290
Kurs BWMI02: Internationales Brand Management	292
Modul BWEM1: Eventmanagement I	
Modulbeschreibung	298
Kurs BWEM01: Eventmanagement I	300
Modul BWEM2: Eventmanagement II	
Modulbeschreibung	307
Kurs BWEM02: Eventmanagement II	309
Modul DLBECMM-01: Social-Media-Marketing	
Modulbeschreibung	314
Kurs DLBMSM02-01: Social-Media-Marketing	316
Modul DLBEPWIP1: Innovationsmanagement	
Modulbeschreibung	325
Kurs DLBEPWIP01: Innovationsmanagement	327
Modul DLBEMPEE: Planung und Entwicklung von Events	
Modulbeschreibung	332
Kurs DLBEMPEE01: Planung und Entwicklung von Events	334
Modul DLBMAMP: Marktpsychologie	
Modulbeschreibung	339
Kurs DLBWPMUW01: Marktpsychologie	341

Modul DLBMAWEPS: Werbepsychologie

Modulbeschreibung	348
Kurs DLBWPMUW02: Werbepsychologie	350

Modul DLBTODM: Destinationsmanagement

Modulbeschreibung	357
Kurs DLBTODM01: Destinationsmanagement	359

Modul DLBHOPEH: Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben

Modulbeschreibung	365
Kurs DLBHOPEH01: Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben	367

Modul DLBDBCMS: Content Management Systeme

Modulbeschreibung	372
Kurs DLBDBCMS01: Content Management Systeme	374

Modul DLBPRPT: Professionelles Texten

Modulbeschreibung	381
Kurs DLBPRPT01: Professionelles Texten	383

Modul DLBPRWPAPR1: Public Affairs and Lobbying

Modulbeschreibung	388
Kurs DLBPRWPAPR01: Public Affairs and Lobbying	390

Modul DLBMDKPR1: Kommunikation und Public Relations

Modulbeschreibung	395
Kurs DLBMDKPR01: Kommunikation und Public Relations	397

Modul DLBLOGLP-01: Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements

Modulbeschreibung	403
Kurs DLBLOGLP01-01: Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements	405

Modul DLBMASD: Sales und Distribution

Modulbeschreibung	413
Kurs DLBMASD01: Sales und Distribution	415

Modul DLBPRST: Storytelling

Modulbeschreibung	422
Kurs DLBPRST01: Storytelling	424

Modul DLBNWENW: Einführung in New Work

Modulbeschreibung	430
Kurs DLBNWENW01: Einführung in New Work	432

Modul DLBPGELL-01: Einführung in das lebenslange Lernen

Modulbeschreibung	437
Kurs DLBPGELL01-01: Einführung in das lebenslange Lernen	439
Modul DLBIHK: Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen	
Modulbeschreibung	445
Kurs DLBIHK01: Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen	447
Modul DLBNWSWM: Seminar: Wissensmanagement	
Modulbeschreibung	453
Kurs DLBNWSWM01: Seminar: Wissensmanagement	455
Modul DLBPGWPE1: Angewandte Personalentwicklung	
Modulbeschreibung	459
Kurs DLBPGWPE01: Angewandte Personalentwicklung	461
Modul DLBWPO: Organisationsentwicklung	
Modulbeschreibung	468
Kurs DLBWPOCM01: Organisationsentwicklung	470
Modul DLBPGWBUC1: Systemische Beratung und Coaching	
Modulbeschreibung	476
Kurs DLBPGWBUC01: Systemische Beratung und Coaching	478
Modul DLBPKIEKPT1: Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken	
Modulbeschreibung	483
Kurs DLBPKIEKPT01: Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken	485
Modul DLBDSEAIS1_D: Artificial Intelligence	
Modulbeschreibung	491
Kurs DLBDSEAIS01_D: Artificial Intelligence	493

1. Semester

Betriebswirtschaftslehre

Modulcode: DSBBWLGB

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Schubert (Betriebswirtschaftslehre)

Kurse im Modul

- Betriebswirtschaftslehre (DSBBWLGB01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Alternative Prüfungsleistung

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Geschichte der Betriebswirtschaftslehre
- Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
- Unternehmensführung
- Überblick über die Funktionsbereiche im Unternehmen
- Aktuelle Entwicklungen und Megatrends der Betriebswirtschaftslehre

Qualifikationsziele des Moduls

Betriebswirtschaftslehre

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- die betriebswirtschaftlichen Grundzusammenhänge zu verstehen.
- Kernelemente der Unternehmensführung zu kennen, zu verstehen und anzuwenden.
- die wesentlichen Entscheidungskriterien und Ausgestaltungsmöglichkeiten struktureller Entscheidungen von Unternehmen (Rechtsform, Standort, Unternehmensverbindungen) zur kennen.
- die wichtigsten primären und sekundären Funktionsbereiche eines Unternehmens (Beschaffung, Produktion, Absatz Rechnungswesen, Finanzierung, Personal und deren grundlegende Inhalte, Ziele und Instrumente zu kennen.
- aktuelle Entwicklungen und Megatrends in der Betriebswirtschaftslehre zu kennen und zu analysieren.
- die nötigen Grundlagen zur weiteren Spezialisierung innerhalb der Betriebswirtschaftslehre zu kennen und zu beherrschen.
- grundlegende methodischen Kenntnisse zur Lösung von Fallstudien zu kennen und zu beherrschen und Fallstudien im Team zu erarbeiten und zu präsentieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Betriebswirtschaftslehre

Kurscode: DSBBWLGB01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS 3	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	-----------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre setzt sich mit den Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auseinander. Er vermittelt den Studierenden einen Überblick über die unterschiedlichen Funktionsbereiche eines Betriebs und schafft damit ein Grundverständnis zu den grundsätzlichen Fragen des Wirtschaftens in Unternehmen. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Basiswissen, um darauf aufbauend das betriebswirtschaftliche Spezialwissen im weiteren Verlauf des Studiums zu erwerben.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- die betriebswirtschaftlichen Grundzusammenhänge zu verstehen.
- Kernelemente der Unternehmensführung zu kennen, zu verstehen und anzuwenden.
- die wesentlichen Entscheidungskriterien und Ausgestaltungsmöglichkeiten struktureller Entscheidungen von Unternehmen (Rechtsform, Standort, Unternehmensverbindungen) zur kennen.
- die wichtigsten primären und sekundären Funktionsbereiche eines Unternehmens (Beschaffung, Produktion, Absatz Rechnungswesen, Finanzierung, Personal und deren grundlegende Inhalte, Ziele und Instrumente zu kennen.
- aktuelle Entwicklungen und Megatrends in der Betriebswirtschaftslehre zu kennen und zu analysieren.
- die nötigen Grundlagen zur weiteren Spezialisierung innerhalb der Betriebswirtschaftslehre zu kennen und zu beherrschen.
- grundlegende methodischen Kenntnisse zur Lösung von Fallstudien zu kennen und zu beherrschen und Fallstudien im Team zu erarbeiten und zu präsentieren.

Kursinhalt

1. Geschichte der Betriebswirtschaftslehre
2. Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
 - 2.1 Elemente der Wirtschaft
 - 2.2 Typologie von Unternehmen

- 2.3 Wirtschaften im Unternehmen
- 2.4 Umwelt des Unternehmens
- 3. Unternehmensführung
 - 3.1 Grundlagen und Theorien der Unternehmensführung
 - 3.2 Unternehmensziele, -grundsätze, -leitbilder und -kultur
 - 3.3 Unternehmensethik und gesellschaftliche Verantwortung
 - 3.4 Strategisches Management
 - 3.5 Strukturelle Entscheidungen (Rechtsform, Standort, Unternehmensverbindungen)
 - 3.6 Planung, Entscheidung, Ausführung und Kontrolle
- 4. Überblick über die Funktionsbereiche im Unternehmen
 - 4.1 Das Modell der Wertkette von Porter
 - 4.2 Primärfunktionen im Unternehmen
 - 4.2.1 Beschaffung
 - 4.2.2 Produktion
 - 4.2.3 Absatz
 - 4.3 Sekundärfunktionen im Unternehmen
 - 4.3.1 Rechnungswesen
 - 4.3.2 Finanzierung
 - 4.3.3 Personal
- 5. Aktuelle Entwicklungen und Megatrends in der Betriebswirtschaftslehre

Literatur**Pflichtliteratur**

- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 7. Aufl., 2017. <https://link-springer-com.pxz.iubh.de:8443/book/10.1007/978-3-658-16897-1>
- Hutzschenreuter, T.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen, 6. Aufl., Wiesbaden 2015.
- Köhler, R./Küpper, H.-U./Pfungsten, A. (Hrsg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft (HWB), Reihe: Enzyklopädie der Betriebswirtschaftslehre, Band 1, 6. Aufl., Stuttgart 2007.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. B.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Aufl., München 2016. <https://www-dawsonera-com.pxz.iubh.de:8443/abstract/9783110480450>
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 8. Aufl., Wiesbaden 2017. <https://link-springer-com.pxz.iubh.de:8443/book/10.1007/978-3-658-07768-6>
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Aufl., Stuttgart 2015. <https://ebookcentral.proquest.com.pxz.iubh.de:8080/lib/badhonnef/detail.action?docID=2125930>
- Weber, W./Kabst, R./Baum, M.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10. Aufl., 2018. <https://link-springer-com.pxz.iubh.de:8443/book/10.1007/978-3-658-18252-6>
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Aufl., München 2016.
- Ellet, W.: Das Fallstudien – Handbuch der Harvard Business School Press: Business Cases Entwickeln und Erfolgreich Auswerten, Bern 2008.
- Mauffete-Leenders, L.A./Erskine, J.A.: Learning with Cases, 2007.
- Zaugg, Robert J./Wenger, Andreas P.: Anleitung zur Bearbeitung von Case Studies, in: WiSt, Heft 3, März 2003, S. 178-182.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Alternative Prüfungsleistung

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 114 h	Präsenzstudium 36 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Einführung in das digitale Arbeiten

Modulcode: DSBBWLEDA-H

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr.-Ing. Philipp Diebold (Einführung in das digitale Arbeiten)

Kurse im Modul

- Einführung in das digitale Arbeiten (DSBBWLEDA-H01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Workbook

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Digitale Transformation und Kommunikation
- Digitales, Agiles und Kollaboratives Arbeiten
- Textverarbeitung am Beispiel von Word
- Präsentieren und Präsentationsprogramme am Beispiel von PowerPoint
- Tabellenverarbeitung am Beispiel von Excel
- Social Media speziell im Arbeitsleben
- Vor- & Nachteile der Digitalisierung: von Aktuellem Web bis zur IT-Sicherheit

Qualifikationsziele des Moduls

Einführung in das digitale Arbeiten

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Kenntnisse in Standard-Software eines modernen Office-Arbeitsplatzes im Unternehmensumfeld zu verstehen.
- die erworbenen Grundlagen zur Digitalen Transformation und Kommunikation ganzheitlich zu verstehen und anzuwenden.
- methodisches Wissen zur Steuerung und Begleitung von digitalen Prozessen anzuwenden.
- berufs- und studienbezogene Texte, Tabellen und Präsentationen eigenständig und in Teams in geeigneten Programmen zu konzipieren, zu erstellen und zu überarbeiten.
- die erlernten digitalen Skills und Technologien auf ihr Arbeits- und Karriereumfeld anzuwenden und zielorientiert einzusetzen.
- eine Vision zu entwickeln, wie die Entwicklung von Digital Skills zukünftig aussehen wird und für sich zu entscheiden, wie sie sich in diesem Bereich weiterbilden wollen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Grundlage für weitere Module im Bereich Methoden

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

alle Studiengänge aus dem Gebiet Betriebswirtschaftslehre und Management

Einführung in das digitale Arbeiten

Kurscode: DSBBWLEDA-H01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS 2,16	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	--------------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Ob Soziale Arbeit, Marketing, Management oder Pflegeberufe - der digitale Wandel als Megatrend bestimmt einen tiefgreifenden Wandel, der jeden Einzelnen und alle Ebenen der Gesellschaft betrifft. In diesem Kurs geht es darum, die Ursachen des Wandels und den Wandel als solches mit seinen Auswirkungen zu verstehen. Aus diesem Verständnis heraus werden Fähigkeiten entwickelt, mit der Digitalisierung in verschiedenen (beruflichen) Kontexten umgehen zu können. Grundlegend werden Aspekte der digitalen Transformation und digitalen Kommunikation erörtert und dargestellt. Das betrifft unter anderem die Arbeit und Zusammenarbeit. (Agile) Methoden wie Design Thinking und andere sind aus heutigem Arbeiten nicht mehr wegzudenken. Dabei hat auch Standard-Software an modernen Arbeitsplätzen einen festen Bestandteil. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Umgang mit Text-, Tabellen-, und Präsentationsprogrammen. Auch Social Media und (IT-)Sicherheit sind fester Bestandteil des Alltags, prägen die (Medien-)Sozialisation und das digitale Umfeld.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Kenntnisse in Standard-Software eines modernen Office-Arbeitsplatzes im Unternehmensumfeld zu verstehen.
- die erworbenen Grundlagen zur Digitalen Transformation und Kommunikation ganzheitlich zu verstehen und anzuwenden.
- methodisches Wissen zur Steuerung und Begleitung von digitalen Prozessen anzuwenden.
- berufs- und studienbezogene Texte, Tabellen und Präsentationen eigenständig und in Teams in geeigneten Programmen zu konzipieren, zu erstellen und zu überarbeiten.
- die erlernten digitalen Skills und Technologien auf ihr Arbeits- und Karriereumfeld anzuwenden und zielorientiert einzusetzen.
- eine Vision zu entwickeln, wie die Entwicklung von Digital Skills zukünftig aussehen wird und für sich zu entscheiden, wie sie sich in diesem Bereich weiterbilden wollen.

Kursinhalt

1. Digitale Transformation und Kommunikation
 - 1.1 Grundlagen, Ursachen und Folgen
 - 1.2 Infrastruktur und Technologie
 - 1.3 Auswirkungen für Wirtschaft und Gesellschaft

- 1.4 Konzepte
2. Digitale Kommunikation
 - 2.1 Grundlagen
 - 2.2 (Online-) Kommunikation und Kommunikationstools
 - 2.3 Interaktions-Tools
3. Digitales, Agiles und kollaboratives Arbeiten
 - 3.1 Grundlagen
 - 3.2 Agile Methoden
 - 3.3 Design Thinking
 - 3.4 Lean StartUp und Lean Management
4. Präsentieren
 - 4.1 Grundlagen
 - 4.2 Planung von Präsentationen
 - 4.3 Erstellung von Präsentationen
 - 4.4 Präsentationen ansprechend gestalten
 - 4.5 Interaktion in/mit Präsentationen
5. Textverarbeitung am Beispiel von Word
 - 5.1 Allgemeine Aufgaben in Word
 - 5.2 Formatierung von Texten in Word
 - 5.3 Erstellen und Formatieren von Tabellen, Grafiken, etc. in Word
 - 5.4 Kollaboration in Word
6. Tabellenverarbeitung am Beispiel von Excel
 - 6.1 Erstellen, Bearbeiten und Speichern von Tabellen
 - 6.2 Formen und Funktionen
 - 6.3 Formatierung und Darstellung von Daten
 - 6.4 Arbeiten mit Zeichenketten
7. Vor- & Nachteile der Digitalisierung

Literatur**Pflichtliteratur**

- Studienskript aus dem Fernstudium
- Fahnenstich, K./Haselier, R. (2016): Microsoft Office 2016. Das Handbuch. O'Reilly/dpunkt.verlag, Heidelberg. ISBN-13: 978-3960090106.
- Hauenherm, E. (2017): Effiziente Kommunikation im Unternehmen. Konzepte & Lösungen mit Microsoft-Plattformen. Hanser, München. ISBN-13: 978-3446446816.
- Hölscher, L. (2016): Microsoft Access 2016. Das Handbuch. O'Reilly/dpunkt.verlag, Heidelberg. ISBN-13: 978-3960090113.
- McConnell, S./Munzel, M. (2017): Schnelleinstieg in SAP. 2. Auflage, Espresso Tutorials,Gleichen. ISBN-13: 978-3960121305.
- Langer, W. (2016): Access 2016. Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing, Bonn. ISBN-13: 978-3836219419.
- Philipp, G. (2016): Office 2016. Das Praxishandbuch. Markt + Technik Verlag, Burgthann.ISBN-13: 978-3959820134.
- Rosenstock, J. (2016) Microsoft Project 2016: Das umfassende Handbuch. 3. Auflage, Rheinwerk Computing, Bonn. ISBN-13: 978-3836241113.
- Saumweber, W. (2015): Windows 10: Das große Handbuch. Vierfarben Verlag/ Rheinwerk, Bonn. ISBN-13: 978-3842101623.
- Vossen, G./Haselmann, T./Hoeren T. (2012): Cloud-Computing für Unternehmen: Technische, wirtschaftliche, rechtliche und organisatorische Aspekte. dpunkt.verlag, Heidelberg. ISBN-13: 978-3898648

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Kombiveranstaltung
--------------------------------------	--------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Online-Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der virtuellen Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation

Modulcode: DSBBWLWMK-H

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Silko Pfeil (Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation)

Kurse im Modul

- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation (DSBBWLWMK-H01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Workbook

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Forschungsparadigmen
- Anwendung guter wissenschaftlicher Praxis
- Methodenlehre
- Literaturverwaltung
- Empirie
- Formen wissenschaftlichen Arbeitens an der IU

Qualifikationsziele des Moduls**Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- formale Qualitätskriterien einer wissenschaftlichen Arbeit zu verstehen.
- formale Qualitätskriterien einer wissenschaftlichen Arbeit anzuwenden.
- grundlegende Forschungsmethoden zu unterscheiden und Kriterien guter wissenschaftlicher Praxis zu benennen.
- zentrale wissenschaftstheoretische Grundlagen und Forschungsparadigmen sowie deren Auswirkungen auf wissenschaftliche Forschungsergebnisse zu beschreiben.
- Literaturdatenbanken, Literaturverwaltungsprogramme sowie weitere Bibliotheksstrukturen sachgerecht zu nutzen, Plagiate zu vermeiden und Zitationsstile korrekt anzuwenden.
- die Evidenzkriterien auf wissenschaftliche Texte anzuwenden.
- ein Forschungsthema einzugrenzen und daraus eine Gliederung für wissenschaftliche Texte abzuleiten.
- ein Literatur-, Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnis für wissenschaftliche Texte zu erstellen.
- die unterschiedlichen Formen des wissenschaftlichen Arbeitens an der IU zu verstehen und voneinander zu unterscheiden.
- nach wissenschaftlichen Kriterien eigenständig Studien zu verfassen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation

Kurscode: DSBBWLWMK-H01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Anwendung guter wissenschaftlicher Praxis gehört zu den akademischen Basisqualifikationen, die im Verlaufe eines Studiums erworben werden sollten. In diesem Kurs geht es um die Unterscheidung zwischen Alltagswissen und Wissenschaft. Dafür ist ein tieferes wissenschaftstheoretisches Verständnis ebenso notwendig, wie das Kennenlernen grundlegender Forschungsmethoden und Instrumente zum Verfassen wissenschaftlicher Texte. Die Studierenden erhalten daher erste Einblicke in die Thematik und werden an Grundlagenwissen herangeführt, die ihnen zukünftig beim Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten dienen. Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen Überblick über die unterschiedlichen IU Prüfungsformen und einen Einblick in deren Anforderungen und Umsetzung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- formale Qualitätskriterien einer wissenschaftlichen Arbeit zu verstehen.
- formale Qualitätskriterien einer wissenschaftlichen Arbeit anzuwenden.
- grundlegende Forschungsmethoden zu unterscheiden und Kriterien guter wissenschaftlicher Praxis zu benennen.
- zentrale wissenschaftstheoretische Grundlagen und Forschungsparadigmen sowie deren Auswirkungen auf wissenschaftliche Forschungsergebnisse zu beschreiben.
- Literaturdatenbanken, Literaturverwaltungsprogramme sowie weitere Bibliotheksstrukturen sachgerecht zu nutzen, Plagiate zu vermeiden und Zitationsstile korrekt anzuwenden.
- die Evidenzkriterien auf wissenschaftliche Texte anzuwenden.
- ein Forschungsthema einzugrenzen und daraus eine Gliederung für wissenschaftliche Texte abzuleiten.
- ein Literatur-, Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnis für wissenschaftliche Texte zu erstellen.
- die unterschiedlichen Formen des wissenschaftlichen Arbeitens an der IU zu verstehen und voneinander zu unterscheiden.
- nach wissenschaftlichen Kriterien eigenständig Studien zu verfassen.

Kursinhalt

1. Wissenschaftstheorie

- 1.1 Einführung in Wissenschaft und Forschung
- 1.2 Vorbereitung der wissenschaftlichen Arbeit
- 1.3 Themenwahl
 - 1.3.1 Themenvorschlag formulieren
 - 1.3.2 Zielsetzung, Forschungsfragestellung und Gliederung
- 1.4 Quellen und Literatur
 - 1.4.1 Grundsätzliches
 - 1.4.2 Recherche vorbereiten
 - 1.4.2.1 Kataloge
 - 1.4.2.2 Zeitschriftendatenbanken
 - 1.4.2.3 Fachdatenbanken
 - 1.4.2.4 Suchmaschinen im Internet
 - 1.4.3 Recherche durchführen
2. Anwendung guter wissenschaftlicher Praxis
 - 2.1 Forschungsethik
 - 2.2 Evidenzlehre
 - 2.3 Datenschutz und eidesstattliche Erklärung
 - 2.4 Orthografie und Form
 - 2.5 Plagiatsprävention
3. Forschungsmethoden
 - 3.1 Empirische Forschung
 - 3.1.1 Forschungsparadigmen
 - 3.1.2 Auswirkungen wissenschaftlicher Paradigmen auf das Forschungsdesign
 - 3.2 Literatur- und Übersichtsarbeiten
 - 3.3 Erkenntnislogik
 - 3.3.1 Induktion
 - 3.3.2 Deduktion
 - 3.4 Daten erheben
 - 3.5 Datenarten
 - 3.5.1 Sekundärdaten
 - 3.5.2 Primärdaten
 - 3.6 Primäre Datenerhebung
 - 3.6.1 Quantitative Datenerhebung
 - 3.6.2 Qualitative Datenerhebung
 - 3.6.3 Methodenmix

3.7 Methodenkritik und Selbstreflexion

4. Daten darstellen und auswerten

4.1 Skalentypen

4.2 Erhebungsverfahren

4.3 Befragungen

4.4 Inhaltsanalyse

4.5 Fallstudien

4.6 Daten auswerten

4.7 Daten darstellen

4.8 Daten analysieren und interpretieren

5. Wissenschaftliches Arbeiten an der IU

5.1 Exposés und Projektarbeiten

5.2 Seminararbeit

5.3 Projektbericht

5.4 Fallstudie

5.5 Bachelorarbeit

5.6 Fachpräsentation/Referat

Literatur**Pflichtliteratur**

- Studienskript aus dem Fernstudium
- Flick, U. et al. (2012). Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 3. Auflage. Weinheim: Beltz Verlag.
- Hug, T. & Poscheschnik, G. (2015). Empirisch Forschen. 2. Auflage. Wien: Verlag Huter & Roth KG.
- Kipman, U., Leopold-Wildburger, U., & Reiter, T. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten 4.0: Vortragen und Verfassen leicht gemacht. Wiesbaden: Springer-Verlag.
- Klapper, D., Konradt, U., Walter, A., & Wolf, J. (2009). Methodik der empirischen Forschung (Vol. 3). S. Albers (Ed.). Wiesbaden: Gabler.
- Mason, P., & McBride, P. K. (2014). Researching tourism, leisure and hospitality for your dissertation. Goodfellow Publishers.
- Schwaiger, M., & Meyer, A. (Eds.). (2011). Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft: Handbuch für Wissenschaftler und Studierende. München: Vahlen.
- Stock, S., Schneider, P., Peper, E., & Molitor, E. (Eds.). (2018). Erfolgreich wissenschaftlich arbeiten: Alles, was Studierende wissen sollten. Berlin: Springer-Verlag.
- Theisen, M. R. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor-und Masterarbeit. München: Vahlen.
- Werner, M., Vogt, S., & Scheithauer, L. (2016). Wissenschaftliches Arbeiten in der Sozialen Arbeit. Wochenschau Verlag.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Kombiveranstaltung
--------------------------------------	--------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Online-Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der virtuellen Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik

Modulcode: DSE GK0124

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gabriel Laeis (Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik)

Kurse im Modul

- Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik (DSE GK012401)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Funktionsweise des Geschmackssinns und Implikationen für den Gastronomen
- Kulinaristik: Von der Natur zur Kultur
- Struktur und Charakteristika der Gastronomie
- Typische Geschäftsmodelle in der Gastronomie
- Betriebswirtschaftliche Grundlagen für die Gastronomie

Qualifikationsziele des Moduls

Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Funktionsweise des menschlichen Geschmacks- und Geruchssinns zu benennen sowie die jeweiligen Implikationen für das Management einer kulinarischen Erfahrung zu analysieren.
- Kulinaristik als Themenspektrum zwischen Natur und Kultur zu definieren.
- die Gastronomie-Branche und ihre Dienstleistungsmerkmale zu analysieren.
- die Charakteristika verschiedener Geschäftsmodelle in der Gastronomie zu benennen.
- eine Personalkalkulation für einen einfachen gastronomischen Betrieb durchzuführen.
- den Break-Even Point einer Gastronomie zu berechnen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Warenkunde
- Getränkekunde
- Konsumentenverhalten
- Esskultur, Ernährungsformen und Foodtrends
- Verpflegungskonzepte
- Grundlagen der Systemgastronomie
- Menüplanung und -budgetierung
- Internationale Gastronomiekonzepte
- Gastronomie Business Projekt

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik

Kurscode: DSE GK012401

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Einführung in die Gastronomie und Kulinaristik versteht sich als Vorbereitung für Student:innen des BA-Programms Food Management in ein transdisziplinäres Themenspektrum. Im Fokus stehen die Wirkweisen des menschlichen Geschmackssinns als Ausgangspunkt jeglicher kulinarischer Erfahrungen, die Faktoren in der Formierung einer Esskultur, die aktuellen wirtschaftlichen Strukturen der Gastronomie sowie Grundzüge der gastronomischen Betriebswirtschaftslehre. Der Kurs soll insbesondere vermitteln, dass sich Gastronomie-Management an den Schnittstellen zwischen der Deckung menschlicher Grundbedürfnisse sowie der Produktion von Kultur, individuellen Erlebniswelten und wirtschaftlichem Mehrwert befindet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Funktionsweise des menschlichen Geschmacks- und Geruchssinns zu benennen sowie die jeweiligen Implikationen für das Management einer kulinarischen Erfahrung zu analysieren.
- Kulinaristik als Themenspektrum zwischen Natur und Kultur zu definieren.
- die Gastronomie-Branche und ihre Dienstleistungsmerkmale zu analysieren.
- die Charakteristika verschiedener Geschäftsmodelle in der Gastronomie zu benennen.
- eine Personalkalkulation für einen einfachen gastronomischen Betrieb durchzuführen.
- den Break-Even Point einer Gastronomie zu berechnen.

Kursinhalt

1. Die wichtigsten Erkenntnisse über einen vernachlässigten Sinn: Geschmack
 - 1.1 Gustatorisches Erleben: Die Zunge
 - 1.2 Olfaktorisches Erleben: Die Nase
 - 1.3 Sinnliches Gesamterlebnis: Auge, Gehör und Mundgefühl
 - 1.4 Die wichtigsten Erkenntnisse für den aufgeklärten Gastronomen
2. Kulinaristik
 - 2.1 Kochen und Natur
 - 2.2 Kochen = Kultur?
 - 2.3 Das Model der „Cuisine“

3. Struktur und Charakteristika der Gastronomie: Dienstleistung Plus
 - 3.1 Die Gastronomie-Branche in Deutschland
 - 3.2 Betriebstypen & -konzeptionen: Sterne-Lokal bis Ghostkitchen
 - 3.3 Geschäftsmodelle: Owner, Operator und Dritte
 - 3.4 Aufbauorganisation von gastronomischen Betrieben
4. Das kleine Gastro-BWL-1x1
 - 4.1 Umsätze, Kosten, Deckungsbeiträge und Profite
 - 4.2 Kennzahlen: Nur wer misst kann auch managen!
 - 4.3 Personalkalkulation
 - 4.4 Breakeven im Restaurant – wie viele Gäste, wie viel Umsatz?

Literatur

Pflichtliteratur

- Gruner, A., Freyberg, B. von & Euchner, M. (2016). Gastronomie managen: Umsatzchancen nutzen, Kostenfallen meiden . Matthaes Verlag, Stuttgart .
- Hänssler, K. H. (2021): Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen (10. Auflage). Walter de Gruyter GmbH & Co KG, Berlin.
- Holmes, B. (2016). Geschmack: Gebrauchsanleitung für einen vernachlässigten Sinn . Riemann
- Montanari, M. (2006). Food is culture . Columbia University Press.
- Wierlacher, A. & Bendix (Hg.) (2008). Kulinaristik: Forschung, Lehre, Praxis . Lit Verlag.

Weiterführende Literatur

- Page, K. & Dornenburg, A. (2012). *Das Lexikon der Aromen- und Geschmackskombinationen*. At Verlag.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Praxisprojekt 1

Modulcode: DSPRAXP11022

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anna Klein (Praxisprojekt 1)

Kurse im Modul

- Praxisprojekt 1 (DSPRAXP1102201)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Projektarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Planung des Praxisprojektes
- Reflexion des beruflichen Handelns
- Dokumentation und Auswertung des Projektes

Qualifikationsziele des Moduls**Praxisprojekt 1**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme mit einfachem Schwierigkeitsgrad anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- erste kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module des Semesters

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle dualen Bachelor-Programme

Praxisprojekt 1

Kurscode: DSPRAXP1102201

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Praxisprojektes I bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung mit Unternehmensbezug unter Einleitung einer/s Lehrenden. Die Themenstellung weist einen einfachen Schwierigkeitsgrad auf. Die Studierenden recherchieren eigenständig die Unternehmensstruktur, die Wettbewerbssituation und Kennzahlen des Praxisunternehmens und erstellen einen Unternehmenssteckbrief. Die Studierenden erfassen ihre Recherche in einer schriftlichen Projektarbeit.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme mit einfachem Schwierigkeitsgrad anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- erste kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen.

Kursinhalt

- Die Projektarbeit im Praxisprojekt I dient primär dem Erlernen und dem Training der Recherche. Es wird durch die Hochschule das Thema vorgegeben. Dieses wird von den Studierenden mit Blick auf ihren Praxisbetrieb bearbeitet. Die Erstellung der Projektarbeit wird durch Lehrende der Hochschule intensiv betreut. Sie recherchieren eigenständig, arbeiten einen Unternehmenssteckbrief aus und leisten einen Beitrag zur Anwendung des Themas.

Literatur

Pflichtliteratur

- Kohlert, H. (2015). Unternehmensanalyse und strategische Planung. Verlag W. Kohlhammer.
- Teichert, T. (2017). Unternehmensanalyse und strategische Marktpositionierung, AV-Akademikerverlag.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Praxisprojekt
--------------------------------------	---------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 150 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Die Studierenden bearbeiten selbstständig eine praxisrelevante, wissenschaftliche Fragestellung mit Unternehmensbezug unter akademischer Anleitung.

2. Semester

Recht

Modulcode: DSBBWLR-H

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen Keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

N.N. (Recht)

Kurse im Modul

- Recht (DSBBWLR-H01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Rechts
- Einführung in das Bürgerliche Recht
- Vertragsschluss
- Vertragliche Schuldverhältnisse
- Gesetzliche Schuldverhältnisse

Qualifikationsziele des Moduls

Recht

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rechtsgebiete zu differenzieren.
- die Rechtsquellen und die rechtsstaatlichen Grundsätze zu erläutern.
- Überblick über die Methodik der Rechtsanwendung zu haben.
- den groben Aufbau des BGB und die Bedeutung des Rechtsgeschäfts zu verstehen.
- das Zustandekommen eines Vertrages und die Wirksamkeit zu prüfen.
- das Leistungsstörungenrecht im Rahmen eines vertraglichen Schuldverhältnisses zu verstehen und zu analysieren.
- die Regelungen hinsichtlich der Fristen und Verjährung im BGB zu erklären.
- die gesetzlichen Schuldverhältnisse erläutern und anwenden zu können.
- die verschiedenen Vertragsarten des BGB zu unterscheiden.
- im Vertragsrecht die Regelungen des BGB anzuwenden.
- die Rechte und Pflichten im Rahmen eines Onlinekaufs verstehen und anwenden zu können.
- sich mit den Personal- und Realsicherheiten auseinander setzen zu können.
- die Grundlagen des Sachenrechts zu verstehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Recht

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Recht

Kurscode: DSBBWLR-H01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	Keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden zunächst die Grundlagen des Rechts und Kenntnisse im Bürgerlichen Recht vermittelt. Im Vordergrund stehen die unterschiedlichen Rechtsgebiete und Rechtsquellen. Die Differenzierung, ob eine Rechtsstreitigkeit im Bereich des Zivilrechts eingegliedert oder dem öffentlichen Rechts zugeordnet wird, spielt dabei eine Rolle. In diesem Zusammenhang wird auch das Gerichtssystem behandelt, um die Unterschiede zu verdeutlichen. Auch die rechtsstaatlichen Prinzipien und die Kenntnisse der Methodik der Rechtsanwendung bilden die Grundlage des Rechts. Zudem steht auch der Aufbau und Inhalt des BGB im Vordergrund. Der Grundsatz der Privatautonomie und die Bedeutung der Rechtsgeschäfte sind hierbei wichtig. Ferner bildet der Vertragsschluss einen Schwerpunkt in diesem Kurs. Begriff und Arten der Willenserklärung sowie Kenntnisse im Bereich der Geschäftsfähigkeit und Stellvertretung werden in diesem Zusammenhang vermittelt. Auch die Regelungen im Bereich der AGB spielen eine besondere Rolle. Sowohl vertragliche, als auch die gesetzlichen Schuldverhältnisse bilden weitere Themen, die in diesem Kurs behandelt werden. Im Rahmen der vertraglichen Schuldverhältnisse werden nicht nur der Inhalt der Schuldverhältnisse, sondern auch das Leistungsstörungenrecht behandelt. Des Weiteren werden hier Kenntnisse zu den Fristen und Verjährungen im BGB vermittelt. Die Geschäftsführung ohne Auftrag, das Bereicherungsrecht sowie die unerlaubte Handlung sind ferner die grundlegenden Themen im Bereich der gesetzlichen Schuldverhältnisse. Aufbauend auf den bekannten Grundprinzipien werden die verschiedenen Vertragstypen des BGB behandelt und die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien besprochen. In diesem Zusammenhang wird das Mängelgewährleistungsrecht nunmehr auch vertieft dargestellt. Im Vertragsrecht steht auch der Handel im elektronischen Geschäftsverkehr im Vordergrund; insbesondere das Verbraucherschutzrecht bildet dabei einen Schwerpunkt. Zudem werden die Sicherungsrechte in Gestalt der praxisrelevanten Personal- und Realsicherheiten besprochen. Hier werden vor allem unterschiedliche Kreditsicherheiten dargestellt und erläutert. Auch das Sachenrecht ist ein Teil dieses Kurses. Neben der Darstellung der Grundprinzipien des Sachenrechts erfolgt die nähere Erläuterung der Begriffe Besitz und Eigentum im rechtlichen Sinne.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rechtsgebiete zu differenzieren.
- die Rechtsquellen und die rechtsstaatlichen Grundsätze zu erläutern.
- Überblick über die Methodik der Rechtsanwendung zu haben.
- den groben Aufbau des BGB und die Bedeutung des Rechtsgeschäfts zu verstehen.
- das Zustandekommen eines Vertrages und die Wirksamkeit zu prüfen.
- das Leistungsstörungsrecht im Rahmen eines vertraglichen Schuldverhältnisses zu verstehen und zu analysieren.
- die Regelungen hinsichtlich der Fristen und Verjährung im BGB zu erklären.
- die gesetzlichen Schuldverhältnisse erläutern und anwenden zu können.
- die verschiedenen Vertragsarten des BGB zu unterscheiden.
- im Vertragsrecht die Regelungen des BGB anzuwenden.
- die Rechte und Pflichten im Rahmen eines Onlinekaufs verstehen und anwenden zu können.
- sich mit den Personal- und Realsicherheiten auseinander setzen zu können.
- die Grundlagen des Sachenrechts zu verstehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Rechts
 - 1.1 Rechtsgebiete & Rechtsquellen
 - 1.2 Rechtsstaatliche Grundsätze
 - 1.3 Methodik der Rechtsanwendung
2. Einführung in das Bürgerliche Recht
 - 2.1 Rechtssubjekte & Rechtsobjekte
 - 2.2 Rechtsgeschäfte & Willenserklärung
 - 2.3 Willensmängel
 - 2.4 Form & Inhalt des Rechtsgeschäfts
3. Vertragsschluss
 - 3.1 Zustandekommen des Vertrages
 - 3.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen
 - 3.3 Geschäftsfähigkeit
 - 3.4 Stellvertretung
 - 3.5 Fristen und Verjährung
4. Vertragliche Schuldverhältnisse
 - 4.1 Entstehung & Inhalt von Schuldverhältnissen
 - 4.2 Störung von Schuldverhältnissen
 - 4.3 Schadensersatz

- 4.4 Beendigung von Schuldverhältnissen
- 5. Gesetzliche Schuldverhältnisse
 - 5.1 Geschäftsführung ohne Auftrag
 - 5.2 Ungerechtfertigte Bereicherung
 - 5.3 Unerlaubte Handlung
- 6. Die wichtigsten Vertragstypen des BGB
 - 6.1 Kaufvertrag
 - 6.2 Mietvertrag
 - 6.3 Darlehensvertrag
 - 6.4 Werkvertrag
 - 6.5 Dienstvertrag
- 7. Weitere Vertragstypen und Besonderheiten
 - 7.1 Schenkungsvertrag
 - 7.2 Leihe
 - 7.3 Tausch
 - 7.4 Verträge mit besonderen Vertriebsformen
 - 7.5 Typengemischte Verträge
- 8. Sachenrecht
 - 8.1 Grundprinzipien
 - 8.2 Besitz
 - 8.3 Eigentum
 - 8.4 Inhaberschaft an Rechten und Forderungen (insbesondere Aktien und Wertpapiere)
- 9. Sicherungsrechte
 - 9.1 Grundlagen
 - 9.2 Personalsicherheiten
 - 9.3 Realsicherheiten
- 10. Verwertung von Sicherheiten
 - 10.1 Verfahrensrechtliche Grundlagen
 - 10.2 Besonderheiten bei Personalsicherheiten
 - 10.3 Besonderheiten bei Realsicherheiten

Literatur**Pflichtliteratur**

- Gesetzbücher: Bürgerliches Gesetzbuch (z. B. Beck-Texte im dtv) oder Wichtige Wirtschaftsgesetze für Bachelor/Master Band 1 und 2 oder Nomos Gesetze Zivilrecht oder Schönfelder (Gesetzessammlung).
- Emmerich, V. (2018): BGB – Schuldrecht Besonderer Teil. 15. Auflage, C. F. Müller, Heidelberg.
- Götting, H. (2020): Gewerblicher Rechtsschutz. 11. Auflage, C. H. Beck, München.
- Hirsch, C. (2020): Schuldrecht Besonderer Teil. 6. Auflage, Nomos Verlag.
- Köhler, H. (2015): BGB Allgemeiner Teil, 27. Auflage, Verlag C.H. Beck München.
- Medicus, D./Lorenz, S. (2015): Schuldrecht I, Allgemeiner Teil, 21., Verlag C. H. Beck München.
- Prütting, H. (2020): Sachenrecht. 37. Auflage, C. H. Beck, München.
- Wandt, M. (2017): Gesetzliche Schuldverhältnisse, 8. neu bearbeitete Auflage, Verlag Franz Vahlen München.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Kombiveranstaltung
--------------------------------------	--------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Online-Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der virtuellen Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Warenkunde

Modulcode: DSW0424

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Warenkunde)

Kurse im Modul

- Warenkunde (DSW042401)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Kriterien der Lebensmittelqualität
- Tierische Lebensmittel: Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie
- Pflanzliche Lebensmittel: Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie
- Regionalität
- Bio-Lebensmittel
- Convenienceprodukte
- Funktional Food
- Garverfahren
- Konservierungsverfahren

Qualifikationsziele des Moduls

Warenkunde

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Kriterien für "Lebensmittelqualität" zu benennen, zu beschreiben und zu kategorisieren.
- Einteilungen und Arten von tierische Lebensmittel (Fleisch, Fisch, Milch/ -erzeugnisse), die in der Gastronomie verwendet werden, zu beschreiben und bzgl. ihrer praktischen Bedeutung für die Gastronomie zu beurteilen.
- aktuelle Entwicklungen und Aspekte des Fleisch- und Fischkonsums zu beschreiben, kritisch zu analysieren und gegebenenfalls Alternativen für die Gastronomie zu entwickeln.
- Einteilungen und Arten von pflanzlichen Lebensmitteln (Gemüse, Obst, Getreide), die in der Gastronomie verwendet werden, zu beschreiben und bzgl. ihrer praktischen Bedeutung für die Gastronomie zu beurteilen.
- Kriterien für den Begriff Regionalität abzuleiten und zu beurteilen.
- die Bedeutung und Verwendung von Bio-Lebensmitteln in der Gastronomie zu beschreiben und aufzuzeigen.
- anwendungsbezogene und ökonomische Kriterien für Convenienceprodukte in der Gastronomie zu entwickeln, anzuwenden und zu bewerten.
- die Bedeutung und Einsatzfähigkeit von Functional Food in der Gastronomie zu erklären und kritisch zu analysieren.
- verschiedene Garverfahren und Konservierungsverfahren zu beschreiben und ihre jeweilige Anwendung zu begründen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Verpflegungssysteme
- Ernährungslehre
- Menüplanung und Budgetierung
- Küchentechnologie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Warenkunde

Kurscode: DSW042401

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Warenkunde soll den Studierenden einleitend ein Verständnis für den Begriff „Lebensmittelqualität“ mit seinen zahlreichen Facetten und Perspektiven geben. Es schließt sich die Vermittlung der Grundlagen für tierische und pflanzliche Lebensmittel an, wie z.B. Einteilung, Spezifika der verschiedenen Arten, Inhaltsstoffe. Darüber hinaus werden bei den einzelnen Lebensmittelgruppen auf aktuelle Entwicklungen, wie z.B. der jährlich erscheinende Fleischatlas, und spezielle Themen, wie z.B. Bio-Lebensmittel, eingegangen. an Es folgt die Darstellung der Convenienceprodukte mit den verschiedenen Möglichkeiten der Klassifizierung und einer umfänglichen inhaltlichen und ökonomischen Bewertung. Die Studierenden erhalten zudem einen Überblick über die rechtliche Grundlagen, die verschiedenen Arten sowie die aktuelle Situation bei den sogenannten Functional Foods. Den Abschluss des Kurses bildet die Behandlung der verschiedenen Gar- und Konservierungstechniken mit dem Fokus auf ihre Anwendbarkeit in der Gastronomie.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Kriterien für „Lebensmittelqualität“ zu benennen, zu beschreiben und zu kategorisieren.
- Einteilungen und Arten von tierische Lebensmittel (Fleisch, Fisch, Milch/ -erzeugnisse), die in der Gastronomie verwendet werden, zu beschreiben und bzgl. ihrer praktischen Bedeutung für die Gastronomie zu beurteilen.
- aktuelle Entwicklungen und Aspekte des Fleisch- und Fischkonsums zu beschreiben, kritisch zu analysieren und gegebenenfalls Alternativen für die Gastronomie zu entwickeln.
- Einteilungen und Arten von pflanzlichen Lebensmitteln (Gemüse, Obst, Getreide), die in der Gastronomie verwendet werden, zu beschreiben und bzgl. ihrer praktischen Bedeutung für die Gastronomie zu beurteilen.
- Kriterien für den Begriff Regionalität abzuleiten und zu beurteilen.
- die Bedeutung und Verwendung von Bio-Lebensmitteln in der Gastronomie zu beschreiben und aufzuzeigen.
- anwendungsbezogene und ökonomische Kriterien für Convenienceprodukte in der Gastronomie zu entwickeln, anzuwenden und zu bewerten.
- die Bedeutung und Einsatzfähigkeit von Functional Food in der Gastronomie zu erklären und kritisch zu analysieren.
- verschiedene Garverfahren und Konservierungsverfahren zu beschreiben und ihre jeweilige Anwendung zu begründen.

Kursinhalt

1. Einführung
 - 1.1 Definition "Qualität"
 - 1.2 Kriterien der Lebensmittelqualität
2. Tierische Lebensmittel
 - 2.1 Fleisch und Fleischerzeugnisse
 - 2.1.1 Rechtliche Grundlagen
 - 2.1.2 Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie
 - 2.1.3 Ernährungsphysiologische Aspekte
 - 2.1.4 Fleischetikettierung
 - 2.1.5 Aktuelle Entwicklung beim Fleischkonsum
 - 2.2 Fisch und Fischerzeugnisse
 - 2.2.1 Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie
 - 2.2.2 Ernährungsphysiologische Aspekte
 - 2.2.3 Schadstoffe im Fisch
 - 2.2.4 Aktuelle Aspekte des Fischkonsum und der nachhaltigen Fischerei
 - 2.3 Milch und Milcherzeugnisse
 - 2.3.1 Rechtliche Grundlagen
 - 2.3.2 Milch: Behandlungen, Arten, Verwendung in der Gastronomie
 - 2.3.3 Milcherzeugnisse: Arten, Herstellungsverfahren, Verwendung in der Gastronomie
 - 2.3.4 Käse: Rechtliche Grundlagen, Einteilung und Arten, Herstellungsverfahren, Verwendung in der Gastronomie
 - 2.3.5 Milchalternativen und ihre Verwendung in der Gastronomie
3. Pflanzliche Lebensmittel
 - 3.1 Gemüse (inklusive Kartoffeln)
 - 3.1.1 Rechtliche Grundlagen
 - 3.1.2 Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie
 - 3.1.3 Ernährungsphysiologische Aspekte
 - 3.1.4 Regionalität: Möglichkeiten der Definition?
 - 3.2 Obst
 - 3.2.1 Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie
 - 3.2.2 Ernährungsphysiologische Aspekte
 - 3.2.3 Bio: Immer die bessere Alternative?
 - 3.3 Getreide
 - 3.3.1 Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie

3.3.2 Pseudogetreide: Einteilung, Arten, Verwendung in der Gastronomie

4. Convenienceprodukte (CP)
 - 4.1 Klassifizierungen
 - 4.2 Bewertung: Inhaltstoffe, Nährstoffe, Verwendungsmöglichkeiten
 - 4.3 CP oder Selbstproduktion: Betriebswirtschaftliche Betrachtung
5. Funktional Food
 - 5.1 Rechtliche Grundlagen
 - 5.2 Einteilung, Arten, Bewertung
 - 5.3 Bedeutung in der Gastronomie
6. Garverfahren
 - 6.1 Feuchte Garverfahren und ihre Anwendung in der Gastronomie
 - 6.2 Trockene Garverfahren und ihre Anwendung in der Gastronomie
7. Konservierungsverfahren
 - 7.1 Chemische Verfahren und ihre Bedeutung in der Gastronomie
 - 7.2 Physikalische Verfahren und ihre Bedeutung in der Gastronomie

Literatur

Pflichtliteratur

- BMEL (2020). Leitsätze für Fleisch und Fleischerzeugnisse; Fisch und Fischerzeugnisse.
- BonnBrandes, F., Harten, H., Voll, M. & Wolfgang, T. (2018). Der junge Koch/Die junge Köchin. 37. Auflage. Pfanneberg Fachbuchverlag, Haan Gruiten
- Heinrich Böll Stiftung, BUND, Le Mond diplomatique (2021). Fleischatlas 2021: Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel. 1. Auflage. Berlin
- Pauli, P. (2016). Lehrbuch der Küche: Für Theorie und Praxis der modernen Koch- und Küchentechnik. 14. Auflage. Pauli Fachverlag. Bern
- Peinelt, V. & Wetterau, J. (Hrsg.) (2016). Handbuch der Gemeinschaftsgastronomie, Band 1 + 2, 2. Auflage. RHOMBUS Verlag, Berlin
- Rückert-John, J. & Kröger, M. (Hrsg.) (2019), Fleisch. Vom Wohlstandssymbol zur Gefahr für die Zukunft. Nomos, Baden-Baden

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Buchführung und Bilanzierung

Modulcode: DSBBWLBB-H

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Frank Wernitz (Buchführung und Bilanzierung)

Kurse im Modul

- Buchführung und Bilanzierung (DSBBWLBB-H01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Zwecke, Rechtsgrundlagen und Buchführungspflichten
- Inventur, Inventar und Bilanz
- Grundlagen der Buchungstechnik
- Buchungen mit Umsatzsteuer
- Handels- und Industriebuchführung
- Anschaffungs- und Herstellungskosten
- Planmäßige Abschreibungen von abnutzbaren Wirtschaftsgütern
- Zeitliche Abgrenzungen von Aufwendungen und Erträgen
- Bewertung von Anlage- und Umlaufvermögen
- Kapitalflussrechnung

Qualifikationsziele des Moduls**Buchführung und Bilanzierung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Technik der doppelten Buchführung zu beherrschen.
- für wichtige Geschäftsvorfälle die Buchungssätze zu bilden und die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen auf den Gewinn und das Vermögen des Unternehmens zu beschreiben.
- eine Bilanz nach den Vorschriften des HGB aufzustellen, zu lesen und zu interpretieren.
- Ansatz- und Bewertungswahlrechten zu beherrschen und deren Auswirkungen auf den Gewinn und das Betriebsvermögen zu beschreiben und zu berechnen.
- eine Kapitalflussrechnung erstellen, interpretieren und mit einer GuV vergleichen.
- durch die Schulung des analytischen Denkens die betrieblichen Abläufe als Güter- und Geldströme betriebswirtschaftlich zu verstehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Buchführung und Bilanzierung

Kurscode: DSBBWLBB-H01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS 2,16	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	--------------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Buchführung und Abschluss sind für die Betriebswirtschaft ein Grundlagenfach und stellen das Handwerkszeug für Teilgebiete des Studienganges dar. Im Teil Buchführung werden die Buchungstechniken für verschiedene Geschäftsvorfälle vermittelt. Der Teil Bewertung stellt die rechtlichen Ansatz- und Bewertungsvorschriften und deren Auswirkungen auf den Gewinn und das Vermögen des Unternehmens dar. Diese Grundlagen werden in verschiedenen Modulen benötigt, insbesondere für die Bilanzanalyse, Kosten- und Leistungsrechnung, Investitions- und Planungsrechnung. Buchführung und Abschluss sind für den Betriebs- und Volkswirte somit ein Werkzeug, das beherrscht werden sollte, um Zugang zu weiterführenden betriebswirtschaftlichen Inhalten zu bekommen. Die Studierenden können die ökonomischen Auswirkungen der Geschäftsfälle und der Bewertungen auf den Gewinn, den Cashflow und die Vermögensstruktur berechnen und beurteilen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Technik der doppelten Buchführung zu beherrschen.
- für wichtige Geschäftsvorfälle die Buchungssätze zu bilden und die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen auf den Gewinn und das Vermögen des Unternehmens zu beschreiben.
- eine Bilanz nach den Vorschriften des HGB aufzustellen, zu lesen und zu interpretieren.
- Ansatz- und Bewertungswahlrechten zu beherrschen und deren Auswirkungen auf den Gewinn und das Betriebsvermögen zu beschreiben und zu berechnen.
- eine Kapitalflussrechnung erstellen, interpretieren und mit einer GuV vergleichen.
- durch die Schulung des analytischen Denkens die betrieblichen Abläufe als Güter- und Geldströme betriebswirtschaftlich zu verstehen.

Kursinhalt

1. Zwecke, Rechtsgrundlagen und Buchführungspflichten
2. Inventur, Inventar und Bilanz
 - 2.1 Gesetzliche Vorschriften zur Aufstellung von Inventaren
 - 2.2 Gesetzliche Vorschriften zur Aufstellung von Bilanzen
3. Grundlagen der Buchungstechnik

- 3.1 Buchen mit Bestandskonten
- 3.2 Ermittlung des Gewinns und Gliederung der GuV
- 3.3 Buchen mit Erfolgskonten
- 3.4 Mehr- und Weniger- Rechnung zur Gewinnermittlung
4. Buchungen mit Umsatzsteuer
 - 4.1 Gesetzlichen Grundlagen der Umsatzsteuer
 - 4.2 Buchen der Umsatzsteuerkonten und Kontenabschluss
5. Handelsbuchführung
 - 5.1 Grundlagen der BWL und deren Umsetzung in die Buchführung
 - 5.2 Buchen der Warenkonten und Kontenabschluss
6. Industriebuchführung
 - 6.1 Grundlagen der BWL und deren Umsetzung in die Buchführung
 - 6.2 Buchen von Vorgängen des Industriebetriebes
7. Anschaffungs- und Herstellungskosten
 - 7.1 Anschaffungskosten
 - 7.2 Herstellungskosten
8. Planmäßige Abschreibungen von abnutzbaren Wirtschaftsgütern
 - 8.1 Allgemeine rechtliche Grundlagen und Buchungen der Abschreibungen
 - 8.2 Abschreibungen von beweglichen Vermögensgegenständen
 - 8.3 Abschreibungen von Gebäuden
9. Zeitliche Abgrenzungen von Aufwendungen und Erträgen
 - 9.1 Rechnungsabgrenzungen
 - 9.2 Antizipative Posten
 - 9.3 Rückstellungen
10. Bewertung
 - 10.1 Anlagevermögen
 - 10.2 Umlaufvermögen
11. Cashflow/Kapitalflussrechnung

Literatur**Pflichtliteratur**

- Burger, A./Burger-Stieber, S. (2018), Grundlagen der Buchführung, Springer Verlag, Wiesbaden. <https://link-springer-com.pxz.iubh.de:8443/book/10.1007%2F978-3-658-20890-5>
- Coenenberg, A. et al. (2018), Einführung in das Rechnungswesen, Schäffer-Pöschel Verlag, Stuttgart, 7. Auflage. <http://eds.a.ebscohost.com.pxz.iubh.de:8080/eds/detail/detail?vid=4&sid=99a5660b-e048-4200-ab6d-ddfbd07ad19c%40sdc-v-sessmgr01&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmUmc2NvcGU9c2l0ZQ%3d%3d#AN=1221476&db=nlebk>
- Coenenberg, A. (2018), Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, 25. Auflage. <https://ebookcentral-proquest-com.pxz.iubh.de:8443/lib/badhonnef/detail.action?docID=5534940>
- Deitermann, M./Flader, B./Rückwart, W.-D./Stobbe, S. (2018), Industrielles Rechnungswesen IKR, Winklers Westermann Verlag, Braunschweig, 48. Auflage
- Heno, R. (2018), Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards (IFRS), Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
- Wedell, H./Dilling, A. (2018), Grundlagen des Rechnungswesens, NWB Verlag, Herne, 16. überarbeitete Auflage

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Kombiveranstaltung
--------------------------------------	--------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Online-Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der virtuellen Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Ernährungslehre

Modulcode: DSE0724

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Ernährungslehre)

Kurse im Modul

- Ernährungslehre (DSE072401)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundbegriffe der Ernährungslehre
- Energieliefernde Nährstoffe: Bestandteile, Einteilung, Formen Funktionen
- Küchentechnologische Eigenschaften der energieliefernden Nährstoffe
- Nicht-energieliefernde Nährstoffe: Einteilung, Funktionen, Arten
- Erstellung von nährwertoptimierten Menüs
- Lebensmittelunverträglichkeit
- Planetary Health Diet
- Personalisierte Ernährung
- Ernährung im Sport
- Aktuelle Themen der „Ernährung“

Qualifikationsziele des Moduls**Ernährungslehre**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundbegriffe des Energie- und Nährstoffbedarfs zu erklären.
- die Einteilung, Bestandteile und Funktionen der energieliefernden Nährstoffe zu veranschaulichen.
- küchentechnologische Eigenschaften der energieliefernden Nährstoffe theoretisch zu erklären und auf Praxisbeispiele zu übertragen.
- die Einteilung, Bestandteile und Funktionen der nicht-energieliefernden Nährstoffe zu benennen und zu erklären.
- ein nährwertoptimiertes Menü für ein Fallbeispiel zu konzipieren.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Formen der Lebensmittelunverträglichkeit zu erklären und einzelnen Formen in ihrer Bedeutung für gastronomische Einrichtungen kritisch zu bewerten.
- ein nährwertoptimiertes Menü unter Berücksichtigung einer spezifischen Lebensmittelunverträglichkeit zusammen zu stellen.
- aktuelle Aspekte der Ernährung zu erklären und deren Bedeutung für gastronomische Einrichtungen kritisch zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Hygiene - und Allergenmanagement
- Warenkunde
- Getränkkunde
- Ernährungsverhalten und Ernährungsformen
- Verpflegungssysteme
- Aktuelle Entwicklung in der Gastronomie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Ernährungslehre

Kurscode: DSE072401

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs liefert den Studierenden einen Überblick über die Grundbegriffe der Ernährungslehre bzgl. Nährstoffe und dem Energiebedarf des Menschen. Es folgt eine genauere Auseinandersetzung mit den verschiedenen energie- und nicht-energieliefernden Nährstoffen sowohl bezogen auf die Ernährung des Menschen als auch in Bezug auf ihre küchentechnologischen Eigenschaften. Ziel ist, dass die Studierenden ein wissenschaftlich fundiertes und tieferes Verständnis der verschiedenen Nährstoffe erhalten und anhand eines konkreten Fallbeispiels ein nährwertoptimiertes Menü erstellen können. Des Weiteren beschäftigt sich der Kurs mit der Thematik der Lebensmittelunverträglichkeit, seiner Bedeutung und der konkreten Umsetzung für die Menüplanung in der Gastronomie. Ferner wird auf spezifische und aktuelle Aspekte der Ernährung eingegangen, die im gastronomischen Alltag von Bedeutung sind.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundbegriffe des Energie- und Nährstoffbedarfs zu erklären.
- die Einteilung, Bestandteile und Funktionen der energieliefernden Nährstoffe zu veranschaulichen.
- küchentechnologische Eigenschaften der energieliefernden Nährstoffe theoretisch zu erklären und auf Praxisbeispiele zu übertragen.
- die Einteilung, Bestandteile und Funktionen der nicht-energieliefernden Nährstoffe zu benennen und zu erklären.
- ein nährwertoptimiertes Menü für ein Fallbeispiel zu konzipieren.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Formen der Lebensmittelunverträglichkeit zu erklären und einzelnen Formen in ihrer Bedeutung für gastronomische Einrichtungen kritisch zu bewerten.
- ein nährwertoptimiertes Menü unter Berücksichtigung einer spezifischen Lebensmittelunverträglichkeit zusammen zu stellen.
- aktuelle Aspekte der Ernährung zu erklären und deren Bedeutung für gastronomische Einrichtungen kritisch zu bewerten.

Kursinhalt

1. Einführung
 - 1.1 Nährstoffe: Einteilung, Nährstoffdichte, -bedarf
 - 1.2 Energie: Energiebedarf, -dichte, -zufuhr

2. Energieliefernde Nährstoffe
 - 2.1 Protein
 - 2.1.1 Bestandteile, Aufbau, Formen
 - 2.1.2 Funktionen
 - 2.1.3 Biologische Wertigkeit
 - 2.1.4 Küchentechnologische Eigenschaften
 - 2.2 Fette
 - 2.2.1 Einteilung, Bestandteile
 - 2.2.2 Funktionen
 - 2.2.3 Cholesterol
 - 2.2.4 Küchentechnologische Eigenschaften
 - 2.3 Kohlenhydrate
 - 2.3.1 Einteilung, Formen
 - 2.3.2 Funktionen
 - 2.3.3 Glykämischer Index
 - 2.3.4 Ballaststoffe
 - 2.3.5 Küchentechnologische Eigenschaften
3. Nicht-Energieliefernde Nährstoffe
 - 3.1 Wasser
 - 3.1.1 Einführung, Bedarf, Bilanz
 - 3.1.2 Funktionen
 - 3.1.3 "Wasser" ist nicht gleich "Wasser"
 - 3.2 Mineralstoffe
 - 3.2.1 Einteilung, Funktionen
 - 3.2.2 Mengenelemente
 - 3.2.3 Spurenelemente
 - 3.3 Vitamine
 - 3.3.1 Einteilung, Funktionen
 - 3.3.2 Wasserlösliche Vitamine
 - 3.3.3 Fettlöslicher Vitamine
 - 3.4 Sekundäre Pflanzenstoffe
 - 3.4.1 Einteilung, Vorkommen
 - 3.4.2 Wirkungen, Bioverfügbarkeit
4. Erstellung eines nährwertoptimierten Menüs für ein Fallbeispiel
5. Lebensmittelunverträglichkeiten

- 5.1 Einführung
 - 5.2 Formen und ihre Bedeutung für die Gastronomie
 - 5.2.1 Lactoseintolleranz
 - 5.2.2 Fructosemalabsorption
 - 5.2.3 Glutenunverträglichkeit/ Zöliakie
 - 5.2.4 Histaminunverträglichkeit
 - 5.3 Erstellung eines Menüs unter Berücksichtigung von Lebensmittelunverträglichkeiten
6. Verschiedene Aspekte der „Ernährung“
- 6.1 Planetary Health Diet
 - 6.2 Personalisierte Ernährung
 - 6.3 Ernährung im Sport
 - 6.4 Aktuelle Themen

Literatur

Pflichtliteratur

- Besalski, H., Grimm, P. & Nowitzki-Grimm, S. (2020). Taschenatlas der Ernährung. 8. Auflage. Thieme Verlag, Stuttgart
- Brandes, F., Harten, H., Voll, M. & Wolfgang, T. (2018). Der junge Koch/Die junge Köchin. 37. Auflage. Pfanneberg Fachbuchverlag, Haan Gruiten
- DGE, ÖGE, SGE (Hrsg.) (2018). D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr. 4. Aktualisierte Auflage. Bonn
- DGE (Hrsg.) (2022). DGE-Beratungsstandards. 1. Auflage. Bonn
- Elmadfa, I. & Leitzmann C. (2019). Ernährung des Menschen. 6. Auflage. Eugen Ulmer Verlag, Stuttgart.
- Schek, A. (Hrsg.) (2017). Ernährungslehre kompakt. 6. aktualisierte und ergänzte Auflage. Umschau Zeitschriftenverlag, Wiesbaden.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Praxisprojekt 2

Modulcode: DSPRAXP20423

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anna Klein (Praxisprojekt 2)

Kurse im Modul

- Praxisprojekt 2 (DSPRAXP2042301)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Projektarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Planung des Praxisprojektes
- Reflexion des beruflichen Handelns
- Erprobung von Konzepten und Methoden in der Praxis
- Dokumentation und Auswertung des Projektes

Qualifikationsziele des Moduls**Praxisprojekt 2**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme mit einfachem Schwierigkeitsgrad anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- erste kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, alltäglichen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module des Semesters

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle dualen Bachelor-Programme

Praxisprojekt 2

Kurscode: DSPRAXP2042301

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Praxisprojektes II bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung mit Unternehmensbezug unter Einleitung einer/s Lehrenden. Das Thema weist einen einfachen Schwierigkeitsgrad auf. Sie recherchieren eigenständig Literatur, arbeiten den durch Literatur dokumentierten Stand der Wissenschaft hinsichtlich des gewählten Themas heraus und leisten einen Beitrag zur Anwendung und/oder Weiterentwicklung des Themas. Die Studierenden präsentieren ihre Lösungen und Empfehlungen in einer schriftlichen Projektarbeit.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme mit einfachem Schwierigkeitsgrad anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- erste kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, alltäglichen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Kursinhalt

- Die im Praxisprojekt II zu erstellende Projektarbeit dient primär dem Erlernen und dem Training wissenschaftlicher Grundqualifikationen. In der Projektarbeit bearbeiten die Studierenden eine wissenschaftliche Fragestellung und stellen deren Ergebnisse dar. Dies erfolgt unter Anleitung einer/s Lehrenden. Die Projektarbeit beruht auf einer spezifischen Themenstellung aus einer von der Hochschule vorgegebenen Themenliste, die einen einfachen Schwierigkeitsgrad aufweist.

Literatur**Pflichtliteratur**

- Karmasin, M. & Ribing, R. (2019). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen (10. Auflage), UTB.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Praxisprojekt
--------------------------------------	---------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 150 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Die Studierenden bearbeiten selbstständig eine praxisrelevante, wissenschaftliche Fragestellung mit Unternehmensbezug unter akademischer Anleitung.

3. Semester

Getränk Kunde

Modulcode: DSG1024

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Getränk Kunde)

Kurse im Modul

- Getränk Kunde (DSG102401)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- **Alkoholfreie Getränke**
 - Mineral-, Quell- und Tafelwasser sowie Heilwasser
 - Frucht- und Gemüsesäfte sowie Erfrischungsgetränke
 - Kaffee
 - Tee
 - Kakao
- **Alkoholhaltige Getränke**
 - Wein, Schaumwein und Perlwein
 - Bier
 - Spirituosen

Qualifikationsziele des Moduls**Getränk Kunde**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Tee-, Kaffee- und Kakaoanbauggebiete zu benennen.
- die Erntemethoden von Tee, Kaffee und Kakao sowie deren Verarbeitung und Zubereitung zu erläutern.
- die Angaben auf dem Etikett von Mineralwasserflaschen, Fruchtsäften, Wein, Schaumwein und Bier fundiert zu erklären.
- die Spezifika von Heilwässern zu erläutern.
- den Einsatz der verschiedenen Wein-, Schaumwein -und Wasserarten in der Gastronomie anhand von Beispielen zu beschreiben.
- die wesentlichen Bestimmungen der gesetzlichen Verordnung bzw. der Leitsätze im Bereich Wein, Schaumwein, Bier, Mineralwasser, Frucht- und Gemüsesäfte zu nennen.
- die Problematik eines erhöhten Konsums von Erfrischungsgetränken und alkoholhaltigen Getränken zu nennen.
- die Verfahren der Wein- und Schaumweinbereitung von der Traube bis zur Abfüllung zu beschreiben.
- die Verfahren der Bierherstellung zu benennen und verschiedene Biersorten zu beschreiben.
- die Herstellung, Herkunft und den Einsatz von verschiedenen Spirituosenarten zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Warenkunde
- Ernährungslehre
- Hygiene und Allergenmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Getränk Kunde

Kurscode: DSG102401

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS 3	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	-----------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Getränkekunde befasst sich mit der Rohwarekunde, Herstellung und Herkunft von verschiedenen alkoholfreien und alkoholhaltigen Getränken. Der Kurs vermittelt ein fundiertes theoretisches Wissen im Bereich der Getränkekunde. Dabei stehen primär die in der Gastronomie verabreichten Getränke im Fokus. Der Kurs vermittelt das Wissen zur Ausgestaltung eines Getränkesortiments im Bereich der gastronomischen Einrichtungen. Dabei werden die Produktspezifika, die gesetzlichen Vorgaben zur Produktion und des Ausschanks sowie die Produkteigenschaften aufgezeigt. Darüber hinaus zeigt der Kurs den kritischen Umgang mit alkohol- und zuckerhaltigen Getränken auf.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Tee-, Kaffee- und Kakaoanbaugebiete zu benennen.
- die Erntemethoden von Tee, Kaffee und Kakao sowie deren Verarbeitung und Zubereitung zu erläutern.
- die Angaben auf dem Etikett von Mineralwasserflaschen, Fruchtsäften, Wein, Schaumwein und Bier fundiert zu erklären.
- die Spezifika von Heilwässern zu erläutern.
- den Einsatz der verschiedenen Wein-, Schaumwein -und Wasserarten in der Gastronomie anhand von Beispielen zu beschreiben.
- die wesentlichen Bestimmungen der gesetzlichen Verordnung bzw. der Leitsätze im Bereich Wein, Schaumwein, Bier, Mineralwasser, Frucht- und Gemüsesäfte zu nennen.
- die Problematik eines erhöhten Konsums von Erfrischungsgetränken und alkoholhaltigen Getränken zu nennen.
- die Verfahren der Wein- und Schaumweinbereitung von der Traube bis zur Abfüllung zu beschreiben.
- die Verfahren der Bierherstellung zu benennen und verschiedene Biersorten zu beschreiben.
- die Herstellung, Herkunft und den Einsatz von verschiedenen Spirituosenarten zu erläutern.

Kursinhalt

1. Mineral-, Quell- und Tafelwasser sowie Heilwasser
 - 1.1 Natürliches Mineralwasser
 - 1.2 Quell- und Tafelwasser
 - 1.3 Heilwasser

2. Frucht- und Gemüsesäfte sowie Erfrischungsgetränke

- 2.1 Angebotsformen
- 2.2 Gesetzliche Regelungen
- 2.3 Herstellung und Haltbarmachung
- 2.4 Etikett
- 2.5 Smoothies
- 2.6 Erfrischungsgetränke

3. Kaffee

- 3.1 Geschichte
- 3.2 Kaffeepflanze
- 3.3 Anbauggebiete
- 3.4 Ernte, Verarbeitung, Lagerung
- 3.5 Zubereitung
- 3.6 Sorten und Spezialitäten
- 3.7 Ernährungsphysiologische Aspekte

4. Tee

- 4.1 Geschichte
- 4.2 Teepflanze
- 4.3 Anbauggebiete
- 4.4 Ernte, Verarbeitung, Lagerung
- 4.5 Zubereitung
- 4.6 Sorten
- 4.7 Ernährungsphysiologische Aspekte

5. Kakao

- 5.1 Kakaobaum/Kakaobohne
- 5.2 Anbauggebiete
- 5.3 Ernte, Verarbeitung, Lagerung
- 5.4 Kakaoprodukte
- 5.5 Probleme beim Anbau

6. Wein, Schaumwein und Perlwein

- 6.1 Wein
- 6.2 Schaumwein
- 6.3 Perlwein

7. Bierproduktion
 - 7.1 Geschichte
 - 7.2 Verwendete Rohstoffe zu Biererzeugung
 - 7.3 Biererzeugung
 - 7.4 Bierspezialitäten
 - 7.5 Bierarten

8. Spirituosen
 - 8.1 Destillation
 - 8.2 Herstellung von verschiedenen Spirituosenarten
 - 8.3 Herkunft von verschiedenen Spirituosenarten
 - 8.4 Einsatz von verschiedenen Spirituosenarten

Literatur

Pflichtliteratur

- Gaylard, Linda (2021). Das Teebuch. Dorling Kindersley Verlag GmbH München
- Matissek, R. (2019) Lebensmittelchemie. 9. Auflage. Springer Verlag
- Miedamer, T. (2018). Genusspflanzen. Springer Verlag
- Gutmayer, W., Lenger, H. & Stickler, H. (2012). Service. Die Getränke. Trauner Verlag
- Informationszentrale Deutsches Mineralwasser (2019). Natürliches Mineralwasser – erfolgreich in Szene gesetzt. Leitfaden für die Gastronomie. Bonn
- Wechselberger, J. & Hierl, T. (2020). Das Kaffeebuch. Verlag Braumüller. Wien
- Hamatschek, J. (2015). Technologie des Weines. Ulmer.
- Bohak, I. et al. (2016). Ausgewählte Kapitel der Brauereitechnologie. Fachverlag Hans Carl.
- Ströhmer, G., Haug, M. E., Junker, H. J., & Riemer, B. (2019). Spirituosentechnologie. Behr's Verlag.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Projektmanagement

Modulcode: DSPM1-H-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jan Pieper (Projektmanagement)

Kurse im Modul

- Projektmanagement (DSPM1-H01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Projektmanagements – Eine Einführung
- Projektmanagement und -organisation
- Der Projektrahmen, die Projektstufen und -instrumente
- Projektabschluss

Qualifikationsziele des Moduls

Projektmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die zentralen Methoden und die unterschiedlichen Planungsinstrumente und –techniken des modernen Projektmanagements anzuwenden und zu analysieren.
- Projektorganisationen zu verstehen und Projekte sinnvoll in Phasen zu strukturieren.
- Projektpläne (z.B Zeitpläne, Teilprojektpläne) zu erstellen und Finanz- und Risikopläne im gesamten Projektplan zu integrieren.
- eine einheitliche Projektplanung vorzubereiten.
- zu erklären, wie sich mit dem Projektcontrolling das Projekt in der Durchführungsphase managen lässt.
- die relevanten Informationen im Rahmen der Projektarbeit systematisch zu erfassen und anschaulich darzustellen.
- zu verstehen, wie ein Projektleiter ein Projekt führt.
- Projektergebnisse an die verschiedenen Projekt-Stakeholder (Initiatoren, Förderer, Eigentümer, usw.) zu kommunizieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

keina

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Duale Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Projektmanagement

Kurscode: DSPM1-H01-01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die Grundlagen des modernen Projektmanagements zu vermitteln. Dabei stehen die zentralen Methoden und die unterschiedlichen Planungsinstrumente und -techniken des Projektmanagements im Vordergrund. Die Studierenden erfahren, wie ein Projekt organisiert und sinnvoll in Phasen strukturiert wird. Die Aufgaben, die in den einzelnen Phasen zu erledigen sind, damit ein Projekt zum Erfolg wird, werden ebenfalls vermittelt. Die Studierenden lernen, wie Termine, Ressourcen und Kosten geplant, Risiken berücksichtigt und realisierbare Projektpläne erstellt werden. Sie erfahren, welche Aufgaben sich in der Umsetzungsphase dem Projektmanagement stellen und welche Methoden für die Projektsteuerung und das Controlling zur Verfügung stehen. Insgesamt befähigt das Modul die Studierenden, Probleme innerhalb des Projektmanagements zu analysieren und durch die Anwendung der erforderlichen Methoden zu lösen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die zentralen Methoden und die unterschiedlichen Planungsinstrumente und -techniken des modernen Projektmanagements anzuwenden und zu analysieren.
- Projektorganisationen zu verstehen und Projekte sinnvoll in Phasen zu strukturieren.
- Projektpläne (z.B Zeitpläne, Teilprojektpläne) zu erstellen und Finanz- und Risikopläne im gesamten Projektplan zu integrieren.
- eine einheitliche Projektplanung vorzubereiten.
- zu erklären, wie sich mit dem Projektcontrolling das Projekt in der Durchführungsphase managen lässt.
- die relevanten Informationen im Rahmen der Projektarbeit systematisch zu erfassen und anschaulich darzustellen.
- zu verstehen, wie ein Projektleiter ein Projekt führt.
- Projektergebnisse an die verschiedenen Projekt-Stakeholder (Initiatoren, Förderer, Eigentümer, usw.) zu kommunizieren.

Kursinhalt

1. Projektmanagement – Darum geht es
 - 1.1 Die Aktualität von Projektmanagement
 - 1.2 Projekte und ihre Eigenschaften
 - 1.3 Definition und Aufgabe

2. Der Projektstart
 - 2.1 Der Projektstart legt das Fundament
 - 2.2 Projektziele klären
 - 2.3 Projektphasen festlegen. Die Grobplanung
 - 2.4 Die Stakeholder-Analyse
 - 2.5 Risikomanagement
 - 2.6 Der Projektstart-Workshop (PSW) und das Kickoff-Meeting
3. Projekte führen und organisieren
 - 3.1 Projektleiter und Team
 - 3.2 Projektorganisation
 - 3.3 Projektkommunikation
4. Projektplanung
 - 4.1 Projektstrukturplan (PSP) und Arbeitspakete (AP)
 - 4.2 Ablauf und Terminplanung
 - 4.3 Netzplantechnik
5. Ressourcen, Kosten und Budget planen, und schätzen
 - 5.1 Ressourcenplanung
 - 5.2 Kosten-, Finanz- und Budgetplanung
 - 5.3 Schätzmethode
6. Projektsteuerung und -controlling
 - 6.1 Aufgaben in der Durchführungsphase
 - 6.2 Projektcontrolling vorbereiten
 - 6.3 Projektsteuerungszyklus
 - 6.4 Terminkontrolle
7. Integrierte Projektsteuerung: Leistung – Kosten – Zeit
8. Kostenkontrolle
 - 8.1 Die Ertragswertanalyse
 - 8.2 Ursachenanalyse
 - 8.3 Steuerungsmaßnahmen
 - 8.4 Projektdokumentation
 - 8.5 Projektberichte
9. Projektabschluss

- 9.1 Aufgaben in der Projektabschlussphase
- 9.2 Projektabschlussitzung

Literatur

Pflichtliteratur

- Boy, J., Dudek, C. & Kuschel, S. (2001). Projektmanagement. 11. Auflage, Gabal, Wiesbaden. ISBN-13: 978-393079905.
- Buttrick, R. (2009). The project workout. The ultimate handbook of project and programme management. 4. Auflage, Prentice Hall. Upper Saddle River (NJ). ISBN-13: 978-0273723899.
- Gareis, R. (2006). Happy Projects! 3. Auflage, MANZ, Wien. ISBN-13: 978-3214084387.
- Litke, H.-D. (2007). Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement. 5. Auflage, Hanser, München. ISBN-13: 978-3446409972.
- Lock, D. (2007). Project Management. 9. Auflage, Gower. ISBN-13: 978-0566087721.
- Patzak, G. & Rattay, G. (2008). Projektmanagement. Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. 5. Auflage, Linde, Wien. ISBN-13: 978-3714301496.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Kombiveranstaltung
--------------------------------------	--------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 123 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
<p>Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert werden. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.</p>

Konsumentenverhalten

Modulcode: DSKOVE1023

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Hilgers-Sekowsky (Konsumentenverhalten)

Kurse im Modul

- Konsumentenverhalten (DSKOVE102301)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Theoretischer Bezugsrahmen des Konsumentenverhaltens
- Grundlagen der Consumer Neuroscience
- Determinanten des Konsumentenverhaltens
- Konsumentenverhalten in der Nachkaufphase
- Organisatorisches Beschaffungsverhalten
- Trends im Konsumentenverhalten

Qualifikationsziele des Moduls

Konsumentenverhalten

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Konsumentenverhaltensforschung in den Gesamtkontext des Marketing einzuordnen, sowie die Bedeutung der Disziplin für sämtliche Marketing-Entscheidungen zu verstehen.
- die Grundlagen der Consumer Neuroscience zu kennen und zu verstehen.
- grundsätzliche Kenntnisse über aktivierende und kognitive Prozesse und die darin enthaltenen Konstrukte zu besitzen.
- die Bedeutung des Einflusses weiterer Determinanten auf das Konsumentenverhaltens zu verstehen (situative personenbezogene und soziale Faktoren).
- die Bedeutung des Nachkaufverhaltens für die Konsumentenverhaltensforschung zu verstehen.
- die wichtigsten Merkmale und Charakteristika des Organisationalen Kaufverhaltens zu verstehen.
- Trends im Konsumentenverhalten zu kennen und einzuordnen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing und Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Duale Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Konsumentenverhalten

Kurscode: DSKOVE102301

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Konsumenten bilden die Kernzielgruppe des Marketings. Auf Basis des komplexen Zusammenspiels externer Faktoren mit internen psychischen Prozessen werden auf Seiten der Konsumenten Bedürfnisse generiert, Präferenzen gebildet und Kaufentscheidungen getroffen. Vor diesem Hintergrund ist ein tiefes Verständnis des menschlichen Informations- und Entscheidungsverhaltens von zentraler Bedeutung für die Planung und Umsetzung von Marketingstrategien. Im Rahmen des Kurses Konsumentenverhalten werden hierzu die zentralen aktivierenden und kognitiven Prozesse sowie wesentliche Umweltdeterminanten, die dem tatsächlichen Kauf- und Entscheidungsverhalten vorgelagert sind, betrachtet und analysiert. Konsumpsychologische Grundlagen werden ebenso wie neueste Erkenntnisse der Neuroökonomie vermittelt und in konkrete Handlungsempfehlungen für das strategische und operative Marketing überführt. Dieses Modul bildet somit das Kerngerüst zum Verständnis der Wahrnehmung der Konsumenten und damit deren Kauf- und Entscheidungsverhalten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Konsumentenverhaltensforschung in den Gesamtkontext des Marketing einzuordnen, sowie die Bedeutung der Disziplin für sämtliche Marketing-Entscheidungen zu verstehen.
- die Grundlagen der Consumer Neuroscience zu kennen und zu verstehen.
- grundsätzliche Kenntnisse über aktivierende und kognitive Prozesse und die darin enthaltenen Konstrukte zu besitzen.
- die Bedeutung des Einflusses weiterer Determinanten auf das Konsumentenverhaltens zu verstehen (situative personenbezogene und soziale Faktoren).
- die Bedeutung des Nachkaufverhaltens für die Konsumentenverhaltensforschung zu verstehen.
- die wichtigsten Merkmale und Charakteristika des Organisationalen Kaufverhaltens zu verstehen.
- Trends im Konsumentenverhalten zu kennen und einzuordnen.

Kursinhalt

1. Theoretischer Bezugsrahmen des Konsumentenverhaltens
2. Grundlagen der Consumer Neuroscience

3. Determinanten des Konsumentenverhaltens
 - 3.1 Psychische Determinanten
 - 3.1.1 Psychische Determinanten mit dominierender Aktivierung
 - 3.1.1.1 Aktivierung
 - 3.1.1.2 Emotion
 - 3.1.1.3 Motivation
 - 3.1.1.4 Einstellung
 - 3.1.1.5 Zufriedenheit
 - 3.1.2 Psychische Determinanten mit dominierender Kognition
 - 3.2 Personenbezogene Determinanten
 - 3.3 Situative Determinanten
 - 3.4 Soziale Determinanten
4. Konsumentenverhalten in der Nachkaufphase
5. Organisatorisches Beschaffungsverhalten
6. Trends im Konsumentenverhalten

Literatur**Pflichtliteratur**

- Kroeber-Riel, W. & Groeppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten (11. Auflage). Vahlen Verlag.
- Trommsdorff, V. & Teichert, T. (2019): Konsumentenverhalten (9. Auflage). Springer Gabler Verlag.
- Hoffmann, S. & Akbar, P. (2019). Konsumentenverhalten: Konsumenten verstehen – Marketingmaßnahmen gestalten (2. aktualisierte Aufl.). Springer Gabler Verlag.
- Backhaus, K. & Voeth, M. (2014). Industriegütermarketing (10. Auflage). Vahlen Verlag.

Weiterführende Literatur

- Balderjahn I. (2021). Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten (2. Aufl.). UTB Verlag.
- Foscht, T. & Swoboda, B. (2017). Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen (6. Auflage). Springer Gabler Verlag.
- Heidel, B. (2008). Lexikon Konsumentenverhalten und Marktforschung. Deutscher Fachverlag GmbH.
- Lennerts, S., Kuß, A. & Tomczak, T. (2019). Käuferverhalten: Eine marktorientierte Einführung (5. Auflage). UTB Verlag.
- Kenning, P. (2020). Consumer Neuroscience: Ein transdisziplinäres Lehrbuch. W. Kohlhammer Verlag.
- Solomon, Michael R. (2016). Konsumentenverhalten (11. Auflage). Pearson.
- Ternès, A., Towers, I. & Jerusel, M. (2015). Konsumentenverhalten im Zeitalter der Digitalisierung. Trends: E-Commerce, M-Commerce und Connected Retail. Springer Gabler.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 114 h	Präsenzstudium 36 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Kosten- und Leistungsrechnung

Modulcode: DSKLR1023

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefan Tilch (Kosten- und Leistungsrechnung)

Kurse im Modul

- Kosten- und Leistungsrechnung (DSKLR102301)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung auf Vollkostenbasis
- Deckungsbeitragsrechnung
- Fallstudien zur Vollkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- Teilkostenrechnung
- Plankostenrechnung

Qualifikationsziele des Moduls

Kosten- und Leistungsrechnung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Stellung und die Notwendigkeit der Kosten- und Leistungsrechnung als Teilgebiet des Rechnungswesens zu erkennen.
- Kosten und Leistungen zu klassifizieren und im Rahmen der Kostenarten-, und Kostenstellenrechnung anhand von Beispielen aufzubereiten.
- unterschiedliche Möglichkeiten der Kosten- bzw. Preiskalkulation zu kennen.
- auf Basis der Deckungsbeitragsrechnung kurzfristige Entscheidungen kostenrechnerisch stützen zu können.
- die Break-even-Analyse zu beherrschen.
- Preisuntergrenzen und optimale Produktportfolios ermitteln zu können.
- die Grundlagen der strategischen Planung auf Basis der Kosten- und Leistungsrechnung zu kennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Kosten- und Leistungsrechnung

Kurscode: DSKLR102301

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs erhalten die Studierenden einen fundierten Einblick sowohl in die begrifflichen und inhaltlichen als auch in die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung. Zu Beginn des Kurses werden die Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung eingeführt. Darauf aufbauend werden die vier wesentlichen Bestandteile der Ist-Kostenrechnung erläutert. Als erstes wird die Kostenartenrechnung dargestellt, die vermittelt, welche Kosten in der Abrechnungsperiode entstanden sind. In der darauf aufbauenden Kostenstellenrechnung werden die entstandenen Kosten den verursachenden Betriebsteilen zugeordnet. In der Kostenträgerrechnung wird berechnet, wofür die Kosten angefallen sind. Die Kostenträgerrechnung unterscheidet nach Stückrechnung und Zeitrechnung. Diese Kursschwerpunkte werden vertieft durch Fallstudien zur Vollkosten- und Deckungsbeitragsrechnung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Stellung und die Notwendigkeit der Kosten- und Leistungsrechnung als Teilgebiet des Rechnungswesens zu erkennen.
- Kosten und Leistungen zu klassifizieren und im Rahmen der Kostenarten-, und Kostenstellenrechnung anhand von Beispielen aufzubereiten.
- unterschiedliche Möglichkeiten der Kosten- bzw. Preiskalkulation zu kennen.
- auf Basis der Deckungsbeitragsrechnung kurzfristige Entscheidungen kostenrechnerisch stützen zu können.
- die Break-even-Analyse zu beherrschen.
- Preisuntergrenzen und optimale Produktportfolios ermitteln zu können.
- die Grundlagen der strategischen Planung auf Basis der Kosten- und Leistungsrechnung zu kennen.

Kursinhalt

1. Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung
2. Kostenartenrechnung
 - 2.1 Kostengliederung
 - 2.2 Kostenerfassung
 - 2.3 Kostenabgrenzung und -verrechnung

3. Kostenstellenrechnung
 - 3.1 Gliederung des Unternehmens in Kostenstellen
 - 3.2 Betriebsabrechnungsbogen und Kostenverteilung
 - 3.3 Wirtschaftlichkeitskontrolle durch Normalkostenvergleich
4. Kostenträgerrechnung auf Vollkostenbasis
 - 4.1 Kostenträgerstückrechnung
 - 4.2 Kostenträgerzeitrechnung
5. Deckungsbeitragsrechnung
 - 5.1 Nachteile der Vollkostenrechnung
 - 5.2 Kostenverhalten und Kostenauflösung
 - 5.3 Anwendung der Deckungsbeitragsrechnung
6. Fallstudie zur Vollkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
7. Plankostenrechnung
 - 7.1 Einführung
 - 7.2 Plankostenermittlung
 - 7.3 Verfahren zur Plankostenrechnung

Literatur**Pflichtliteratur**

- Burger, A. (2017), Prüfungstraining Kosten- und Leistungsrechnung - Aufgaben, Lösungen, Klausuren, Schäffer-Pöschel Verlag Stuttgart.
- Coenenberg, A. (2016), Fischer, T., Günther, T., Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Pöschel Verlag Stuttgart. , 7. Auflage. http://search.ebscohost.com.pxz.iubh.de:8080/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1214580&lang=de&site=eds-live&scope=site&ebv=EB&ppid=pp_C
- Däumler, K., Grabe, J. (2013); Kostenrechnung 1 – Grundlagen.- Herne/Berlin: Verlag Neue Wirtschafts – Briefe, 11. Auflage.
- Däumler, K.; Grabe, J. (2013), Kostenrechnung 2 – Deckungsbeitragsrechnung.- Herne/Berlin: Verlag Neue Wirtschaftsbriefe, 10. Auflage.
- Horsch, J. (2018), Kostenrechnung – Klassische und neue Methoden in der Unternehmenspraxis, SpringerGabler Verlag, 3. Auflage, Wiesbaden. <https://link-springer-com.pxz.iubh.de:8443/book/10.1007%2F978-3-658-20030-5>
- Olfert, K.; (2018), Kostenrechnung (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft). Ludwigshafen, F. Kiehl Verlag, 18. Auflage. <https://ebookcentral-proquest-com.pxz.iubh.de:8443/lib/badhonnef/detail.action?docID=4622557>
- Olfert, K. (2016), Kompakt- Training Kostenrechnung.- Ludwigshafen, F. Kiehl Verlag, 8. Auflage.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 114 h	Präsenzstudium 36 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Praxisprojekt 3

Modulcode: DSPRAXP31023

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anna Klein (Praxisprojekt 3)

Kurse im Modul

- Praxisprojekt 3 (DSPRAXP3102301)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Exposé

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlegende Planung des Praxisprojektes III und IV
- Reflexion des beruflichen Handelns
- wissenschaftliche Recherche und Darlegung geplanter Methoden
- Dokumentation der Planungen für das Praxisprojekt IV

Qualifikationsziele des Moduls

Praxisprojekt 3

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf zunehmend komplexere praktische Probleme anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- in ihrer Komplexität zunehmende Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- weitergehende kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module des Semesters

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle dualen Bachelor-Programme

Praxisprojekt 3

Kurscode: DSPRAXP3102301

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen der Praxisprojekte III und IV bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung mit Unternehmensbezug unter Einleitung einer/s Lehrenden. Das Thema weist einen mittleren Schwierigkeitsgrad auf. Sie recherchieren eigenständig Literatur, arbeiten den durch Literatur dokumentierten Stand der Wissenschaft hinsichtlich des gewählten Themas heraus und leisten einen Beitrag zur Anwendung und/oder Weiterentwicklung des Themas. Die Studierenden erfassen ihre Lösungen und Empfehlungen in einem vorbereitenden Exposé (Praxisprojekt III) und einer darauf aufbauenden schriftlichen Projektarbeit (Praxisprojekt IV).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf zunehmend komplexere praktische Probleme anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- in ihrer Komplexität zunehmende Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- weitergehende kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Kursinhalt

- Im Praxisprojekt III und im anschließenden Praxisprojekt IV bearbeiten die Studierenden eine studiengangsspezifische Themenstellung, die einen mittleren Schwierigkeitsgrad aufweist und über die Themenstellung des vorangegangenen Praxisprojektes hinausgeht. Dabei gliedert sich die Bearbeitung der einheitlichen Themenstellung in zwei Phasen: Um die gewünschte wissenschaftliche Vertiefung zu gewährleisten, wird im Praxisprojekt III ein vorbereitendes Exposé erstellt, auf dessen Grundlage nach Rücksprache mit der/dem betreuenden Lehrenden im darauffolgenden Semester im Praxisprojekt IV die Projektarbeit angefertigt wird.

- Gegenstand ist eine praktische Fragestellung, idealerweise mit Bezug zum Praxisbetrieb der/des jeweiligen Studierenden. Das Thema wird von der/dem Studierenden vorgeschlagen und mit der/dem betreuenden Lehrenden vorab besprochen.

Literatur**Pflichtliteratur**

- Karmasin, M. & Ribing, R. (2019). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen (10. Auflage), UTB.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Praxisprojekt
--------------------------------------	---------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Exposé

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 150 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Die Studierenden bearbeiten selbstständig eine praxisrelevante, wissenschaftliche Fragestellung mit Unternehmensbezug unter akademischer Anleitung.

4. Semester

Marketing

Modulcode: DSMARK0423

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Marion Kalteis (Marketing)

Kurse im Modul

- Marketing (DSMARK042301)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Alternative Prüfungsleistung

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Marketings
- Produktpolitik
- Kommunikationspolitik
- Preispolitik
- Distributionspolitik

Qualifikationsziele des Moduls**Marketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Funktionsbereich Marketing in den Kontext der Betriebswirtschaftslehre einzuordnen.
- die Grundkonzeption des Marketings und seine Grundbegriffe zu kennen.
- die Bedeutung des Konsumentenverhaltens für sämtliche Marketing-Entscheidungen zu verstehen.
- die grundlegenden Möglichkeiten der Marktforschung und deren Bedeutung für die Ableitung von Marketing-Strategien zu überblicken.
- Zielmärkte zu bestimmen sowie Märkte und Kundengruppen zu segmentieren.
- Marketingziele und grundlegende Marketing-Strategien zu entwickeln.
- den Marketing-Mix (für Sachgüter und Dienstleistungen) zu kennen und dessen Kerninstrumente anzuwenden und umzusetzen.
- die Umsetzung der entwickelten Marketing-Instrumente zu beherrschen und die Notwendigkeit einer entsprechenden Erfolgskontrolle durch Marketing KPIs zu verstehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Marketing

Kurscode: DSMARK042301

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS 3	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	-----------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Marketing vermittelt den Studierenden einen Überblick über die Grundlagen des Marketing. Nach einem Einstieg mit den Grundzügen des Konsumentenverhaltens lernen die Studierenden den Ablauf der Marketingkonzeption kennen. Nach einer fundierten Situationsanalyse (Marktforschung sowie Zielmarktbestimmung und Marktsegmentierung) werden Marketingziele sowie -strategien entwickelt und davon operative Maßnahmen innerhalb des Marketingmix abgeleitet. Darauf folgend lernen die Studierenden Instrumente für die Implementierung und das Controlling der Maßnahmen kennen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Funktionsbereich Marketing in den Kontext der Betriebswirtschaftslehre einzuordnen.
- die Grundkonzeption des Marketings und seine Grundbegriffe zu kennen.
- die Bedeutung des Konsumentenverhaltens für sämtliche Marketing-Entscheidungen zu verstehen.
- die grundlegenden Möglichkeiten der Marktforschung und deren Bedeutung für die Ableitung von Marketing-Strategien zu überblicken.
- Zielmärkte zu bestimmen sowie Märkte und Kundengruppen zu segmentieren.
- Marketingziele und grundlegende Marketing-Strategien zu entwickeln.
- den Marketing-Mix (für Sachgüter und Dienstleistungen) zu kennen und dessen Kerninstrumente anzuwenden und umzusetzen.
- die Umsetzung der entwickelten Marketing-Instrumente zu beherrschen und die Notwendigkeit einer entsprechenden Erfolgskontrolle durch Marketing KPIs zu verstehen.

Kursinhalt

1. Einführung Grundlagen des Marketingmanagements
2. Grundzüge des Konsumentenverhaltens
3. Situationsanalyse: Marktforschung sowie Zielmarktbestimmung und Marktsegmentierung
4. Marketingziele und Marketingstrategien sowie Zwischenpräsentation
5. Marketinginstrumente und Marketingmix (offline und online)

6. Implementierung und Marketing-Controlling

Literatur**Pflichtliteratur**

- Homburg, C.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 7. Aufl., Wiesbaden 2020.
- Kotler, P./Armstrong, G./Harris, L.C./Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, 7. Aufl., München 2019
- Meffert, Heribert/Burmann, Christoph/Kirchgeorg, Manfred/Eisenbeiß, Maik: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, 13. Aufl., Wiesbaden 2019.

Weiterführende Literatur

- Becker, Jochen: Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Aufl., München 2018.
 - Bruhn, Manfred: Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. 14. Aufl., Wiesbaden, 2019.
 - Kroeber-Riel, Werner/Gröppel-Klein, Andrea: Konsumentenverhalten, 11. Aufl., München 2019
- Zeitschriften:
- absatzwirtschaft
 - brand eins
 - Horizont
 - Journal of Consumer Research
 - Journal of Marketing Management
 - Journal of Marketing Research
 - marke 41
 - markenartikel – Das Magazin für Markenführung
 - Marketing ZFP - Journal of Research and Management
 - W&V - Werben & Verkaufen
 - WiSt – Wirtschaftswissenschaftliches Studium
 - ZfbF – Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Alternative Prüfungsleistung

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 114 h	Präsenzstudium 36 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Ernährungsverhalten und Ernährungsformen

Modulcode: DSEE0425

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Ernährungsverhalten und Ernährungsformen)

Kurse im Modul

- Ernährungsverhalten und Ernährungsformen (DSEE042501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Definitionsansätze, Modelle und Beeinflussungsmöglichkeiten des Ernährungsverhaltens
- Aktuelle Ernährungssituation in Deutschland
- Aktuelle Ernährungs- und Food-Trends in Deutschland und ihre Bedeutung für die Gastronomie
- Grundprinzipien einer vollwertigen Ernährung
- Grundprinzipien sowie Vor- und Nachteile verschiedener alternativen Ernährungsformen
- Esskultur aus wissenschaftlicher Perspektive
- Funktionen von Mahlzeiten
- Verschiedene Esskulturen

Qualifikationsziele des Moduls

Ernährungsverhalten und Ernährungsformen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Ernährungsverhalten zu definieren, verschiedene Modelle zu kennen, um es zu erklären und zahlreiche Möglichkeiten, um es zu beeinflussen.
- die aktuellen Ernährungs- bzw. Food-Trends zu beschreiben und ihre Bedeutung für die Gastronomie zu analysieren und zu bewerten.
- die Grundprinzipien sowie die Vor- und Nachteile verschiedener Ernährungsformen darzustellen und kritisch zu beurteilen.
- ein gastronomisches Angebot auf Basis spezifischer Ernährungsformen zu konzipieren.
- die Bedeutung der „Esskultur“ für das gastronomische Angebot zu beschreiben.
- verschiedene Esskulturen zu beschreiben und zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Warenkunde
- Ernährungslehre
- Konsumentenverhalten
- Menüplanung und -budgetierung
- Internationale Gastronomiekonzepte

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Ernährungsverhalten und Ernährungsformen

Kurscode: DSEE042501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt Grundkenntnisse zur Esskultur aus verschiedenen wissenschaftlichen und zeitlichen Perspektiven. Ferner werden verschiedene internationale Esskulturen besprochen und ihr Einfluss auf die aktuelle Ernährungssituation analysiert. Im Bereich der Trendforschung werden sowohl die Grundlagen als auch die Grundbegriffe allgemein und bezogen auf den Bereich "Ernährung" besprochen. Die Studierenden erhalten zudem einen Überblick über die aktuellen deutschen und internationalen Ernährungs- und Food-Trends und deren Bedeutung für die gastronomischen Angebotsportfolios. Ebenso werden die Grundlagen der vollwertigen sowie einer zukunftsfähigen bzw. nachhaltigen Ernährung dargelegt und analysiert. Die Studierenden erlernen darüber hinaus die Grundprinzipien sowie die Vor- und Nachteile verschiedener alternativer Kostformen. Diese verschiedenen Ernährungsformen und Ernährungstrends werden auf die Anforderungen unterschiedlicher gastronomischer Einrichtungen übertragen, indem zielgruppenspezifisch kulinarische Ernährungskonzepte entwickelt werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Ernährungsverhalten zu definieren, verschiedene Modelle zu kennen, um es zu erklären und zahlreiche Möglichkeiten, um es zu beeinflussen.
- die aktuellen Ernährungs- bzw. Food-Trends zu beschreiben und ihre Bedeutung für die Gastronomie zu analysieren und zu bewerten.
- die Grundprinzipien sowie die Vor- und Nachteile verschiedener Ernährungsformen darzustellen und kritisch zu beurteilen.
- ein gastronomisches Angebot auf Basis spezifischer Ernährungsformen zu konzipieren.
- die Bedeutung der „Esskultur“ für das gastronomische Angebot zu beschreiben.
- verschiedene Esskulturen zu beschreiben und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Ernährungsverhalten
 - 1.1 Warum wir essen was wir essen?
 - 1.2 Wie können wir das Ernährungsverhalten beeinflussen?
2. Aktuelle Food-Trends

- 2.1 Aktuelle Ernährungssituation in Deutschland
 - 2.2 Megatrends und ihre Bedeutung für die Gastronomie
 - 2.3 Aktuelle Food-Trends und ihre Bedeutung für die Gastronomie
3. Ernährungsformen
- 3.1 Vollwertkost & Co.
 - 3.2 Alternative Ernährungsformen
 - 3.3 Erstellung eines gastronomischen Angebots unter Berücksichtigung verschiedener Ernährungsformen
4. Esskultur
- 4.1 Esskultur im wissenschaftlichen Kontext
 - 4.2 Funktionen und Stellenwert von Mahlzeiten
 - 4.3 Die deutsche Ess- und Kochkultur im Wandel der Zeit
 - 4.4 Europäische Esskulturen

Literatur

Pflichtliteratur

- Barlösius, E. (2016). Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung, 3. Auflage. Beltz Verlag, Weinheim Basel
- DGE (Hrsg.) (2020). DGE-Beratungsstandards, 1. Auflage 2020. Bonn
- DGH (Hrsg.) (2017). Mahlzeiten wertschätzend gestalten: Blicke über den Tellerrand verändert die Gemeinschaftsverpflegung. Lambertus Verlag, Freiburg im Breisgau
- Keller, M., Leitzmann, C. & Hahn, A. (2018). Alternative Ernährungsformen. UTB Taschenbuch
- Rützler, H. & Reiter, Wolfgang. (2022). Foodreport 2023, Frankfurt
- Spiller, A., Britta Renner, Lieske Voget-Kleschin, Ulrike Arens-Azevedo, Alfons Balmann, Hans Konrad Biesalski, Regina Birner, Wolfgang Bokelmann, Olaf Christen, Matthias Gauly, Harald Grethe, Uwe Latacz-Lohmann, José Martínez, Hiltrud Nieberg, Monika Pischetsrieder, Matin Qaim, Julia C. Schmid, · Friedhelm Taube & Peter Weingarten (2020). Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten. Berichte über Landwirtschaft, Sonderheft 230, 2020, <https://www.buel.bmel.de/index.php/buel/article/view/308/513>

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Hygiene- und Allergenmanagement

Modulcode: DSHA1-H

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Hygiene- und Allergenmanagement)

Kurse im Modul

- Hygiene- und Allergenmanagement (DSHA1-H01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen Lebensmittelhygiene
- Nationale und europäische Rechtsgrundlagen der Lebensmittelhygiene
- Elemente der Basishygiene
- HACCP-Konzept
- Hygieneschulung
- Allergenmanagement

Qualifikationsziele des Moduls

Hygiene- und Allergenmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Lebensmittelhygiene und -mikrobiologie zu verstehen und zu erklären.
- relevante nationale und europäischen Hygienegesetze sowie die entsprechenden DIN-Normen zu beschreiben, einzuordnen und zu analysieren.
- die Basiselemente eines Betriebshygienekonzepts zu benennen, zu erläutern und umfänglich darzustellen.
- ein praxisbezogenes Konzept für die „Gute-Hygiene-Praxis“ anhand eines Beispielsbetriebes zu konzipieren.
- den Aufbau und die Konzeption eines HACCP-Konzept zu erklären und zu bewerten.
- ein betriebsspezifisches HACCP-Konzept zu entwickeln.
- die rechtlichen Grundlagen und die Vorgehensweise bei der Hygieneschulung zu benennen und zu erklären.
- eine Hygieneschulung inhaltlich zu planen.
- die Grundlagen eines Allergenmanagement zu erklären und darzustellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Einführung in die Gastronomie und Kulinarik
- Warenkunde
- Getränkekunde
- Verpflegungssysteme
- Menüplanung und Budgetierung

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Hygiene- und Allergenmanagement

Kurscode: DSHA1-H01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Das Modul beschäftigt sich zunächst mit den wesentlichen Grundelementen der Lebensmittelhygiene und der Lebensmittelmikrobiologie. Es schließt sich ein kurzer Überblick über das europäische und nationale Lebensmittelrecht an, der die Grundlage für die inhaltliche Gestaltung der verschiedenen Elemente des Hygienemanagement bildet. Ziel ist es, bei den Studierenden ein Verständnis für die Notwendigkeit und die verschiedenen Inhalte der „Guten Hygiene Praxis“ und des HACCP-Konzeptes herzustellen. Aufbauend auf diesem grundlegenden Verständnis schließt sich die Behandlung der einzelnen Elemente eines Hygienemanagement an: Bestehend aus der Basishygiene und der Konzipierung eines betriebsspezifischen HACCP-Konzeptes. Die Studierenden lernen dabei nicht nur die einzelnen Teilbereiche kennen, sondern erarbeiten auch anhand der rechtlichen Grundlagen ein Konzept für ein Praxisbeispiel. Ein weiterer Aspekt des Moduls beschäftigt sich mit der Hygieneschulung, die sowohl bezogen auf ihre inhaltliche als auch zeitliche Gestaltung thematisiert wird. Ziel ist es, dass die Studierenden eine praxisnahe und motivierende Hygieneschulung entwickeln. Zum Abschluss erhalten die Studierenden einen Einblick in das Allergenmanagement, die Möglichkeiten der Umsetzung in gastronomischen Einrichtungen und die notwendige Einweisung der Mitarbeiter:innen in diese Thematik. Ziel ist es, eine entsprechende Unterweisung zu konzipieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Lebensmittelhygiene und -mikrobiologie zu verstehen und zu erklären.
- relevante nationale und europäischen Hygienegesetze sowie die entsprechenden DIN-Normen zu beschreiben, einzuordnen und zu analysieren.
- die Basiselemente eines Betriebshygienekonzepts zu benennen, zu erläutern und umfänglich darzustellen.
- ein praxisbezogenes Konzept für die „Gute-Hygiene-Praxis“ anhand eines Beispielsbetriebes zu konzipieren.
- den Aufbau und die Konzeption eines HACCP-Konzept zu erklären und zu bewerten.
- ein betriebsspezifisches HACCP-Konzept zu entwickeln.
- die rechtlichen Grundlagen und die Vorgehensweise bei der Hygieneschulung zu benennen und zu erklären.
- eine Hygieneschulung inhaltlich zu planen.
- die Grundlagen eines Allergenmanagement zu erklären und darzustellen.

Kursinhalt

1. Grundlagen Lebensmittelhygiene
 - 1.1 Hygiene – Lebensmittelhygiene – Lebensmittelsicherheit
 - 1.2 Mikrobiologische Grundlagen
 - 1.2.1 Lebensmittelverderb – Lebensmittelinfektion – Lebensmittelvergiftung
 - 1.2.2 Mikroorganismen
 - 1.2.3 Schädlinge
2. Rechtliche Grundlagen
 - 2.1 Einführung
 - 2.2 Europäische und nationale LM-Hygiene-Regelungen
 - 2.2.1 Basisverordnung
 - 2.2.2 Lebensmittelhygiene Paket: VO (EG) Nr. 853 – 854/2004
 - 2.2.3 Lebensmittelhygiene-Verordnung
 - 2.3 DIN-Normen im Bereich Lebensmittelhygiene
 - 2.4 Infektionsschutzgesetz
 - 2.5 Lebensmittelinformationsgesetz mit Fokus auf Allergen- und Nährwertkennzeichnung
3. Hygienemanagement
 - 3.1 Einführung
 - 3.2 Basishygiene / „Gute Hygiene Praxis“
 - 3.2.1 Betriebshygiene
 - 3.2.2 Produkt(Lebensmittel-)hygiene
 - 3.2.3 Personalhygiene
 - 3.2.4 Abfallmanagement
 - 3.2.5 Schädlingsmanagement
 - 3.2.6 Reinigungs- und Desinfektionsmanagement
 - 3.3 HACCP-Konzept
 - 3.3.1 Einführung
 - 3.3.2 Elemente
 - 3.4 Erstellung eines Hygienemanagement für ein Praxisbeispiel
4. Hygieneschulung
 - 4.1 Einführung und rechtliche Grundlagen
 - 4.2 Elemente und Rahmenbedingungen
 - 4.3 Inhaltliche und zeitliche Konzipierung einer Hygieneschulung
5. Allergenmanagement

- 5.1 Grundlagen
- 5.2 Umsetzung in die Praxis
- 5.3 Personalschulung im Bereich Allergene

Literatur

Pflichtliteratur

- Arens-Azevêdo, U., Holle, M. & Joh, H. (2016). HACCP. Arbeitsbuch zu Lebensmittelsicherheit in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Matthaes Verlag, Stuttgart
- Hamdorf, J., DIN e.V. (2018). Die aktuelle Lebensmittelhygiene-Verordnung: Umsetzung in die Praxis. Beuth Verlag, Berlin
- Kraus, M. & Schlösser, J. (2018). Allergenmanagement: Risiken minimieren – sicher entscheiden. Behr's Verlag, Hamburg
- Peinelt, V. & Wetterau, J. (Hrsg.) (2016). Handbuch der Gemeinschaftsgastronomie, Band 1 + 2, 2. Auflage. RHOMBUS Verlag, Berlin
- Reiche (Hrsg.) (2019). Hygiene in Großküchen. Loseblattsammlung, Behr's Verlag, Hamburg
- Revermann (Hrsg.). Hygiene-Schulung in Großküchen - Leitfaden - Schulungsfolien – Erfolgskontrolle. Loseblattsammlung, Behr's Verlag, Hamburg

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der online Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der virtuellen Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Nachhaltigkeit in der Gastronomie

Modulcode: DSNG0726

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende
----------------------------------	--	---------------------	----------------	--------------------------------

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gabriel Laeis (Nachhaltigkeit in der Gastronomie)

Kurse im Modul

- Nachhaltigkeit in der Gastronomie (DSNG072601)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- die Zusammenhänge aktueller globaler Krisen
- grundlegende Prinzipien nachhaltigen Handelns in der Gastronomie und Hotellerie
- Konsumentenverhalten und Nachhaltigkeit
- nachhaltiges Beschaffungsmanagement, insbesondere im Hinblick auf Lebensmittel
- die zirkuläre Ökonomie
- Vermeidung von Lebensmittelabfall
- "Nudging" und Beeinflussung nachhaltigen Gästeverhaltens

Qualifikationsziele des Moduls**Nachhaltigkeit in der Gastronomie**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- globale Krisen und ihre Zusammenhänge zu benennen und ihre Auswirkungen auf die Gastronomie zu erkennen.
- grundlegende Prinzipien nachhaltigen Handelns bezogen auf die wirtschaftsbereiche Hotellerie und Gastronomie zu definieren.
- das Konsumverhalten von Gästen in Bezug auf nachhaltige Angebote zu erkennen und ihr Angebot entsprechend gestalten zu können.
- Nachhaltigkeitskriterien für gastronomische Lieferketten zu definieren und im Bezugsmanagement entsprechend umzusetzen.
- ein System zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen zu entwickeln.
- die Nachhaltigkeit von Fisch, Fleisch und biologisch zertifizierten Lebensmitteln zu bewerten.
- „Nudges“ zur Etablierung von nachhaltigem Mitarbeiter- und Gästeverhalten zu konzeptionalisieren und umzusetzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Warenkunde
- Konsumentenverhalten
- Esskultur, Ernährungsformen und Foodtrends
- Menüplanung und -budgetierung
- InternationaleGastronomiekonzepte

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Nachhaltigkeit in der Gastronomie

Kurscode: DSNG072601

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Auswirkungen menschlichen Handelns auf die Veränderung des globalen Klimas sind mittlerweile unbestritten. In Anbetracht zunehmend häufiger und gravierender Extremwetterereignisse (bspw., Flutkatastrophen, Dürren und Anhebung des Meeresspiegels) hat sich der Klimawandel zu einer akuten Klimakatastrophe entwickelt. Die Gastronomie und Hotellerie wird sich aktiv auf die veränderten Bedingungen einstellen müssen, um zukunftsfähig zu bleiben. Hierzu trägt der Kurs Nachhaltigkeit in der Gastronomie bei, in dem er Grundprinzipien nachhaltigen Handelns definiert, die Zusammenhänge weltweiter Krisen aufzeigt und mögliche Handlungsoptionen für Gastronomen und Hotelliers erläutert. Im Fokus liegt hierbei die Schaffung eines für Gäste attraktiven Produktes, dass auf einem zirkulären Betriebssystem mit verantwortungsbewussten Lieferketten basiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- globale Krisen und ihre Zusammenhänge zu benennen und ihre Auswirkungen auf die Gastronomie zu erkennen.
- grundlegende Prinzipien nachhaltigen Handelns bezogen auf die wirtschaftsbereiche Hotellerie und Gastronomie zu definieren.
- das Konsumverhalten von Gästen in Bezug auf nachhaltige Angebote zu erkennen und ihr Angebot entsprechend gestalten zu können.
- Nachhaltigkeitskriterien für gastronomische Lieferketten zu definieren und im Bezugsmanagement entsprechend umzusetzen.
- ein System zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen zu entwickeln.
- die Nachhaltigkeit von Fisch, Fleisch und biologisch zertifizierten Lebensmitteln zu bewerten.
- „Nudges“ zur Etablierung von nachhaltigem Mitarbeiter- und Gästeverhalten zu konzeptionalisieren und umzusetzen.

Kursinhalt

1. Die Welt in Krisen
 - 1.1 Klimawandel, Emissionen und Feedbackloops
 - 1.2 Biodiversitätsverlust: Das 6. Massensterben
 - 1.3 Plastozen und seine Folgen: Die Vermüllung der Welt
2. Nachhaltigkeit

- 2.1 Die Genese eines Begriffs
 - 2.2 Definitionen und Ihre Anwendung
 - 2.3 Vom Brundtland-Report bis zu den UN Nachhaltigkeitszielen
 - 2.4 Auswirkungen aktueller Entwicklungen (z.B. Corona-Pandemie und Energiekrise)
3. Implikationen der multiplen Krisen für die Gastronomie
 - 3.1 Konsumentenverhalten und Nachhaltigkeit
 - 3.2 Was essen? Ein nachhaltiges Angebotsspektrum schaffen
 - 3.3 Woher nehmen? Nachhaltige Lieferketten erkennen und organisieren
 - 3.4 Wie entsorgen? Lebensmittelabfall erkennen und vermeiden
 - 3.5 Fokus: Fisch- und Fleischproduktion
 - 3.6 Fokus: biologische Lebensmittelproduktion
4. Wie leiste ich Überzeugungsarbeit bei Gästen und Mitarbeitern?
 - 4.1 Kommunikation von Nachhaltigkeit gegenüber Gästen und Mitarbeitern
 - 4.2 Das Gäste- und Mitarbeiterverhalten durch „Nudges“ lenken

Literatur

Pflichtliteratur

- Legrand, W., Chen, J., & Laeis, G. (2022). Sustainability in the Hospitality Industry: Principles of Sustainable Operations (4. Aufl.). Routledge.
- Von Freyberg, B., Gruner, A., & Hübschmann, M. (2015). Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Hotellerie & Gastronomie. Matthaes.
- Sloan, P., Legrand, W., & Hindley, C. (Hrsg.) (2015). The Routledge Handbook of Sustainable Food and Gastronomy. Routledge.

Weiterführende Literatur

- Stomporowski, S. & Laux, B. (2019). Nachhaltig handeln im Hotel- und Gastgewerbe: Maßnahmen erfolgreich einführen und umsetzen. UVK Verlag.
- Legrand, W., Kuokkanen, H., & Day, J. (Hrsg.) (2023). Critical Questions in Sustainability and Hospitality. Routledge.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Integrierte Vorlesung
--------------------------------------	---

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Praxisprojekt 4

Modulcode: DSPRAXP40424

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anna Klein (Praxisprojekt 4)

Kurse im Modul

- Praxisprojekt 4 (DSPRAXP4042401)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Projektarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- detaillierte Planung des Praxisprojektes
- Reflexion des beruflichen Handelns
- Erprobung von Konzepten und Methoden in der Praxis
- Dokumentation und Auswertung des Projektes

Qualifikationsziele des Moduls**Praxisprojekt 4**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf zunehmend komplexere praktische Probleme anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- in ihrer Komplexität zunehmende Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- weitergehende kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module des Semesters

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle dualen Bachelor-Programme

Praxisprojekt 4

Kurscode: DSPRAXP4042401

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen der Praxisprojekte III und IV bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung mit Unternehmensbezug unter Einleitung einer/s Lehrenden. Das Thema weist einen mittleren Schwierigkeitsgrad auf. Sie recherchieren eigenständig Literatur, arbeiten den durch Literatur dokumentierten Stand der Wissenschaft hinsichtlich des gewählten Themas heraus und leisten einen Beitrag zur Anwendung und/oder Weiterentwicklung des Themas. Die Studierenden erfassen ihre Lösungen und Empfehlungen in einem vorbereitenden Exposé (Praxisprojekt III) und einer darauf aufbauenden schriftlichen Projektarbeit (Praxisprojekt IV).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf zunehmend komplexere praktische Probleme anzuwenden.
- die betriebliche Arbeitspraxis auf Basis ihrer bisherigen Erfahrungen zu kennen.
- in ihrer Komplexität zunehmende Probleme aus der Praxis selbstständig bearbeiten zu können.
- weitergehende kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Kursinhalt

- Im Praxisprojekt IV arbeiten die Studierenden weiter an der für das Praxisprojekt III identifizierten studiengangsspezifischen Themenstellung mit Praxisbezug, die einen mittleren Schwierigkeitsgrad aufweist. Dabei gliedert sich die Bearbeitung der einheitlichen Themenstellung in zwei Phasen: Um die gewünschte wissenschaftliche Vertiefung zu gewährleisten, wird im Praxisprojekt III ein vorbereitendes Exposé erstellt, auf dessen Grundlage im Praxisprojekt IV die Projektarbeit angefertigt wird. Die Erstellung wird von der/dem an der Hochschule fachlich zuständigen Lehrenden betreut.
- Gegenstand ist eine praktische Fragestellung, idealerweise mit Bezug zum Praxisbetrieb der/des jeweiligen Studierenden. Das Thema wird von der/dem Studierenden vorgeschlagen und mit der/dem betreuenden Lehrenden vorab besprochen.

Literatur**Pflichtliteratur**

- Karmasin, M. & Ribing, R. (2019). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen (10. Auflage), UTB.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Praxisprojekt
--------------------------------------	---------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 150 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Die Studierenden bearbeiten selbstständig eine praxisrelevante, wissenschaftliche Fragestellung mit Unternehmensbezug unter akademischer Anleitung.

5. Semester

Marktforschung

Modulcode: DSMF1024

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Tanja Zweigle (Marktforschung)

Kurse im Modul

- Marktforschung (DSMF102401)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Fallstudie

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Marketingforschung: Unterstützung bei der Entscheidungsfindung
- Wahl des Forschungsansatzes
- Wahl der Erhebungsmethode
- Messung, Operationalisierung und Skalierung der Variablen
- Auswahl der Erhebungseinheiten
- Datenanalyse, -interpretation und Präsentation der Ergebnisse

Qualifikationsziele des Moduls**Marktforschung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Methoden der Marktforschung zu kennen.
- die Basistechniken von Forschungsansätzen, Erhebungsmethoden und Datenanalyse mit Schwerpunkt auf der Interpretation und Bewertung der Ergebnisse zu verstehen.
- systematisch Daten zu sammeln und zu analysieren um Entscheidungen auf der Basis fundierter Kriterien zu treffen.
- die Bedeutung, Nutzen und Grenzen von Marktforschungsdaten zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Marketing
- Online-Marketing
- Kommunikation und PR
- Social Media und Mobile Marketing

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Bachelor Marketingmanagement

Marktforschung

Kurscode: DSMF102401

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Ziel der Marktforschung ist es, Informationen zu sammeln, die die Entscheidungsfindung im Management unterstützen. Diese Informationen können auf vielfältige Weise beschafft werden. Der Kurs Marktforschung bietet den Studenten ein Basiswissen der Vorgehensweise und der Methoden der Marktforschung. Auf der Grundlage des Marktforschungsprozesses werden alle Prozessschritte behandelt. Das Augenmerk der Datenanalyse liegt auf der Interpretation statistischer Analysen am Beispiel von Potenzial-, Image- oder Kundenzufriedenheitsanalysen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Methoden der Marktforschung zu kennen.
- die Basistechniken von Forschungsansätzen, Erhebungsmethoden und Datenanalyse mit Schwerpunkt auf der Interpretation und Bewertung der Ergebnisse zu verstehen.
- systematisch Daten zu sammeln und zu analysieren um Entscheidungen auf der Basis fundierter Kriterien zu treffen.
- die Bedeutung, Nutzen und Grenzen von Marktforschungsdaten zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Marktforschung
 - 1.1 Definition und Bezug zum Marketing
 - 1.2 Aufgaben und Prozess der Marktforschung
 - 1.3 Anbieter und Nutzer von Marktforschungsdaten
2. Überblick: Wahl des Forschungsansatzes; explorative, deskriptive und kausale Studien
 - 2.1 Überblick: Wahl des Forschungsansatzes
 - 2.2 Explorative Studien
 - 2.3 Deskriptive Studien
3. Wahl der Erhebungsmethode: Sekundärforschung
 - 3.1 Vor- und Nachteile, Informationsquellen der Sekundärforschung
 - 3.2 Systemplattformen im Rahmen der Marktforschung
 - 3.3 Praktischer Nutzen der Marktforschung am Beispiel Porsche

4. Wahl der Erhebungsmethode: Primärforschung I
 - 4.1 Verfahren der Primärforschung
 - 4.2 Verfahren der Primärforschung: Befragung und Exploration
 - 4.3 Verfahren der Primärforschung: Gruppendiskussionen, Tiefeninterviews und Experimente
5. Wahl der Erhebungsmethode: Primärforschung II
 - 5.1 Verfahren der Primärforschung: Beobachtung
 - 5.2 Verfahren der Primärforschung: Online-Befragungen
 - 5.3 Verfahren der Primärforschung: Panels und Trendstudien
6. Messtheoretische Grundlagen, Skalierung, Operationalisierung der Variablen
 - 6.1 Begriffe
 - 6.2 Messniveaus
 - 6.3 Skalierung
 - 6.4 Operationalisierung der Variablen
7. Aufbereitung der Daten
 - 7.1 Redigierung bzw. Editierung der vorliegenden Erhebungsbögen
 - 7.2 Codierung von Erhebungsbögen
 - 7.3 Fehlerkontrolle
 - 7.4 Umgang mit fehlenden Daten
8. Deskriptive Datenanalyse; uni-/bivariate Verfahren
 - 8.1 Univariate Verfahren
 - 8.2 Bivariate Verfahren
9. Multivariate Analyseverfahren
 - 9.1 Dependenzanalyse
 - 9.2 Interdependenzanalyse
 - 9.3 Fehlerquellen bei multivariaten Analysen
10. Multivariates Verfahren zur Datenanalyse am Beispiel Kundenzufriedenheit
 - 10.1 Besonderheiten bei der Ermittlung der Kundenzufriedenheit
 - 10.2 Zu berücksichtigende Elemente für den Fragebogen
 - 10.3 Der fertige Fragebogen

Literatur**Pflichtliteratur**

- Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P. (2009): Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. 12. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834915481.
- Brown, T./Churchill, G. A./Iacobucci, D. (2005): Marketing Research, Methodological Foundations. 9. Auflage, Thomson, Hampshire, UK.
- Churchill, G. A./Brown, T./Suter, T. A. (2010): Basic Marketing Research. 7. Auflage, Thomson, Hampshire (UK). ISBN-13: 978-1439041406.
- Fantapié Altobelli, C. (2007): Marktforschung. Methoden - Anwendungen – Praxisbeispiele. 2. Auflage, UTB, Stuttgart. ISBN-13: 978-3825283421.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 114 h	Präsenzstudium 36 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Deutsches und europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht

Modulcode: DSDELP-H

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende
----------------------------------	--	---------------------	----------------	--------------------------------

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Böltz (Deutsches und europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht)

Kurse im Modul

- Deutsches und europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht (DSDELP-H01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Deutsches und Europäisches Lebensmittelrecht
 - Entwicklung und Ziele des Lebensmittelrechts
 - Rechtsquellen und Vollzug des Lebensmittelrechts
 - Kennzeichnung, Aufmachung und Bewerbung von Lebensmitteln
 - Lebensmittelsicherheit und Krisenmanagement
 - Regulatorische Anforderungen an spezifische Lebensmittelkategorien
- Produktsicherheitsrecht
 - Grundzüge und Ziele des Produktsicherheitsrechts
 - Regelungsinhalt und Marktüberwachung des Produktsicherheitsrechts
 - Produkt- und Produzentenhaftung

Qualifikationsziele des Moduls**Deutsches und europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die regulatorischen Rahmenbedingungen für Lebensmittel und Verbraucherprodukte zu erläutern und auf Sachverhalte in der Praxis anzuwenden.
- die Regelungsstruktur, Grundbegriffe und -prinzipien des Lebensmittel- und Produktsicherheitsrechts fundiert darzustellen.
- die Verantwortlichkeiten in der Lebensmittel- bzw. Lieferkette abzugrenzen und Grundzüge der Haftung zu skizzieren.
- Lebensmittel von anderen Produkten (wie Kosmetika, Arzneimitteln, Medizinprodukten oder Bioziden) abzugrenzen.
- allgemeine und spezifische Kennzeichnungsanforderungen für Lebensmittel und Verbraucherprodukte anhand von Praxisbeispielen zu erklären und anzuwenden.
- Grundzüge an die Anforderung der Werbung und den Fernabsatz von Lebensmitteln zu erläutern.
- die Kompetenzen und Befugnisse der Lebensmittelüberwachung beim Vollzug zu kennen und in der betrieblichen Praxis anzuwenden.
- Anforderungen an die Lebensmittel- und Produktsicherheit darzulegen und Grundzüge des Krisenmanagements zu erläutern.
- das Recht der Verbraucherinformation, Warnungen sowie Informationen der Öffentlichkeit zu erläutern und an Praxisbeispielen zu veranschaulichen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Warenkunde
- Getränkekunde
- Ernährungslehre
- Hygiene und Allergenmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Deutsches und europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht

Kurscode: DSDELP-H01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Deutsches und Europäisches Lebensmittel- und Produktsicherheitsrecht befasst sich mit den regulatorischen Vorgaben für Lebensmittel sowie den Sicherheitsanforderungen an Verbraucherprodukte. Der Kurs vermittelt ein fundiertes theoretisches Wissen im Bereich des Lebensmittel- und Produktsicherheitsrechts. Dabei werden Inhalte, Regulationsstruktur und Ziele der beiden Rechtsgebiete sowie deren praktische Anwendung in der gesamten Lebensmittelkette (Urproduktion, Herstellung, Groß- und Einzelhandel sowie Gastronomie) bzw. dem Herstellungsprozess (Hersteller, Händler) erläutert. Neben den horizontalen Vorgaben, die für alle Lebensmittel und Verbraucherprodukte bei der Herstellung (etwa im Bereich der Hygiene oder des Krisenmanagements) und Kennzeichnung gelten, werden vertikale Anforderungen, die lediglich für spezifische Produkte (wie Lebensmittel aus biologischer/ökologischer Produktion, neuartige Lebensmittel oder Nahrungsergänzungsmittel) Anwendung finden, aufgezeigt. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf den für die Praxis bedeutenden Rechtsquellen und privaten Standards sowie der Interaktion des deutschen und europäischen Rechts.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die regulatorischen Rahmenbedingungen für Lebensmittel und Verbraucherprodukte zu erläutern und auf Sachverhalte in der Praxis anzuwenden.
- die Regelungsstruktur, Grundbegriffe und -prinzipien des Lebensmittel- und Produktsicherheitsrechts fundiert darzustellen.
- die Verantwortlichkeiten in der Lebensmittel- bzw. Lieferkette abzugrenzen und Grundzüge der Haftung zu skizzieren.
- Lebensmittel von anderen Produkten (wie Kosmetika, Arzneimitteln, Medizinprodukten oder Bioziden) abzugrenzen.
- allgemeine und spezifische Kennzeichnungsanforderungen für Lebensmittel und Verbraucherprodukte anhand von Praxisbeispielen zu erklären und anzuwenden.
- Grundzüge an die Anforderung der Werbung und den Fernabsatz von Lebensmitteln zu erläutern.
- die Kompetenzen und Befugnisse der Lebensmittelüberwachung beim Vollzug zu kennen und in der betrieblichen Praxis anzuwenden.
- Anforderungen an die Lebensmittel- und Produktsicherheit darzulegen und Grundzüge des Krisenmanagements zu erläutern.
- das Recht der Verbraucherinformation, Warnungen sowie Informationen der Öffentlichkeit zu erläutern und an Praxisbeispielen zu veranschaulichen.

Kursinhalt

1. Historische Entwicklung des Lebensmittelrechts
 - 1.1 Antike, Mittelalter und Neuzeit: Schutz vor Betrug
 - 1.2 19. Jahrhundert: Schutz der Gesundheit
 - 1.3 20./21. Jahrhundert: Umfassende Regelung des Verkehrs mit Lebensmitteln
2. Rechtsquellen, Regelungsgegenstand und Ziele des Lebensmittelrechts
 - 2.1 Rechtsquellen und Normenhierarchie
 - 2.2 Regelungsgegenstand: intradisziplinäre Materie
 - 2.3 Ziele und Zielkonkurrenz
3. Aufbau und Vollzug des Lebensmittelrechts
 - 3.1 Rechtsgrundlagen des Vollzugs
 - 3.2 Organisation des Lebensmittelüberwachung
 - 3.3 Kompetenzen und Befugnisse der Überwachungsbehörden
4. Grundbegriffe des Lebensmittelrechts
 - 4.1 Definition des Lebensmittels
 - 4.2 Arten von Lebensmitteln
 - 4.3 Abgrenzung des Lebensmittels zu anderen Produkten

- 4.4 Weitere Grundbegriffe des Lebensmittelrechts
- 5. Grundprinzipien des Lebensmittelrechts
 - 5.1 Missbrauchs- und Verbotprinzip
 - 5.2 Lebensmittelsicherheit, Sofortmaßnahmen und Rückverfolgbarkeit
 - 5.3 Risikoanalyse und Vorsorgeprinzip
 - 5.4 Transparenz und Information der Öffentlichkeit
 - 5.5 Verantwortlichkeiten
- 6. Haftung und Verantwortung in der Lebensmittelkette
 - 6.1 Ketten- und Stufenverantwortung vs. stufenübergreifende Verantwortung
 - 6.2 Haftung in der Lebensmittelkette
 - 6.3 Delegation von Verantwortlichkeiten
- 7. Staatliche Information und Warnung der Öffentlichkeit
 - 7.1 Information der Öffentlichkeit und Warnung, § 40 LFGB
 - 7.2 Verbraucherinformation nach § 40 Abs. 1a LFGB
 - 7.3 Informationsanspruch nach dem Verbraucherinformationsgesetz
 - 7.4 Das Informationsportal „Lebensmittelklarheit“
- 8. Allgemeine Anforderungen an Kennzeichnung, Aufmachung und Werbung von Lebensmitteln
 - 8.1 Abgrenzung vorverpackter und nicht vorverpackter Lebensmittel
 - 8.2 Pflichtkennzeichnungselemente vorverpackter Lebensmittel
 - 8.3 Pflichtkennzeichnungselemente nicht vorverpackter Lebensmittel
 - 8.4 Exkurs: Fernabsatz von Lebensmitteln
- 9. Spezifische Anforderungen an Kennzeichnung und Werbung von Lebensmitteln
 - 9.1 Verbot der Irreführung
 - 9.2 Verbot krankheitsbezogener Werbung
 - 9.3 Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben
 - 9.4 Informationen über Lebensmittel für besondere Gruppen (wie Säuglinge / Kleinkinder)
 - 9.5 Bezeichnungsschutz und Herkunftsangaben
 - 9.6 Exkurs: vegetarische und vegane Lebensmittel
- 10. Lebensmittelhygiene
 - 10.1 Rechtsrahmen und Leitlinien der EU-Kommission
 - 10.2 Grundprinzip der Eigenverantwortung des Lebensmittelunternehmer
 - 10.3 HACCP-Konzept und Grundsatz der Flexibilität

- 10.4 EU-Zulassung: Registrierung und Zulassung von Betrieben
- 11. Das Food Improvement Agent Package (FIAP)
 - 11.1 Struktur und Regelungsgegenstand des FIAP
 - 11.2 Zusatzstoffe
 - 11.3 Aromen
 - 11.4 Lebensmittelenzyme
- 12. Lebensmittel aus ökologischer/biologischer Produktion
 - 12.1 Rechtsrahmen für ökologische/biologische Produkte
 - 12.2 Kennzeichnung, EU-Bio Logo und private / nationale Logos
 - 12.3 Onlineversandhandel ökologischer/biologischer Lebensmittel
- 13. Dem Verbot mit Erlaubnisvorbehalt unterliegende Lebensmittel
 - 13.1 Neuartige Lebensmittel
 - 13.2 Gentechnisch veränderte Lebensmittel
 - 13.3 Zusatzstoffe, Enzyme und Aromen
- 14. Produktsicherheitsrecht und Verbraucherprodukte
 - 14.1 Rechtsgrundlagen und Regelungsgegenstand
 - 14.2 Grundsätze der Produktverantwortung
 - 14.3 Europäisches Konzept der Produktsicherheit
 - 14.4 Grundstruktur des ProduktSG und Marktüberwachung

Literatur**Pflichtliteratur**

- Gauger & Hartmannsberger. (2014). Rechtliche Anforderungen an Verbraucherprodukte – Pflichten, Risiken, Praxisprobleme, NJW 2014, 1137-1142
- Kraus & Schlösser [Hrsg.] (2022). Praxisleitfaden Allergenmanagement, 2. Auflage 2022, Behr's Verlag
- Schucht (2013). Das Recht der Verbraucherprodukte im neuen Produktsicherheitsgesetz, VuR 2013, 86 - 92
- Streinz & Kraus [Hrsg.] (2022). Lebensmittelrechts-Handbuch, 43. EL 2022, C. H. Beck Verlag

Weiterführende Literatur

- Bülte/Dannecker/Domeier/Gorny/Preuß, LFGB, Kommentar, 2017, Behr's Verlag
- Hagenmeyer, LMIV, Kommentar, 2018, Behr's Verlag
- Holle/Hüttenbräuker, HCVO, Kommentar, 2018, Verlag C. H. Beck
- Meyer, Lebensmittelrecht, 9. Auflage 2022, Beck-Texte im dtv
- Streinz/Meisterernst, BasisVO/LFGB, Kommentar, 2021, Verlag C. H. Beck
- Voit/Grube, LMIV, Kommentar, 2. Auflage 2016, Verlag C. H. Beck/Zipfel/Rathke/Sosnitza, Lebensmittelrecht, Loseblattkommentar, Verlag C. H. Beck

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der online Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der virtuellen Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Praxisprojekt 5

Modulcode: DSPRAXP51024

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anna Klein (Praxisprojekt 5)

Kurse im Modul

- Praxisprojekt 5 (DSPRAXP5102401)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Exposé

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlegende Planung des Praxisprojektes V und VI
- Reflexion des beruflichen Handelns
- wissenschaftliche Recherche und Darlegung geplanter Methoden
- Dokumentation der Planungen für das Praxisprojekt VI

Qualifikationsziele des Moduls

Praxisprojekt 5

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf komplexe praktische Probleme anzuwenden und zu vertiefen.
- ein tiefgehendes Verständnis der betrieblichen Arbeitspraxis aufzuweisen.
- vielschichtige Probleme aus der Praxis selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können.
- ausgeprägte kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.
- die für die anstehende Bachelorarbeit benötigten grundlegenden wissenschaftlichen Arbeitstechniken sicher zu beherrschen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module des Semesters

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle dualen Bachelor-Programme

Praxisprojekt 5

Kurscode: DSPRAXP5102401

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen der Praxisprojekte V und VI bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung mit Unternehmensbezug unter Einleitung einer/s Lehrenden. Das Thema weist einen gehobenen Schwierigkeitsgrad auf. Sie recherchieren eigenständig Literatur, arbeiten den durch Literatur dokumentierten Stand der Wissenschaft hinsichtlich des gewählten Themas heraus und leisten einen Beitrag zur Anwendung und/oder Weiterentwicklung des Themas. Die Studierenden erfassen ihre Lösungen und Empfehlungen in einem vorbereitenden Exposé (Praxisprojekt V) und einer darauf aufbauenden schriftlichen Projektarbeit (Praxisprojekt VI).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf komplexe praktische Probleme anzuwenden und zu vertiefen.
- ein tiefgehendes Verständnis der betrieblichen Arbeitspraxis aufzuweisen.
- vielschichtige Probleme aus der Praxis selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können.
- ausgeprägte kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.
- die für die anstehende Bachelorarbeit benötigten grundlegenden wissenschaftlichen Arbeitstechniken sicher zu beherrschen.

Kursinhalt

- Im Praxisprojekt V und VI bearbeiten die Studierenden eine studiengangsspezifische Themenstellung mit gehobenem Schwierigkeitsgrad. Die Bearbeitung der einheitlichen Themenstellung gliedert sich in zwei Phasen: Um die gewünschte wissenschaftliche Vertiefung zu gewährleisten, wird im Praxisprojekt V ein vorbereitendes Exposé erstellt, auf dessen Grundlage nach Rücksprache mit der/m betreuenden Lehrenden im Praxisprojekt VI die Projektarbeit angefertigt wird.

- Gegenstand ist eine praktische Fragestellung, idealerweise aus dem Praxisbetrieb der/des jeweiligen Studierenden. Das Thema entstammt idealerweise bereits dem für die Bachelorarbeit vorgesehenen Themengebiet und wird von der/dem Studierenden vorgeschlagen und mit der/dem betreuenden Lehrenden vorab besprochen.

Literatur

Pflichtliteratur

- Karmasin, M. & Ribing, R. (2019). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen (10. Auflage), UTB.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Praxisprojekt
--------------------------------------	---------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Exposé

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 150 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Die Studierenden bearbeiten selbstständig eine praxisrelevante, wissenschaftliche Fragestellung mit Unternehmensbezug unter akademischer Anleitung

Grundlagen der Systemgastronomie

Modulcode: DSGS1025

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende
----------------------------------	--	---------------------	----------------	--------------------------------

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gabriel Laeis (Grundlagen der Systemgastronomie)

Kurse im Modul

- Grundlagen der Systemgastronomie (DSGS102501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen der Systemgastronomie
- allgemeine und spezifische Aspekte des Marketings in der Systemgastronomie
- Grundlagen Digitalisierung
- Methoden und Tools bei der Beschaffung, der Menügestaltung, der Produktion und dem Waste-Management
- Instrumente beim Personalmanagement
- Tools beim Rechnungswesen und dem Controlling
- die vernetzte Küche•Cybersicherheit
- aktuelle Entwicklungen der Digitalisierung in der Gastronomie

Qualifikationsziele des Moduls**Grundlagen der Systemgastronomie**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Prinzipien der verschiedenen Segmente der Systemgastronomie darzustellen und zu erklären.
- branchenspezifische Marketingmethoden darzustellen, verschiedene Distributions- und Verkaufsstrategien sowie Verkaufssysteme zu analysieren und zu bewerten sowie diese in Form eines Marketingmixes beispielbezogen anzuwenden.
- Grundbegriffe der Digitalisierung zu erklären, sowie die Bedeutung der Digitalisierung für die Gastronomie zu analysieren und zu bewerten.
- verschiedene Methoden und Tools in der Beschaffung, der Menügestaltung, der Produktion und des Waste-Managements bzgl. ihrer technischen, ökonomischen und ressourcenbezogenen Aspekte zu veranschaulichen, zu vergleichen und diese auf ihre unternehmerischen Konsequenzen hin zu analysieren und zu beurteilen.
- verschiedene Instrumente bzw. Tools des Personalmanagements sowie des Rechnungswesens zu verstehen, zu bewerten und anzuwenden.
- die verschiedenen Aspekte der Cybersicherheit zu verstehen und zu erklären.
- das Konzept „vernetzte Küche“ für ein praktisches Beispiel zu konzipieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im
Bereich Gastronominmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Bachelor-Programme im
Bereich Hospitality, Tourism & Event

Grundlagen der Systemgastronomie

Kurscode: DSGS102501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs vermittelt zunächst Basiswissen in der Systemgastronomie mit dem Schwerpunkt auf den Bereich Marketing. Ziel ist es, spezifische Grundlagen darzustellen und die Besonderheiten der Branche zu erörtern. Ferner vermittelt der Kurs die Grundlagen zum Thema „Digitalisierung“. Dabei stehen besonders die Chancen, aber auch die Herausforderungen der Digitalisierung in der Gastronomie im Vordergrund. Digitalisierung wird dabei als ein Prozess und ein Tool verstanden, nicht als umfassende Lösung. Aufbauend auf diesem grundlegenden Verständnis werden verschiedene aktuelle Methoden, Instrumente bzw. Tools für die unterschiedlichen Bereiche der Auf- und Ablauforganisation einer gastronomischen Einrichtung beschrieben, analysiert und auf ihre Praxistauglichkeit hin beurteilt. Ziel ist es, ein tieferes Verständnis für die Anwendbarkeit dieser unterschiedlichen Werkzeuge im gastronomischen Alltag zu vermitteln, ihre Bedeutung für die ökonomische Entwicklung zu diskutieren und die sich daraus ergebenden unternehmensstrukturellen Handlungsoptionen abzuleiten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Prinzipien der verschiedenen Segmente der Systemgastronomie darzustellen und zu erklären.
- branchenspezifische Marketingmethoden darzustellen, verschiedene Distributions- und Verkaufsstrategien sowie Verkaufssysteme zu analysieren und zu bewerten sowie diese in Form eines Marketingmixes beispielbezogen anzuwenden.
- Grundbegriffe der Digitalisierung zu erklären, sowie die Bedeutung der Digitalisierung für die Gastronomie zu analysieren und zu bewerten.
- verschiedene Methoden und Tools in der Beschaffung, der Menügestaltung, der Produktion und des Waste-Managements bzgl. ihrer technischen, ökonomischen und ressourcenbezogenen Aspekte zu veranschaulichen, zu vergleichen und diese auf ihre unternehmerischen Konsequenzen hin zu analysieren und zu beurteilen.
- verschiedene Instrumente bzw. Tools des Personalmanagements sowie des Rechnungswesens zu verstehen, zu bewerten und anzuwenden.
- die verschiedenen Aspekte der Cybersicherheit zu verstehen und zu erklären.
- das Konzept „vernetzte Küche“ für ein praktisches Beispiel zu konzipieren.

Kursinhalt

1. Systemgastronomie

- 1.1 Definition und Entwicklung der Systemgastronomie in Deutschland
- 1.2 Merkmale, Chancen und Herausforderungen der verschiedenen Segmente
- 1.3 Aktuelle Konzepte und Unternehmensstrategien
- 1.4 Marketing in der Systemgastronomie
 - 1.4.1 Grundlagen
 - 1.4.2 Distributions- und Verkaufsstrategien
 - 1.4.3 Verkaufssysteme
 - 1.4.4 Marketingmix
2. Grundlagen der Digitalisierung in der (System-)Gastronomie
 - 2.1 Relevante Begrifflichkeiten
 - 2.2 Digitalisierung als Prozess
 - 2.3 Entwicklung der und Erwartungen an die Digitalisierung in der Gastronomie
3. Digitale Instrumente der internen Prozesskette
 - 3.1 Beschaffung
 - 3.1.1 Grundlagen E-Procurement
 - 3.1.2 Warenwirtschaftssysteme
 - 3.1.3 Einkaufsmanagement
 - 3.1.4 Lagermanagement
 - 3.2 Speisen-/ Menügestaltung
 - 3.2.1 Speisen- und Menüplanung
 - 3.2.2 Rezepturverwaltung
 - 3.2.3 Allergenmanagement
 - 3.3 Produktion
 - 3.3.1 Produktionsplanung
 - 3.3.2 Gerätemanagement
 - 3.3.3 Spültechnik
 - 3.3.4 Hygienemanagement
 - 3.4 Personalmanagement
 - 3.4.1 Bewerbermanagement
 - 3.4.2 Personalplanung
 - 3.4.3 Personalschulung
 - 3.5 Waste-Management
 - 3.6 Rechnungswesen und Controlling
 - 3.6.1 Internes und externe Rechnungswesen
 - 3.6.2 Controlling

3.7 Die vernetzte Küche

3.8 Cybersicherheit in der (System-) Gastronomie

4. Aktuelle Entwicklungen der Digitalisierung in der Systemgastronomie

Literatur

Pflichtliteratur

- Aichele, C. & Schönberger, M. (2016). E-Business. Eine Übersicht für erfolgreiches B2B und B2C. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Block, W.-D., Letzner, C. & Panzenböck, G. (2011). Systemgastronomie. Systemorganisation, Personalwesen, Steuerung und Kontrolle betrieblicher Leistungserstellung. Trauner, Linz.
- DEHOGA BaWü (Hrsg.) (2017). Leitfaden zur Digitalisierung. Stuttgart
- Deutsche Telekom (Hrsg.) (2021). Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/ 21: Der Digitale Status Quo im deutschen Gastgewerbe. Jährlich aktualisiert
- Stähler, J. (2020). Gastro Digital. Matthaes Verlag, Stuttgart

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Von der Idee zur Marke – Entwicklung eines Franchise- konzeptes

Modulcode: DSEFK1026

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gabriel Laeis (Von der Idee zur Marke – Entwicklung eines Franchisekonzeptes)

Kurse im Modul

- Von der Idee zur Marke – Entwicklung eines Franchisekonzeptes (DSEFK102601)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Definition des Franchising
- Elemente des Franchisesystems
- Entwicklungen und Systeme des nationale und internationale Franchisemarktes
- Trends in der Produktentwicklung
- Methoden, Techniken und Tools um Innovationen zu planen, zu entwickeln und umzusetzen
- Grundlagen des Markenmanagements
- strategisches Markenmanagement
- operatives Markenmanagement
- Controlling des Markenmanagements
- Umsetzung der Produktentwicklung und des Markenmanagements an einem praktischen Beispiel

Qualifikationsziele des Moduls**Von der Idee zur Marke – Entwicklung eines Franchisekonzeptes**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff und die Entwicklung des Franchising zu beschreiben.
- die unterschiedlichen Perspektiven des Franchisesystems zu erläutern und zu bewerten.
- den nationalen und internationalen Franchisemarkt zu beschreiben, einzelne Konzepte zu bewerten und eine Übertragung auf die aktuellen Gegebenheiten bzw. auf den deutschen Markt abzuleiten.
- Innovationen als Triebfeder der Produktentwicklung zu beschreiben und darzustellen.
- klassische und alternative Methoden der Produktentwicklung zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- verschiedene Methoden und Tools zu Entwicklung neuer Produktideen/ einer Innovation zu erklären, zusammenfassend darzustellen und zielgerichtet auf ein praktisches Beispiel zu übertragen.
- die Grundlagen des Markenmanagements darzustellen und zu erklären
- die verschiedenen Elemente des strategischen und operativen Markenmanagements zu veranschaulichen und eigenständig auf ein praktisches Beispiel anzuwenden.
- die verschiedenen Controllingmodelle des Markenmanagements zu erklären, kritisch zu analysieren und bzgl. ihrer Praxisrelevanz einzuschätzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im Bereich
Gastronomiemanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Bachelor-Programme im Bereich
Hospitality, Tourism & Event

Von der Idee zur Marke – Entwicklung eines Franchise- konzeptes

Kurscode: DSEFK102601

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	1,5	5	keine

Beschreibung des Kurses

Zunächst erhalten die Studierenden einen Überblick über das System Franchising: Die Definition, Entwicklung, Bedeutung und die verschiedenen Elemente. Danach werden verschiedene nationale und internationale Franchisekonzepte analysiert und auf ihre Übertragung auf andere Märkte, auf andere Voraussetzungen und auf andere Zielgruppen analysiert. Ziel des zweiten Teils des Kurses ist die Entwicklung eines Markenkonzeptes für eine gastronomische Einrichtung ausgehend von der Entwicklung eines neuen Konzeptes bzw. einer innovativen Idee. Ausgangspunkt bilden hier die aktuellen Ansätze einer modernen Produktentwicklung, wobei traditionelle Methoden und Werkzeuge ebenso wie aktuelle und alternative Designansätze thematisiert werden. Das Produkt- bzw. Innovationsmanagement umfasst dabei sowohl die Planung – inklusive entsprechender Strategien und Zielsetzung –, die Entwicklung als auch die Umsetzung. Dem Marken- bzw. Brandmanagement liegt das Grundkonzept der identitätsorientierten Markenführung zugrunde. Sie bildet die Klammer aller nach außen und nach innen gerichteten Managementprozesse mit dem Ziel, eine funktionsübergreifende Vernetzung aller Entscheidungen und Maßnahmen zu erzielen. Im Vordergrund stehen dabei die Gestaltung der Markenidentität als interne Seite einer Marke und das hieraus extern resultierende Markenimage bei den Nachfragern. Die sich daraus ergebenden Erkenntnisse werden anhand eines Beispiels auf den Markt der Systemgastronomie übertragen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff und die Entwicklung des Franchising zu beschreiben.
- die unterschiedlichen Perspektiven des Franchisesystems zu erläutern und zu bewerten.
- den nationalen und internationalen Franchisemarkt zu beschreiben, einzelne Konzepte zu bewerten und eine Übertragung auf die aktuellen Gegebenheiten bzw. auf den deutschen Markt abzuleiten.
- Innovationen als Triebfeder der Produktentwicklung zu beschreiben und darzustellen.
- klassische und alternative Methoden der Produktentwicklung zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- verschiedene Methoden und Tools zu Entwicklung neuer Produktideen/ einer Innovation zu erklären, zusammenfassend darzustellen und zielgerichtet auf ein praktisches Beispiel zu übertragen.
- die Grundlagen des Markenmanagements darzustellen und zu erklären
- die verschiedenen Elemente des strategischen und operativen Markenmanagements zu veranschaulichen und eigenständig auf ein praktisches Beispiel anzuwenden.
- die verschiedenen Controllingmodelle des Markenmanagements zu erklären, kritisch zu analysieren und bzgl. ihrer Praxisrelevanz einzuschätzen.

Kursinhalt

1. Franchisebranche
 - 1.1 Definition und Entwicklung des Franchising
 - 1.2 Elemente des Franchise-Systems
 - 1.2.1 Franchisegeber
 - 1.2.2 Franchisenehmer
 - 1.2.3 Franchisevertrag
 - 1.3 Vor- und Nachteile des Franchising
 - 1.3.1 Aus der Sicht des Franchisegebers
 - 1.3.2 Aus der Sicht des Franchisenehmers
 - 1.4 Entwicklung des Franchisemarktes in Bezug auf die Systemgastronomie
 - 1.4.1 Zahlen, Daten, Fakten
 - 1.4.2 Ausgewählte nationale systemgastronomische Franchisegeber
 - 1.4.3 Ausgewählte internationale systemgastronomische Franchisegeber
2. Von der Idee zur Marke
 - 2.1 Produktentwicklung: Produkte entwickeln - Innovationen gestalten
 - 2.1.1 Einführung
 - Innovationen: Begriff und Arten
 - Trends in der Produktentwicklung
 - 2.1.2 Produkte/ Innovationen planen

- Grundlagen
 - Strategien
 - Erfolgsfaktor „Mitarbeiter*innen“
- 2.1.3 Produkte/ Innovationen entwickeln
- Techniken/ Ansätze zur Ideengenerierung
 - Ideenbewertung und -auswahl
 - Produkte/ Innovationen testen
- 2.1.4 Produkte/ Innovationen umsetzen
- Umsetzungsplan entwickeln
 - Instrumente der Prozess- und Erfolgssteuerung
- 2.2 Markenmanagement
- 2.2.1 Grundlagen
- „Marke“ und „Dienstleistungsmarke“: Definitionen, Gemeinsamkeiten, Unterschiede
 - Bedeutung und Nutzen einer „Marke“
 - Stellenwert und Besonderheiten einer „Marke“ in der Gastronomie
- 2.2.2 Strategisches Markenmanagement
- Markenanalyse (Markenstatus, Markenpotential)
 - Zielgruppe: Festlegung und Bedürfnisanalyse
 - Markenidentität
 - Markenimage
 - Markenziele
 - Markenpositionierung
 - Klassische und digitale Kommunikationsstrategien
- 2.2.3 Operatives Markenmanagement
- Internes operatives Markenmanagement
 - Externes operatives Markenmanagement
- 2.2.4 Controlling des Markenmanagements
- Finanzorientierte Modelle
 - Verhaltensorientierte Modelle
- 2.2.5 Aktuelle Entwicklungen des Brandmanagements
- 2.2.6 Übertragung auf ein praktisches Beispiel

Literatur**Pflichtliteratur**

- Brinkel, G. (2015). Erfolgreiches Franchise-System-Management. Eine empirische Untersuchung anhand der deutschen Franchise-Wirtschaft. Springer, Wiesbaden.
- Burmann, C., Halaszovich, T., Schade, M. & Piehler, R. (2018). Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen – Strategien – Umsetzung – Controlling. 3. Auflage. Springer, Wiesbaden
- Esch, F.-T., Tomczak, T., Kernstock, J., Langer, T. & Redler, J. (Hrsg.) (2019). Corporate Brand Management: Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen. 4. Auflage. Springer, Wiesbaden
- Freyberg, B. von, Gruner, A. & Schmidt, L. (2016). Innovationen managen in Hotellerie und Gastronomie. Matthaes Verlag, Stuttgart
- Gardini, M.A. (Hrsg.) (2011). Mit der Marke zum Erfolg. Matthaes Verlag, Stuttgart
- Schwarz, K. & Bruhn, M. (Hrsg.) (2020). Handbuch Produktentwicklung Lebensmittel und Innovationen – Leitfaden. Behr's Verlag, Hamburg
- Kugler, S. & Janda-Elbe, H. von (2018). Markenmanagement mit System: Wie Sie Ihre Marke strukturiert aufbauen und führen. Springer, Wiesbaden
- Riedl, H. & Niklas, M. (2017). Der Franchisevertrag. Fallstricke, Hilfestellungen und Organisationen. Springer, Wiesbaden.
- Riedl, H. (2018). Praxisleitfaden Franchising. Strategien und Werkzeuge für Franchisegeber und -nehmer. Springer, Wiesbaden.
- Rustler, F. (2019). Denkwerkzeuge. 9. Aufl. Midas, St. Gallen, Zürich

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Seminar
--------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Seminar mit integrierten (Gruppen-)Arbeiten, Diskussionen und Übungen. Es werden fachliche und methodische Grundlagenkompetenzen vertieft und fortgeschrittene Kompetenzen erworben.

Menüplanung und Budgetierung

Modulcode: DSMB0125

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gabriel Laeis (Menüplanung und Budgetierung)

Kurse im Modul

- Menüplanung und Budgetierung (DSMB012501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Menügestaltung unter Berücksichtigung saisonaler und regionaler Faktoren
- Traditionelle Systeme der Menüplanung und Budgetierung
- Kalkulation von Wareneinsatzquote, Personalkosten, Verkaufspreis und Umsatzprognose
- Entwicklung relevanter Kennzahlen und Kontrollmechanismen
- Erarbeitung von Schulungsmaßnahmen und Definition von Schnittstellen zu anderen Abteilungen
- Produkt- und Speisethik; Lieferantenkontrolle
- Aspekte der Digitalisierung
- Menükartengestaltung

Qualifikationsziele des Moduls

Menüplanung und Budgetierung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zeitgemäße Menü- und Speisenvorschläge zu erarbeiten.
- Systeme der Menüplanung und Budgetierung zu beurteilen.
- gemäß (eigens entwickelter) Vorgaben Lieferanten und Speise-Produkte auszuwählen und zu kontrollieren.
- einen Menüvorschlag kritisch auf seine Nachhaltigkeit hin überprüfen
- erarbeitete Menüvorschläge sicher zu kalkulieren und zu kontrollieren (Wareneinsatz, Personalkosten, Verkaufspreis, Umsatzprognose)
- Schnittstellen zu anderen Abteilungen zu erkennen und zu berücksichtigen
- grafische Umsetzung der Menüs vorzubereiten

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

- Einführung Gastronomie und Kulinaristik
- Warenkunde
- Ernährungslehre
- Konsumentenverhalten
- Hygiene- und Allergenmanagement
- Ernährungsverhalten und Ernährungsformen
- Internationale Gastronomiekonzepte
- Gastronomie Business Projekt
- Nachhaltigkeit in der Gastronomie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Menüplanung und Budgetierung

Kurscode: DSMB012501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Menüplanung und Budgetierung befasst sich mit der Erstellung von Speisekarten, Menüvorschlägen sowie Bankett- und Buffetvorschlägen. Hierbei finden saisonale und regionale Aspekte Berücksichtigung. Entsprechende Produkte und Lieferanten werden auf ethische und nachhaltige Faktoren überprüft. Neben der Gestaltung von Menüvorschlägen erlernen die Studierenden entsprechende Kalkulations- und Kontrollmethoden für die Wareneinsatzquote, die Personal- und Energiekosten, Gestaltung von Verkaufspreisen und Umsatzprognose. Ferner sind die Studierenden in der Lage, Auswirkungen der Digitalisierung auf die Menügestaltung und Budgetierung zu erkennen und hiermit umzugehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zeitgemäße Menü- und Speisenvorschläge zu erarbeiten.
- Systeme der Menüplanung und Budgetierung zu beurteilen.
- gemäß (eigens entwickelter) Vorgaben Lieferanten und Speise-Produkte auszuwählen und zu kontrollieren.
- einen Menüvorschlag kritisch auf seine Nachhaltigkeit hin überprüfen
- erarbeitete Menüvorschläge sicher zu kalkulieren und zu kontrollieren (Wareneinsatz, Personalkosten, Verkaufspreis, Umsatzprognose)
- Schnittstellen zu anderen Abteilungen zu erkennen und zu berücksichtigen
- grafische Umsetzung der Menüs vorzubereiten

Kursinhalt

1. Grundlagen der Menüplanung und Budgetierung
 - 1.1 Verständnis & Definitionen
 - 1.2 Konzepte
2. Menügestaltung unter Berücksichtigung saisonaler und regionaler Faktoren
 - 2.1 Identifikation saisonaler & regionaler Menübestandteile
 - 2.2 Identifikation entsprechender Lieferanten
 - 2.3 Entwicklung und attraktive Gestaltung von Speisekarten, Menü- und Buffetvorschlägen unter Berücksichtigung von Menüfolgeregeln sowie aktueller Ernährungstrends

- 2.4 Kennzeichnungspflichten in Menüs
3. Kalkulation von Wareneinsatzquote, Personalkosten, Verkaufspreis und Umsatzprognose
 - 3.1 Erstellung entsprechender Kennzahlen zur Ermittlung der Wareneinsatzquote
 - 3.2 Ermittlung des Personalbedarfs; Ableitung der Personalkosten
 - 3.3 Kalkulation des Verkaufspreises gemäß der Wareneinsatzquote, Fixkosten des Betriebes und Berücksichtigung des Marktumfeldes
 - 3.4 Entwicklung einer Umsatzprognose
4. Entwicklung relevanter Kennzahlen und Kontrollmechanismen
 - 4.1 Kostendeckungsrechnung
 - 4.2 Werkzeuge der Menü Analyse (bspw. Kasvana und Smith Matrix, Pavesic's Cost-Margin Analysis, Hayes und Huffmann's Goal Value (GV)Equation)
 - 4.3 Darstellung und Entwicklung von Umsatz- und Kostenszenarien
 - 4.4 Entwicklung individueller Kennzahlen, angepasst für die spezifischen betrieblichen Bedürfnisse
 - 4.5 Bedarfsermittlung und Bestellung der benötigten Ware
 - 4.6 Inventuren und Kontrolle (Warenwirtschaft)
5. Produkt- und Speisethik, Lieferanten
 - 5.1 Definition und Entwicklung eigener Standards zur Kontrolle der Speisenherkunft
 - 5.2 Kontrolle der Lieferantenkette
 - 5.3 Aspekte der Nachhaltigkeit
6. Aspekte der Digitalisierung
 - 6.1 Einsatz von digitalen Medien bei der Menügestaltung und Budgetierung
 - 6.2 Schnittstellen zur Hotel EDV und externen Dienstleistern (Lieferanten)
7. Menükartengestaltung
 - 7.1 Mitwirkung bei verkaufsfördernden Maßnahmen
 - 7.2 Vorbereitung zur grafischen/kommunikativen Umsetzung des Menüvorschlags

Literatur**Pflichtliteratur**

- Richter, G. & Richter, D. (2014) Küchenkalkulation (4. Aufl.) Matthaes Verlag
- Fischl, B. & Fischer, M. (2016). Erfolgreich in der Gastronomie. C.H.Beck.
- Peter Posluschny, P. (2013). Kostenrechnung für die Gastronomie. Oldenbourg Wissenschaftsverlag

Weiterführende Literatur

- Dittmer, P. R. & Keefe, D. (2009). Principles of food, beverage, and labor cost controls (9. Aufl.). Wiley.
- Legrand, W., Chen, J., & Laeis, G. (2022). Sustainability in the hospitality industry: Principles of sustainable operations (4. Aufl.). Routledge.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Internationale Gastronomiekonzepte

Modulcode: DSIG0125

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Internationale Gastronomiekonzepte)

Kurse im Modul

- Internationale Gastronomiekonzepte (DSIG012501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- aktuelle internationale Gastronomiekonzepte
- kritische Auseinandersetzung mit der Entwicklung und den Charakteristika internationaler Gastronomiekonzepte
- Erarbeitung eines zielgruppenspezifischen, kulinarischen und ökonomisch umsetzbaren Gastronomiekonzeptes

Qualifikationsziele des Moduls**Internationale Gastronomiekonzepte**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Charakteristika aktueller internationaler Gastronomiekonzepte im Team zu recherchieren, zu analysieren, zu bewerten und zu präsentieren
- diese Konzepte im Kontext der aktuellen Food Trends und in Bezug auf ihre Umsetzbarkeit im deutschen und/ oder europäischen Umfeld zu analysieren und kritisch zu bewerten
- auf Basis der internationalen Konzepte ein zielgruppenspezifisches, kulinarisches und ökonomisch umsetzbare Gastronomiekonzept zu entwickeln und darzustellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im Bereich
Gastronomiemanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Internationale Gastronomiekonzepte

Kurscode: DSIG012501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Grundlage des Kurses ist die Auseinandersetzung mit der Entwicklung und den Charakteristika aktueller internationaler Gastronomiekonzepte. Dies bezieht sich sowohl auf das inhaltliche und ökonomische Konzept an sich, als auch besonders auf die Zielgruppen, das Marketing, Aspekte der Nachhaltigkeit, die praktische Umsetzung vor Ort und die Bewertung im jeweiligen nationalen und internationalen Kontext. Zudem soll eruiert werden, welche dieser Bestandteile auf ein nationales Konzept langfristig übertragbar sind. Die Studierenden werden dann auf Basis dieser Ausarbeitungen ein adaptiertes nationales Gastronomiekonzept entwickeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Charakteristika aktueller internationaler Gastronomiekonzepte im Team zu recherchieren, zu analysieren, zu bewerten und zu präsentieren
- diese Konzepte im Kontext der aktuellen Food Trends und in Bezug auf ihre Umsetzbarkeit im deutschen und/ oder europäischen Umfeld zu analysieren und kritisch zu bewerten
- auf Basis der internationalen Konzepte ein zielgruppenspezifisches, kulinarisches und ökonomisch umsetzbare Gastronomiekonzept zu entwickeln und darzustellen.

Kursinhalt

1. Analyse aktueller internationaler Gastronomiekonzepte
 - 1.1 Geschäftsidee/ inhaltliches Konzept
 - 1.2 Zielgruppe und Standort
 - 1.3 Gründerprofil
 - 1.4 Markt und Wettbewerb
 - 1.5 Marketing und Vertrieb
 - 1.6 Unternehmensorganisation
2. Erarbeitung eines zielgruppenspezifischen, kulinarischen und ökonomisch umsetzbaren Gastronomiekonzeptes

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Wird am Anfang des Kurses bekannt gegeben.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Seminar
--------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Seminar mit integrierten (Gruppen-)Arbeiten, Diskussionen und Übungen. Es werden fachliche und methodische Grundlagenkompetenzen vertieft und fortgeschrittene Kompetenzen erworben.

6. Semester

Verpflegungskonzepte

Modulcode: DSV0725

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Verpflegungskonzepte)

Kurse im Modul

- Verpflegungskonzepte (DSV072501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Fallstudie

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- nationale und internationale Perspektiven des Begriffs „Verpflegungskonzepte“
- Ziele, Kennzahlen und Elemente eines Verpflegungskonzeptes
- Leitbild und Unternehmenskultur als Einflussfaktor auf das Verpflegungskonzept
- Speisenproduktionssysteme
- Ausgabesysteme
- Bezahlssysteme
- Outsourcing
- Entwicklung eines Verpflegungskonzeptes

Qualifikationsziele des Moduls

Verpflegungskonzepte

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff „Verpflegungskonzept“ unter den verschiedenen Perspektiven darzustellen und zu erläutern.
- die verschiedenen Speisenproduktionssysteme zu beschreiben, ihre Vor- und Nachteile zu analysieren und ihre Anwendung in unterschiedlichen gastronomischen Einrichtungen kritisch zu beurteilen.
- die verschiedenen Ausgabe- und Bezahlssysteme zu beschreiben, ihre Vor- und Nachteile für verschiedene gastronomische Einrichtungen zu analysieren und zu beurteilen.
- die strategischen und organisatorischen Voraussetzungen für die Entwicklung eines Verpflegungskonzepts zu benennen, darzustellen und zu erörtern.
- ein Verpflegungskonzept anhand eines praktischen Beispiels zu konzipieren sowie die strategischen und operativen Elemente zu operationalisieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im Bereich
Gastronomiemanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Verpflegungskonzepte

Kurscode: DSV072501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs liefert den Studierenden zunächst einen Überblick über die verschiedenen Begriffsdefinitionen „Verpflegungskonzept“ (VK) in der nationalen und internationalen Literatur, die Elemente eines VK sowie die Auswirkungen des Leitbildes bzw. der Unternehmenskultur auf die strategische und operative Ausgestaltung eines VK. Es folgt die Darstellung der verschiedenen Speisenproduktionssysteme, Ausgabesysteme und Bezahlssysteme mit ihren jeweiligen spezifischen Anforderungen an die technische Ausstattung sowie die personellen und finanziellen Ressourcen ebenso wie die jeweiligen Vor- und Nachteile für die unterschiedlichen gastronomischen Einrichtungen. Zum Abschluss erhalten die Studierenden Einblick in die konkrete Entwicklung eines Verpflegungskonzeptes für einen gastronomischen Betrieb. Ziel ist, dass sie anhand eines praktischen Beispiels ein Verpflegungskonzept mit allen strategischen und operativen Elementen entwickeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff „Verpflegungskonzept“ unter den verschiedenen Perspektiven darzustellen und zu erläutern.
- die verschiedenen Speisenproduktionssysteme zu beschreiben, ihre Vor- und Nachteile zu analysieren und ihre Anwendung in unterschiedlichen gastronomischen Einrichtungen kritisch zu beurteilen.
- die verschiedenen Ausgabe- und Bezahlssysteme zu beschreiben, ihre Vor- und Nachteile für verschiedene gastronomische Einrichtungen zu analysieren und zu beurteilen.
- die strategischen und organisatorischen Voraussetzungen für die Entwicklung eines Verpflegungskonzeptes zu benennen, darzustellen und zu erörtern.
- ein Verpflegungskonzept anhand eines praktischen Beispiels zu konzipieren sowie die strategischen und operativen Elemente zu operationalisieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen
 - 1.1 Der Begriff „Verpflegungskonzept“ im nationalen und internationalen Kontext
 - 1.2 Grundelemente eines Verpflegungskonzeptes
 - 1.3 Ziele und Kennzahlen eines Verpflegungskonzeptes
 - 1.4 Einfluss des Leitbilds und der Unternehmenskultur auf das Verpflegungskonzept

2. Speisenproduktionssysteme
 - 2.1 Cook & Serve
 - 2.2 Cook & Chill
 - 2.3 Cook & Hold
 - 2.4 Cook & Freeze
3. Exkurs: Küchensysteme
 - 3.1 Zentralküche
 - 3.2 Relaisküche
 - 3.3 Regenerierküche
 - 3.4 Verteilerküche
4. Ausgabesysteme
 - 4.1 Cafeteria Line
 - 4.2 Free Flow
 - 4.3 Service am Tisch
 - 4.4 Büfett
 - 4.5 Exkurs: Nudging
5. Bezahlssysteme
 - 5.1 Halbbare Verfahren (Prepaidkarten/ Marken/ Chips)
 - 5.2 Bargeldloses Bezahlen
6. Outsourcing
 - 6.1 Gründe für Outsourcing
 - 6.2 Formen
 - 6.3 Vor- und Nachteile
 - 6.4 Entscheidungsverfahren
7. Entwicklung eines Verpflegungskonzeptes
 - 7.1 Marktorientierte Voraussetzungen
 - 7.2 Ressourcenorientierte Voraussetzungen
 - 7.3 Einbindung der Mitarbeiter in den Konzeptionierungsprozess
 - 7.4 Verpflegungskonzept als Instrument des Qualitätsmanagements
 - 7.5 Ausgestaltung eines Verpflegungskonzeptes

Literatur**Pflichtliteratur**

- Bölts, M., Fladung, U. & Seidl, M. (Hrsg.) (2015). Modernes Verpflegungsmanagement: Best Practices für Individual-, Gemeinschafts- und Systemgastronomie. Matthaes Verlag, Stuttgart
- Cousins, J., Foskett, D., Graham, D. & Hollier, A. (2019). Food & Beverage Management, fifth Edition. Goodfellow Publishers, Oxford
- Dasbach, Margot (Hrsg.) (2021). Erfolgreiches Verpflegungsmanagement. Neuer Merkur, München
- Gruner, A., Freyberg, B. von & Euchner, M. (2016). Gastronomie managen: Umsatzchancen nutzen, Kostenfallen meiden. Matthaes Verlag, Stuttgart
- Peinelt, V. & Wetterau, J. (Hrsg.) (2016). Handbuch der Gemeinschaftsgastronomie, Band 1 + 2, 2. Auflage. RHOMBUS Verlag, Berlin

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Seminar
--------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Seminar mit integrierten (Gruppen-)Arbeiten, Diskussionen und Übungen. Es werden fachliche und methodische Grundlagenkompetenzen vertieft und fortgeschrittene Kompetenzen erworben.

Investition und Finanzierung

Modulcode: DSINFI0425

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Frank Wernitz (Investition und Finanzierung)

Kurse im Modul

- Investition und Finanzierung (DSINFI042501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in die Investitionstheorie
- Methoden und Anwendungsgebiete der Investitionsrechnung
- Grundlagen der Finanzierung
- Finanzierungsinstrumente
- Finanzanalyse und Finanzmanagement

Qualifikationsziele des Moduls

Investition und Finanzierung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Grundbegriffe der Investitionsrechnung und Finanzierung zu verstehen und in den betriebswirtschaftlichen Rahmenprozess einzuordnen.
- die Rolle von Investitionen im betrieblichen Planungsprozess zu verstehen und Investitionsvorhaben grundlegend zu beurteilen.
- statische von dynamischen Investitionsrechnungsverfahren zu unterscheiden.
- Investitionsprojekte zu beurteilen und aus einer Mehrzahl von Alternativen auszuwählen.
- die verschiedenen Finanzierungsinstrumente auf ihre Eignung hin zu überprüfen und die Finanzierungsstruktur von Unternehmen zu analysieren.
- den Kapitalbedarf in unterschiedlichen Situationen mit verschiedenen Verfahren zu berechnen und die zu dessen Deckung verfügbaren Alternativen zu systematisieren, zu beschreiben und auf ihre Eignung in konkreten Fällen hinzu überprüfen.
- den Zusammenhang zwischen Unternehmung und Kapitalmarkt einzuschätzen.
- konkrete Finanzkonstellationen zu analysieren und die Grundzüge der betrieblichen Finanzpolitik zu verstehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Grundlage für weitere Module im Bereich
Wirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

duale Bachelor-Programme im Bereich
Wirtschaft & Management

Investition und Finanzierung

Kurscode: DSINFI042501

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS 3	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	-----------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Kurs beschäftigt sich mit den Grundfragen in den Bereichen Investition und Finanzierung und beleuchtet den betrieblichen Prozess sowohl hinsichtlich der Mittelherkunfts- als auch der Mittelverwendungsseite. *Bereich Investition:* Es werden Grundlagen, Annahmen und Ziele des Investitionsprozesses behandelt, deren Anwendung im praktischen Kontext einen wesentlichen Bestandteil der Lehrveranstaltung ausmacht. Getrennt nach statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung werden anschließend die wichtigsten Investitionsrechnungsverfahren beschrieben, praktisch eingeübt und beurteilt, wobei der Schwerpunkt auf den dynamischen Verfahren liegt. *Bereich Finanzierung:* Es werden Grundbegriffe und Zielsetzungen des betrieblichen Finanzierungsprozesses aufgezeigt und die Studierenden mit gebräuchlichen Verfahren der Kapitalbedarfsermittlung, der kumulativ-pagatorischen Kapitalbedarfsrechnung und der Finanzplanung vertraut gemacht. Ein weiterer Schwerpunkt der Lehrveranstaltung liegt auf der Darstellung der wichtigsten Finanzierungsinstrumente, deren beispielhaftem Einüben und dem Erlernen ihrer Beurteilung. Dies leitet über zur Finanzanalyse, die überwiegend anhand verschiedener Kennzahlen und der Diskussion ihres Informationsgehaltes zur Beurteilung der betrieblichen Finanzsituation behandelt wird. Ein Ausblick auf Fragestellung und grundsätzliches Vorgehen des Finanzmanagements rundet den Kurs ab.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Grundbegriffe der Investitionsrechnung und Finanzierung zu verstehen und in den betriebswirtschaftlichen Rahmenprozess einzuordnen.
- die Rolle von Investitionen im betrieblichen Planungsprozess zu verstehen und Investitionsvorhaben grundlegend zu beurteilen.
- statische von dynamischen Investitionsrechnungsverfahren zu unterscheiden.
- Investitionsprojekte zu beurteilen und aus einer Mehrzahl von Alternativen auszuwählen.
- die verschiedenen Finanzierungsinstrumente auf ihre Eignung hin zu überprüfen und die Finanzierungsstruktur von Unternehmen zu analysieren.
- den Kapitalbedarf in unterschiedlichen Situationen mit verschiedenen Verfahren zu berechnen und die zu dessen Deckung verfügbaren Alternativen zu systematisieren, zu beschreiben und auf ihre Eignung in konkreten Fällen hinzu überprüfen.
- den Zusammenhang zwischen Unternehmung und Kapitalmarkt einzuschätzen.
- konkrete Finanzkonstellationen zu analysieren und die Grundzüge der betrieblichen Finanzpolitik zu verstehen.

Kursinhalt**Literatur****Pflichtliteratur**

- Brealey, R. & Myers, S. (2016): Principles of Corporate Finance (12. Auflage), New York: McGraw-Hill.
- Burger, A. & Keipinger, P. (2016): Investitionsrechnung, München: Vahlen. (online: <https://ebookcentral-proquest-com.pxz.iubh.de/8443/lib/badhonnef/detail.action?docID=4527029>)
- Däumler, K.-D. & Grabe, J. (2014): Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung (13. Auflage), Herne: Verlag Neue Wirtschaftsbriefe.
- Däumler, K.-D. & Grabe, J. (2013): Betriebliche Finanzwirtschaft (10. Auflage), Herne: Verlag Neue Wirtschaftsbriefe.
- Pape, U. (2018): Grundlagen der Finanzierung und Investition (4. Auflage), Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Perridon, L. & Steiner, M. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung (17. Auflage), München: Vahlen.
- Volkart, R. & Wagner, A.F. (2014): Corporate Finance, Grundlagen von Finanzierung und Investition (6. Auflage), Zürich: Versus.
- Hillier, D., Ross, S.A., Westerfield, R.W., Jaffe, J., & Jordan, R.B. (2016): Corporate Finance European Edition (3. Auflage), London: McGraw-Hill.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Praxisprojekt 6

Modulcode: DSPRAXP60425

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anna Klein (Praxisprojekt 6)

Kurse im Modul

- Praxisprojekt 6 (DSPRAXP6042501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Projektarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- detaillierte Planung des Praxisprojektes
- Reflexion des beruflichen Handelns
- Erprobung von Konzepten und Methoden in der Praxis
- Dokumentation und Auswertung des Projektes

Qualifikationsziele des Moduls**Praxisprojekt 6**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf komplexe praktische Probleme anzuwenden und zu vertiefen.
- ein tiefgehendes Verständnis der betrieblichen Arbeitspraxis aufzuweisen.
- vielschichtige Probleme aus der Praxis selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können.
- ausgeprägte kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.
- die für die anstehende Bachelorarbeit benötigten grundlegenden wissenschaftlichen Arbeitstechniken sicher zu beherrschen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module des Semesters

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle dualen Bachelor-Programme

Praxisprojekt 6

Kurscode: DSPRAXP6042501

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen der Praxisprojekte V und VI bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung mit Unternehmensbezug unter Einleitung einer/s Lehrenden. Das Thema weist einen gehobenen Schwierigkeitsgrad auf. Sie recherchieren eigenständig Literatur, arbeiten den durch Literatur dokumentierten Stand der Wissenschaft hinsichtlich des gewählten Themas heraus und leisten einen Beitrag zur Anwendung und/oder Weiterentwicklung des Themas. Die Studierenden erfassen ihre Lösungen und Empfehlungen in einem vorbereitenden Exposé (Praxisprojekt V) und einer darauf aufbauenden schriftlichen Projektarbeit (Praxisprojekt VI).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene Wissen auf komplexe praktische Probleme anzuwenden und zu vertiefen.
- ein tiefgehendes Verständnis der betrieblichen Arbeitspraxis aufzuweisen.
- vielschichtige Probleme aus der Praxis selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können.
- ausgeprägte kreative und kommunikative Fähigkeiten in Form von Projekt- und Beratungskompetenz entwickelt zu haben.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen und daraus Schlussfolgerungen abzuleiten.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.
- die für die anstehende Bachelorarbeit benötigten grundlegenden wissenschaftlichen Arbeitstechniken sicher zu beherrschen.

Kursinhalt

- Im Praxisprojekt V und VI bearbeiten die Studierenden eine studiengangsspezifische Themenstellung mit gehobenem Schwierigkeitsgrad, die selbst gewählt und mit der/dem zuständigen Betreuer:in besprochen wird. Die Bearbeitung der einheitlichen Themenstellung gliedert sich in zwei Phasen: Um die gewünschte wissenschaftliche Vertiefung zu gewährleisten, wird im Praxisprojekt V ein vorbereitendes Exposé erstellt, auf dessen Grundlage nach Rücksprache mit der/m betreuenden Lehrenden im Praxisprojekt VI die Projektarbeit angefertigt wird.

- Gegenstand ist eine praktische Fragestellung, idealerweise aus dem Praxisbetrieb der/des jeweiligen Studierenden. Das Thema entstammt idealerweise bereits dem für die Bachelorarbeit vorgesehenen Themengebiet und wird von der/dem Studierenden vorgeschlagen und mit der/dem betreuenden Lehrenden vorab besprochen.

Literatur**Pflichtliteratur**

- Karmasin, M. & Ribing, R. (2019). Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Facharbeit/VWA, Seminararbeiten, Bachelor-, Master-, Magister- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen (10. Auflage), UTB.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Praxisprojekt
--------------------------------------	---------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 150 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Die Studierenden bearbeiten selbstständig eine praxisrelevante, wissenschaftliche Fragestellung mit Unternehmensbezug unter akademischer Anleitung.

Vermarktungsstrategien in der Systemgastronomie

Modulcode: DSV1025

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende
----------------------------------	--	---------------------	----------------	--------------------------------

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gabriel Laeis (Vermarktungsstrategien in der Systemgastronomie)

Kurse im Modul

- Vermarktungsstrategien in der Systemgastronomie (DSV102501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des CRM
- Determinanten des Kundenverhaltens und der Kundenerwartung allgemein und in der Gastronomie
- Bestimmung der Kundenzufriedenheit und der Kundenloyalität allgemein und im speziellen in der Gastronomie
- Phasenbezogene und -übergreifende Strategien und Instrumente des CRM
- Ziele und Zielgruppen des Online-Marketings
- Instrumente des Online-Marketings und des Social-Media-Marketings
- Online-Marketing-Strategien
- Viralmarketing und Word of Mouth
- Mobile Marketing und M-Commerce
- Rechtliche Rahmenbedingungen des Online-Marketings
- Online-Kundenbindung und -Service
- Messen und Bewerten von Online-Marketing-Programmen

Qualifikationsziele des Moduls**Vermarktungsstrategien in der Systemgastronomie**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben und die Struktur eines CRM darzustellen.
- die theoretischen Erklärungsansätze des CRM zu beschreiben und zu analysieren.
- den Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu formulieren und kritisch zu beleuchten.
- Strategien und Instrumente des CRM zu erläutern, zu analysieren und an praktischen Beispielen anzuwenden.
- die unterschiedlichen Instrumente des Online-Marketings und der Social-Media-Werbung zu nennen und zu bewerten.
- eine Online-Marketing-Strategie zu konzipieren.
- Kunden durch Online-Marketing-Maßnahmen zu gewinnen und zu binden
- Online-Marketing-Programme zu messen und zu bewerten.
- die Vermarktungschancen eines Unternehmens im World Wide Web grundlegend einzuschätzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im Bereich
Gastronomiemanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Bachelor-Programme im Bereich
Hospitality, Tourism & Event

Vermarktungsstrategien in der Systemgastronomie

Kurscode: DSV102501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben und die Struktur eines CRM darzustellen.
- die theoretischen Erklärungsansätze des CRM zu beschreiben und zu analysieren.
- den Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu formulieren und kritisch zu beleuchten.
- Strategien und Instrumente des CRM zu erläutern, zu analysieren und an praktischen Beispielen anzuwenden.
- die unterschiedlichen Instrumente des Online-Marketings und der Social-Media-Werbung zu nennen und zu bewerten.
- eine Online-Marketing-Strategie zu konzipieren.
- Kunden durch Online-Marketing-Maßnahmen zu gewinnen und zu binden
- Online-Marketing-Programme zu messen und zu bewerten.
- die Vermarktungschancen eines Unternehmens im World Wide Web grundlegend einzuschätzen.

Kursinhalt

1. Customer Relation Management
 - 1.1 Grundlagen
 - 1.1.1 Begriffe und Ziele
 - 1.1.2 Aufgaben und Struktur
 - 1.1.3 Theoretische Erklärungsansätze
 - 1.2 Der Kunde: Allgemein und in der Gastronomie
 - 1.2.1 Determinanten des Kundenverhaltens
 - 1.2.2 Kundenlebens- und Kundenbeziehungszyklen
 - 1.2.3 Kundenerwartungen
 - 1.2.4 Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität
 - 1.3 Strategien und Instrumente des CRM
 - 1.3.1 Phasenbezogene Strategien
 - 1.3.2 Phasenbezogene Instrumente

1.3.3 Phasenübergreifende Instrumente

2. Online-Marketing
 - 2.1 Grundlagen
 - 2.1.1 Online-Marketing: Begriff und Entwicklung
 - 2.1.2 Rolle des Online-Marketings im Marketingmix
 - 2.1.3 Ziele und Zielgruppen des Online-Marketings
 - 2.1.4 Interne und externe Rahmenbedingungen
 - 2.2 Instrumente des Online-Marketings
 - 2.2.1 Überblick über die Instrumente des Online-Marketings
 - 2.2.2 Affiliate- und Suchmaschinen-Marketing
 - 2.2.3 Display-Werbung und E-Mail-Marketing
 - 2.3 Social-Media-Werbung
 - 2.3.1 Grundlagen
 - 2.3.2 Überblick über die verschiedenen Formen und Kanäle der Sozial-Media-Werbung
 - 2.4 Online Marketing Strategie
 - 2.4.1 Ziele und Prinzipien festlegen
 - 2.4.2 Die Customer Journey
 - 2.4.3 Der richtige Channel Mix
 - 2.4.4 KPIs definieren und analysieren
 - 2.5 Viralmarketing und Word of Mouth
 - 2.5.1 The power of Storytelling
 - 2.5.2 Der richtige Content im richtigen Kontext
 - 2.5.3 Virale Container: Welcher Inhalt für welchen Zweck?
 - 2.5.4 Virale Strategien: Wie verbreite ich meine Inhalte?
 - 2.5.5 Die Bedeutung von YouTube und anderen Plattformen
 - 2.6 Mobile Marketing und M-Commerce
 - 2.6.1 Grundlagen
 - 2.6.2 Apps versus Mobile Web
 - 2.6.3 QR-Code-Marketing und In-App-Advertising
 - 2.6.4 Erfolgsfaktoren mobiler Kampagnen
 - 2.7 Online-Kundenbindung und –Service
 - 2.7.1 Kundengewinnung und Kundenbindung im Online-Marketing
 - 2.7.2 Online-Kundenservice
 - 2.8 Rechtliche Rahmenbedingungen
 - 2.8.1 Rechtliche Aspekte des Online-Marketings

- 2.8.2 Das Urheberrecht und der Umgang mit User-generated Content
- 2.8.3 Das Recht am eigenen Bild
- 2.9 Messen und Bewerten von Online-Marketing-Programmen
 - 2.9.1 Kennzahlen im Online Marketing
 - 2.9.2 Web-Monitoring
 - 2.9.3 Big Data: Herausforderung und Chancen

Literatur

Pflichtliteratur

- Bruhn, M. (2016). Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen, 5. Auflage. Vahlen Verlag, München
- Bruhn, M. & Homburg, C. (Hrsg.) (2017). Handbuch Kundenbindungsmanagement. 9. Auflage. Springer Gabler, Wiesbaden
- Hippner, H., Hubrich, B. & Wilde, K. D. (Hrsg.) (2021). Grundlagen des CRM. Strategie, Geschäftsprozesse, IT-Unterstützung. 3. Auflage. Gabler, Wiesbaden,
- Homburg, C. (Hrsg.)(2016). Kundenzufriedenheit. Konzepte – Methoden – Erfahrungen. 8. Auflage. Gabler, Wiesbaden
- Kreutzer, R.T.(2019). Online-Marketing, 2. Auflage. Springer Gabler Verlag
- Kreutzer, R.T., Rumler, A. & Wille-Baumkauff, B. (2020). B2B-Online-Marketing und Social Media. 2. Auflage. Gabler, Wiesbaden
- Lammenett, E. (2021). Praxiswissen Online-Marketing. 8. Auflage. Gabler, Wiesbaden

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 112,5 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 126 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Gastronomie Business Projekt

Modulcode: DSGBP0425

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gabriel Laeis (Gastronomie Business Projekt)

Kurse im Modul

- Gastronomie Business Projekt (DSGBP042501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Erstellung eines gastronomischen Business Plans
- Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Erstellung eines gastronomischen Konzeptes
- Analyse des Produkt-Markt-Fits zwischen Markt- Wettbewerbsanalyse und gastronomischen Konzeptes
- Planung und Dimensionierung einer Gastronomie
- Kalkulation und Darstellung einer wirtschaftlichen Vorausschaurechnung

Qualifikationsziele des Moduls**Gastronomie Business Projekt**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben eines Unternehmers im Zuge einer Gastronomie-Neugründung zu definieren.
- den Zweck, Inhalt sowie potenzielle Adressaten eines Business Plans zu definieren.
- eine Markt- und Wettbewerbsanalyse unter realen Bedingungen durchzuführen.
- eine gastronomische Geschäftsidee zu konzeptionieren und den Produkt-Markt-Fit zu analysieren.
- eine basale architektonische Flächenplanung für das Gastronomiekonzept nach gängigen Kennzahlen durchzuführen.
- eine wirtschaftliche Vorrausschauplanung für die Anlaufphase sowie ein durchschnittliches Normaljahr zu entwickeln.
- den Business Plan vor möglichen Interessenten (z.B. Investoren und Geschäftspartnern) professionel zu präsentieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im Bereich
Gastronomiemanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

keine

Gastronomie Business Projekt

Kurscode: DSGBP042501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Wirtschaftszweig der Gastronomie ist geprägt von einer hohen Frequenz an Geschäftsgründungen – und leider auch von vielen Geschäftsschließungen. Nur ein kleiner Teil von Unternehmer:innen überlebt die ersten zwei Geschäftsjahre. Eine Geschäftsgründung in der Gastronomie braucht oftmals ein nur geringes Investitionskapital, steht erfahrenen Branchenkennern sowie Neu- und Quereinsteigern offen und ist nicht durch anderweitig hohe Eintrittsbarrieren geschützt. Der Kurs Gastronomie Business Projekt vermittelt die grundsätzlichen Fähigkeiten die ein:e Unternehmer:in während einer Geschäftsgründung beherrschen sollte, um mögliche Investoren und Geschäftspartner erfolgreich anzusprechen und sich langfristig am Markt zu etablieren. Der Fokus liegt hierbei insbesondere auf der Erstellung eines Business Plans, wobei Fähigkeiten aus bereits erfolgten Kursen (siehe oben) ausgebaut und vertieft werden. Gefördert werden soll besonders die strategische, unternehmerische Herangehensweise und Marktgegebenheiten und die durchdachte Konzeptionierung eines attraktiven gastronomischen Angebotes.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben eines Unternehmers im Zuge einer Gastronomie-Neugründung zu definieren.
- den Zweck, Inhalt sowie potenzielle Adressaten eines Business Plans zu definieren.
- eine Markt- und Wettbewerbsanalyse unter realen Bedingungen durchzuführen.
- eine gastronomische Geschäftsidee zu konzeptionieren und den Produkt-Markt-Fit zu analysieren.
- eine basale architektonische Flächenplanung für das Gastronomiekonzept nach gängigen Kennzahlen durchzuführen.
- eine wirtschaftliche Vorrausschauplanung für die Anlaufphase sowie ein durchschnittliches Normaljahr zu entwickeln.
- den Business Plan vor möglichen Interessenten (z.B. Investoren und Geschäftspartnern) professionel zu präsentieren.

Kursinhalt

1. Die Grundpfeiler eines Gastronomie Business Projekt (Kurz-Vorlesungen)
 - 1.1 Markt- und Wettbewerbsanalyse
 - 1.2 Konzeption und Produkt-Markt-Fit

- 1.3 Bauplanung für Gastronomien
- 1.4 Wirtschaftliche Vorausschaurechnung
2. Begleitende Beratung der Studierenden im laufenden Projekt
 - 2.1 eigenständiges Arbeiten in Gruppen
 - 2.2 regelmäßiges Feedback durch Dozenten
3. Abschlusspräsentation der Projekte

Literatur

Pflichtliteratur

- Galai, D., Hillel, L., & Wiener, D. (2016). How to create a successful business plan: For entrepreneurs, scientists, managers and students. World Scientific.
- Hänssler, K. H. (Ed.) (2021). Management in der Hotellerie und Gastronomie (10. Aufl.). De Gruyter.
- Gruner, A. von Freyberg, B., & Euchner, M. (2016). Gastronomie managen: Umsatzchancen nutzen, Kostenfallen meiden. Matthaes.
- Katsigris, C. & Thomas, C. (2009). Design and equipment for restaurants and foodservice: A management view. Wiley.

Weiterführende Literatur

- von Freyberg, B., Gruner, A., & Schmidt, L. (2016) Innovationen managen in Hotellerie und Gastronomie. Matthaes .
- Rützler, H. & Reiter , W. (2022). *Food Report 2023*. Zukunftsinstitut.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 37,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 112,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik

Modulcode: DSAEGK1025

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	-------------------------------------	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Böltz (Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik)

Kurse im Modul

- Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik (DSAEGK102501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Das Seminar behandelt aktuelle Entwicklungen aus Gastronomie und Kulinaristik
- Aktuelle Themen werden jeweils zu Kursbeginn durch den modulverantwortlichen Dozenten veröffentlicht.

Qualifikationsziele des Moduls**Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich „Gastronomie und Kulinaristik“ einzuarbeiten.
- die Trends und Entwicklungen im Bereich „Gastronomie und Kulinaristik“ zu beurteilen.
- wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- sich an die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zu erinnern und in der Seminararbeit umzusetzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im Bereich
Gastronomiemanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Bachelor-Programme im Bereich
Hospitality, Tourism & Event

Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik

Kurscode: DSAEGK102501

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Seminars Aktuelle Entwicklungen in Gastronomie und Kulinaristik erstellen die Studierenden zu einem Fachthema eine Seminararbeit und präsentieren ihre Ergebnisse. Die Studierenden stellen so unter Beweis, dass sie in der Lage sind, sich selbstständig in ein Thema einzuarbeiten, in den Bezug zum Erlernten und der Literatur zu setzen und die gewonnenen Erkenntnisse strukturiert zu dokumentieren und im Rahmen einer Seminararbeit schriftlich zu präsentieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich „Gastronomie und Kulinaristik“ einzuarbeiten.
- die Trends und Entwicklungen im Bereich „Gastronomie und Kulinaristik“ zu beurteilen.
- wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- sich an die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zu erinnern und in der Seminararbeit umzusetzen.

Kursinhalt

1. Das Seminar behandelt aktuelle Entwicklungen in der Gastronomie und Kulinaristik. Dabei können sowohl Trends in der Speisenproduktion, dem Getränkemanagement oder Menüplanung als auch Geschäfts- und Prozessinnovationen (z.B. im Bereich neuer gastronomischer Geschäftsmodelle oder innovativer Küchentechnologie) behandelt werden.
2. Jeder Studierende muss zu einem ihr/ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen.

Literatur**Pflichtliteratur**

- Franck, N. & Stary, J. (Hrsg.) (2011). Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. 17. Auflage, Verlag Ferdinand Schöningh GmbH, Paderborn ISBN 978 3 8252 0724 3.
- Hunziker, A.W. (2010). Spass am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, SKV, Zurich. ISBN-13: 978-3286512245.
- Kornmeier, M. (Hrsg.) (2016). Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation. 7. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Samec, K., Prenner, M. & Schwetz, H. (Hrsg.) (2014). Die Bachelorarbeit an Universität und Fachhochschule: Ein Lehr- und Lernbuch zur Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten. 3. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Seminar
--------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 13,5 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Seminar mit integrierten (Gruppen-)Arbeiten, Diskussionen und Übungen. Es werden fachliche und methodische Grundlagenkompetenzen vertieft und fortgeschrittene Kompetenzen erworben.

7. Semester

Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung

Modulcode: DSPGEB1023

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Susanne Krach (Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung)

Kurse im Modul

- Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung (DSPGEB102301)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Referat, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Recruiting in Zeiten von Arbeit 4.0
- Personalauswahl
- Personalentwicklung
- Lernen und Arbeiten im digitalen Wandel
- Personalbindung
- Recruiting, der Personalentwicklung und -bindung im Spiegel des 21. Jahrhunderts

Qualifikationsziele des Moduls**Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzubinden.
- die Ziele, Methoden und Instrumente der Personalauswahl, -entwicklung und -bindung zu erläutern.
- die Besonderheiten und aktuellen Veränderungen in der Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung nachzuvollziehen und die Relevanz eines zielgruppenspezifischen Employer Brandings einzuschätzen.
- interne und externe Wege der Personalbeschaffung zu kennen und diese im Hinblick auf ihre Effizienz und Effektivität zu bewerten.
- aufbauend auf den Erkenntnissen des Employer Brandings und Personalmarketings mit validen Instrumenten der Personalauswahl und Eignungsdiagnostik umzugehen und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- darauf aufbauend in simulierten Übungen (Bewerberinterview, Assessment-Center-Übung) die Anwendbarkeit und Nutzen der Auswahlinstrumente sowie deren Effizienz einzuschätzen.
- die Instrumente der Mitarbeiterförderung wie z.B. Talent Management, Nachfolgeplanung oder Coaching auf ihre Anwendbarkeit hin einzuordnen und selbst in Gruppenübungen anzuwenden.
- Lernen vor dem Hintergrund des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu betrachten, unterschiedliche Entwicklungs- und Lernformen einzuschätzen und den Lerntransfer zu beurteilen.
- die Notwendigkeit eines strategischen und operativen Retentionmanagements anhand aktueller Forschungsergebnisse zu erkennen und ein Grundverständnis für die Entstehung und Auswirkungen von Commitment und Motivation zu entwickeln.
- anhand einer Fallstudie die Gestaltung eines Anreizsystems sowie Möglichkeiten eines Retentionmanagements in der Praxis zu entwickeln und mit entsprechend wirksamen (zielgruppenspezifischen) betrieblichen Maßnahmen zu hinterlegen.
- personalwirtschaftliche Fragestellungen im Bereich der Mitarbeitergewinnung, -entwicklung und -bindung fachlich fundiert und kritisch zu diskutieren und praktische Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Personalwesen

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Human Resources

Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung

Kurscode: DSPGEB102301

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	3	5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden die Themenbereiche Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung vertieft. Gerade aufgrund sich ändernder demographischer Entwicklungen und gesellschaftlicher Werte, der Digitalisierung und dem weiter zunehmenden Fachkräftemangel steigt die Bedeutung des Personalmarketings, der Personalgewinnung sowie der Personalentwicklung und -bindung in Unternehmen. Nur diejenigen Organisationen, denen es gelingt, sich den Zugang zu qualifizierten Mitarbeiter:innen am externen Arbeitsmarkt mit Instrumenten des Personalmarketings zu sichern und mit geeigneten Wegen und Kanälen die richtigen Mitarbeiter:innen zu beschaffen und auszuwählen, werden langfristig erfolgreich sein. Dabei spielt neben der externen Rekrutierung auch die interne Weiterentwicklung oder Höherqualifizierung der eigenen Mitarbeiter:innen eine zunehmend bedeutendere Rolle. Die Mitarbeiterbindung nimmt zukünftig eine Schlüsselrolle ein - zumindest in denjenigen Branchen, in denen auf dem Arbeitsmarkt vergleichsweise wenig qualifizierte Fachkräfte zur Verfügung stehen. Das Verständnis und Zusammenspiel dieser drei bedeutenden personalwirtschaftlichen Handlungsfelder gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu vermitteln und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur praxisorientierten Umsetzung der Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung an die Hand zu geben und mit ihnen zu reflektieren. Dabei werden die Wege, Instrumente und Methoden einer effizienten und zielführenden Personalbeschaffung unter Berücksichtigung des Recruitings 2.0. dargestellt und valide Auswahlverfahren analysiert, die es ermöglichen, gute Mitarbeiter:innen ins Unternehmen zu holen. Voraussetzung ist ein glaubwürdiges Employer Branding und Personalmarketing, was anhand der Entwicklung einer Arbeitgebermarke konkret geübt wird. Der Fokus wird auf die Personalentwicklung und das Lernen gelegt - neben neuen Lernwelten der neuen Arbeitswelt wird insbesondere das Verständnis der Relevanz eines Kompetenzmanagements und die damit verbundene wirksame Entwicklung von Kompetenzen geschaffen. Gegenstand des letzten Kapitels ist die Frage, wie Arbeitgeber:innen agieren sollten, um die Mitarbeiter:innen zu binden und die Fluktuation möglichst niedrig zu halten. Dabei wird das Zusammenspiel von Motivation, Commitment und sozialer Integration als Grundlage gelegt und Maßnahmen und Methoden geeigneter bindungsförderlicher Maßnahmen im Rahmen eines Bindungsmanagements dargestellt und bewertet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzubinden.
- die Ziele, Methoden und Instrumente der Personalauswahl, -entwicklung und -bindung zu erläutern.
- die Besonderheiten und aktuellen Veränderungen in der Personalgewinnung, -entwicklung und -bindung nachzuvollziehen und die Relevanz eines zielgruppenspezifischen Employer Brandings einzuschätzen.
- interne und externe Wege der Personalbeschaffung zu kennen und diese im Hinblick auf ihre Effizienz und Effektivität zu bewerten.
- aufbauend auf den Erkenntnissen des Employer Brandings und Personalmarketings mit validen Instrumenten der Personalauswahl und Eignungsdiagnostik umzugehen und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- darauf aufbauend in simulierten Übungen (Bewerberinterview, Assessment-Center-Übung) die Anwendbarkeit und Nutzen der Auswahlinstrumente sowie deren Effizienz einzuschätzen.
- die Instrumente der Mitarbeiterförderung wie z.B. Talent Management, Nachfolgeplanung oder Coaching auf ihre Anwendbarkeit hin einzuordnen und selbst in Gruppenübungen anzuwenden.
- Lernen vor dem Hintergrund des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu betrachten, unterschiedliche Entwicklungs- und Lernformen einzuschätzen und den Lerntransfer zu beurteilen.
- die Notwendigkeit eines strategischen und operativen Retentionmanagements anhand aktueller Forschungsergebnisse zu erkennen und ein Grundverständnis für die Entstehung und Auswirkungen von Commitment und Motivation zu entwickeln.
- anhand einer Fallstudie die Gestaltung eines Anreizsystems sowie Möglichkeiten eines Retentionmanagements in der Praxis zu entwickeln und mit entsprechend wirksamen (zielgruppenspezifischen) betrieblichen Maßnahmen zu hinterlegen.
- personalwirtschaftliche Fragestellungen im Bereich der Mitarbeitergewinnung, -entwicklung und -bindung fachlich fundiert und kritisch zu diskutieren und praktische Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln.

Kursinhalt

1. Recruiting in Zeiten von Arbeit 4.0
 - 1.1 Arbeitsmarkt und Zielgruppen
 - 1.2 Employer Branding: Entwicklung einer Arbeitgebermarke
 - 1.3 Candidate Experience als Chance für das Employer Branding
 - 1.4 Kommunikationskanäle für einen guten Kontakt im Recruiting
 - 1.5 Digitalisierung des Personalgewinnungsprozesses und Datenschutz
 - 1.6 Die Auswahl vor der Auswahl: passende Recruiting-Instrumente kombinieren
 - 1.7 KI im Recruiting

2. Personalauswahl
 - 2.1 Ziele, Konzeption und Prozess des Selektionsprozesses
 - 2.2 Informationsbasis und Instrumente der Bewerberauswahl
 - 2.2.1 Eigenschaftsorientierte Instrumente (z.B. Tests)
 - 2.2.2 Biographisch orientierte Instrumente (z.B. formale Bewerbungsunterlagen)
 - 2.2.3 Simulationsorientierte Instrumente (z.B. Assessment Center, Bewerberinterview)
 - 2.3 Methodische Korrektheit und Effizienz personaldiagnostischer Instrumente
 - 2.4 Ethische und rechtliche Aspekte im Auswahlprozess
 - 2.5 Onboarding als Bindeglied zwischen Personalauswahl und -einsatz
3. Personalentwicklung
 - 3.1 Einflussfaktoren und aktuelle Trends in der Personalentwicklung
 - 3.2 Maßnahmen zur Förderung des psychologischen Empowerments
 - 3.3 Kompetenzmodelle - Entwicklung von Kompetenzen und Wissensmanagement
 - 3.4 Bestimmung des Eignungspotenzials und der Entwicklungsbedürfnisse der Mitarbeiter
 - 3.5 Strategische Personalentwicklung und Nachfolgeplanung
 - 3.6 Konzeption und Umsetzung eines integrierten Talentmanagements
 - 3.7 Förderung der Selbstentwicklung und Persönlichkeitsentwicklung
4. Lernen und Arbeiten im digitalen Wandel
 - 4.1 Lernen vor dem Hintergrund des technologischen und gesellschaftlichen Wandels
 - 4.2 Formelles und informelles Lernen
 - 4.3 E-Learning und Web Based Trainings
 - 4.4 Learning Management Systeme – vom Participant zum Proticipant
 - 4.5 Kollaboratives und kooperatives Lernen und Arbeiten
 - 4.6 Lerntransfer und Kontrolle der Entwicklungsmaßnahmen
5. Personalbindung
 - 5.1 Retention unter neuen Voraussetzungen – ein Grundverständnis
 - 5.2 Formen der Mitarbeiterbindung und das Zusammenspiel von Arbeitszufriedenheit, Motivation und Commitment
 - 5.3 Anreizsysteme und Analyse bindungsrelevanter interner und externer Einflussfaktoren
 - 5.4 Auswahl und Implementierung geeigneter bindungsförderlicher Personalmaßnahmen
 - 5.5 Ansatzpunkte eines Bindungscontrollings
 - 5.6 Retentionmanagement in besonderen Situationen des Unternehmens – Fallbeispiele und Übungen aus der Praxis

5.7 Grenzen der Mitarbeiterbindung und Offboarding

6. Recruiting, der Personalentwicklung und -bindung im Spiegel des 21. Jahrhunderts

Literatur

Pflichtliteratur

- Böhm, W. & Poppelreuter, S. (2015): Personal Recruitment. Ausschreibung – Bewerberscreening – Einstellungsgespräch. Leitfaden für die Praxis aus psychologischer und arbeitsrechtlicher Sicht. 8. Aufl., Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Becker, M. (2013): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. 6. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Berthel, J./Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Böckelmann, C./Mäder, K. (2018): Fokus Personalentwicklung. Konzepte und ihre Anwendung im Bildungsbereich. 2. Aufl., Springer, Berlin.
- Bröckermann, R. (2016): Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management. 7. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Collard, J. & Schnitzler, S. (2021): Rethinking HR. 32 Impulse für innovative Personalarbeit. Haufe.
- DGFP e.V. (Hrsg.) (2014): Retentionmanagement für die Praxis. Erfolgsentscheidende Mitarbeiter finden und binden, Bielefeld.
- Diagnostik- und Testkuratorium (Hrsg.) (2018): Personalauswahl kompetent gestalten. Grundlagen und Praxis der Eignungsdiagnostik nach DIN33430, Springer Verlag GmbH Deutschland.
- Kanning U.P. (2017): Auswahl und Gestaltung von Personalmarketingmethoden. In: Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Springer, Berlin Heidelberg.
- Krings, T. (2017): Erfolgsfaktoren Effektiver Personalauswahl. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Lorenz, M./ Rohrschneider, U. (2015): Erfolgreiche Personalauswahl. Sicher, schnell, durchdacht. 2. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.
- Mühlendorf, M. & Lipski, S. (2020): Stand by me – die Magie der Mitarbeiterbindung. Springer.
- Müller-Vorbrüggen, M./ Radel, J. (2017): Handbuch Personalentwicklung. Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung. 4. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Personalwirtschaft (2018). Recruiting-Strategien 2018. Erfolgreiche Instrumente zur Bewerbersuche, Wolters Kluwer, Köln.
- Sauter, W. /Staudt, A.-K. (2015): Kompetenzmessung in der Praxis. Mitarbeiterpotenziale erfassen und analysieren. Essential. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schermuly, C. (2021): New Work – gute Arbeit gestalten (3. Auflage). Haufe.
- Schwuchow, K./ Gutmann, J. (Hrsg.) (2016): Personalentwicklung. Themen, Trends, Best Practices 2017. Haufe, München.
- Trost, A. (Hrsg.) (2012): Talent Relationship Management. Innovative Konzepte zur Personalgewinnung in Zeiten des Fachkräftemangels. Springer, Berlin Heidelberg.

Weiterführende Literatur

- Handwörterbuch:
- Gaugler, E. (Hrsg.): Handwörterbuch des Personalwesens; 3. Aufl., Stuttgart 2004.
- Zeitschriften:
- Human Resources Manager
- Human Resource Management Journal
- Human Resource Management Review
- International Journal of Applied HRM
- Organisationsentwicklung: Zeitschrift für Unternehmensentwicklung und Change Management

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Vorlesung
--------------------------------------	-----------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Referat, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 114 h	Präsenzstudium 36 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Lehrveranstaltung mit Fokus auf Wissensvermittlung, welche mit einem Selbststudium verbunden ist und durch Übungsaufgaben unterstützt wird. Je nach thematischer Eignung können Exkursionen sowie Vorträge von externen Fachpersonen flankiert. Es können reale Probleme bzw. Anwendungsfälle aus der Praxis in Zusammenarbeit mit Kooperationspartner:innen bearbeitet werden.

Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement

Modulcode: DSQD1027

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende
----------------------------------	--	---------------------	----------------	--------------------------------

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Bölts (Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement)

Kurse im Modul

- Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement (DSQD102701)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Reflexionspräsentation, 15 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Qualitätsmanagement
 - Grundlagen
 - QM-Systeme
 - Einführung eines prozessorientierten QM-Systems
 - Qualitätskontrolle und Qualitätssicherung
 - Zertifizierungssysteme
 - QM als strategisches Instrument in der Gastronomie
- Dienstleistungsmanagement
 - Einführung
 - Dienstleistungsqualität
 - Strategisches Dienstleistungsmanagement
 - Operatives Dienstleistungsmanagement
 - Controlling
 - Dienstleitungskonzept

Qualifikationsziele des Moduls**Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe „Qualität“ und „Qualitätsmanagement“ allgemein und im Kontext gastronomischer Einrichtungen zu erklären und anzuwenden.
- die Inhalte und Unterschiede verschiedener Qualitätsmanagementsysteme zu erläutern und kritisch zu beurteilen.
- verschiedene Methoden und Werkzeuge bei der Einführung eines prozessorientierten Qualitätsmanagementsystems zu erläutern, ihre jeweiligen Anwendungsmöglichkeiten zu identifizieren und kritisch zu analysieren.
- die Qualitätsprüfung und Qualitätssicherung zu verstehen und anzuwenden.
- verschiedene Zertifizierungssysteme in der Food-Service Branche fundiert zu erläutern und kritisch zu beurteilen.
- den ganzheitlichen Ansatz von Dienstleistungsqualität zu verstehen und in Bezug auf die Food-Service-Branche fundiert zu erläutern.
- die verschiedenen Ansatzpunkte und Instrumente des strategischen des operativen Dienstleistungsmanagement detailliert zu beschreiben.
- die unterschiedlichen Indikatoren und Instrumente des Controllings im Dienstleistungsmanagement zu verstehen und anwenden zu können.
- ein Dienstleistungskonzept für eine gastronomische Einrichtung zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Bezüge zu weiteren Modulen im Bereich
Gastronomiemanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement

Kurscode: DSQD102701

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch	2,16	5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Qualitäts- und Dienstleistungsmanagement befasst sich zunächst fundiert mit den Grundlagen, den verschiedenen Normen und Modellen, der Einführung eines Qualitätsmanagements sowie den unterschiedlichen Möglichkeiten der Qualitätsprüfung und -sicherung. Ziel ist es, „Qualität“ als Führungsaufgabe, Unternehmensziel und strategisches Marketinginstrument zu verstehen und für die food-Service-Branche umzusetzen. Im zweiten Teil des Kurses steht die „Dienstleistung“ als zentraler Wettbewerbsfaktor sowie als Teil der Unternehmenskultur in der Gastronomie im Vordergrund. Dazu vermittelt der Kurs fundiertes theoretisches Wissen zu der Bedeutung und Charakterisierung von Dienstleistungen sowie Dienstleistungsqualität im Kontext gastronomischer Einrichtungen, zu den Zielen, Strategien und Instrumenten des strategischen und operativen Dienstleistungsmanagement sowie zum Controlling eines Dienstleistungsmanagements aus verschiedenen Perspektiven.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe „Qualität“ und „Qualitätsmanagement“ allgemein und im Kontext gastronomischer Einrichtungen zu erklären und anzuwenden.
- die Inhalte und Unterschiede verschiedener Qualitätsmanagementsysteme zu erläutern und kritisch zu beurteilen.
- verschiedene Methoden und Werkzeuge bei der Einführung eines prozessorientierten Qualitätsmanagementsystems zu erläutern, ihre jeweiligen Anwendungsmöglichkeiten zu identifizieren und kritisch zu analysieren.
- die Qualitätsprüfung und Qualitätssicherung zu verstehen und anzuwenden.
- verschiedene Zertifizierungssysteme in der Food-Service Branche fundiert zu erläutern und kritisch zu beurteilen.
- den ganzheitlichen Ansatz von Dienstleistungsqualität zu verstehen und in Bezug auf die Food-Service-Branche fundiert zu erläutern.
- die verschiedenen Ansatzpunkte und Instrumente des strategischen des operativen Dienstleistungsmanagement detailliert zu beschreiben.
- die unterschiedlichen Indikatoren und Instrumente des Controllings im Dienstleistungsmanagement zu verstehen und anwenden zu können.
- ein Dienstleistungskonzept für eine gastronomische Einrichtung zu entwickeln.

Kursinhalt

1. Qualitätsmanagement
 - 1.1 Grundlagen: Definition, Begriffe, Ziele, Aufgaben, Indikatoren
 - 1.2 QM-Systeme: Normen, Standards, Modelle
 - 1.3 Einführung eines prozessorientierten QM-Systems: Vorgehen, Methoden, Werkzeuge
 - 1.4 Qualitätsprüfung und Qualitätssicherung: Interne und externe Instrumente
 - 1.5 Zertifizierungssysteme in der Food-Service-Branche
 - 1.6 QM als strategisches Instrument in der Gastronomie

2. Dienstleistungsmanagement
 - 2.1 Einführung: Definitionen, wirtschaftliche Einordnung und Bedeutung von Dienstleistungen
 - 2.2 Dienstleistungsqualität: Definition, Dimensionen, Messung
 - 2.3 Strategisches Dienstleistungsmanagement: Ziele, Analyseinstrumente, Strategien
 - 2.4 Operatives Dienstleistungsmanagement: Ansatzpunkte und Instrumente
 - 2.5 Controlling des DL-Management: Begriffe und Instrumente
 - 2.6 Entwicklung eines Dienstleistungskonzeptes für eine gastronomische Einrichtung

Literatur**Pflichtliteratur**

- Bruhn, M., Meffert, H., & Hadwich, K. (2019). Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung – Umsetzung – Kontrolle. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2020). Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Methoden. 12., aktualisierte und erweiterte Auflage
- Brunner, F. J.; Wagner, K. W. (2016). Qualitätsmanagement: Leitfaden für Studium und Praxis. Hanser, München.
- Haller, S. (2017). Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte- Instrumente. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kamiske, G. F. (Hrsg.) (2015): Handbuch QM-Methoden. Die richtige Methode auswählen und erfolgreich umsetzen. 3. Auflage Hanser, München. ISBN-13: 978-3446420199.
- Kotler, Ph./ Keller, K.L. (2017): Marketing-Management. Konzepte- Instrumente Unternehmensfallstudien. 15. Edition, Pearson. ISBN-13:978-3868942798.

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Integrierte Vorlesung
--------------------------------------	---

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Reflexionspräsentation, 15 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 123 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 13,5 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Bachelorarbeit

Modulcode: DSBA1025

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	Niveau BA	CP 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	---	---------------------	-----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Hans-Gert Vogel (Bachelorarbeit)

Kurse im Modul

- Bachelorarbeit (DSBA102501)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium
Bachelorarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Bachelorarbeit

Qualifikationsziele des Moduls**Bachelorarbeit**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Bachelorarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module im Studiengang

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle dualen Bachelor-Programme

Bachelorarbeit

Kurscode: DSBA102501

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 10	Zugangsvoraussetzungen Gemäß Studien- und Prüfungsordnung
---------------------	---	------------	-----------------	---

Beschreibung des Kurses

Ziel und Zweck der Bachelorarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Bachelorarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von den Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen der Studierenden vertiefen und abrunden, um ihre Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnisse des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Bachelorarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

Kursinhalt

- Die Bachelorarbeit kann zu allen relevanten Themenstellungen des Studiengangs geschrieben werden, die einen inhaltlichen Bezug zu den im Curriculum abgebildeten Modulen aufweisen.
- Im Rahmen der Bachelorarbeit muss die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden.
- Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des untersuchten Themas widerspiegeln.

- Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerten.

Literatur

Pflichtliteratur

- Hunziker, A. W. (2010): Spaß am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, Verlag, SKV, Zürich. ISBN-13: 978-3286512245.
- Wehrin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München. ISBN-13: 978-3863066680.
- Themenabhängige Literaturliste

Weiterführende Literatur

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart
--------------------------------------	----------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Bachelorarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 300 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 300 h

Lehrmethoden

Digitale Business-Modelle

Modulcode: DLBLODB-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Dr. Hajck Karapetjan (Digitale Business-Modelle)

Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLBLODB01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Begriffswelt digitaler Geschäftsmodelle ▪ Trends und Technologien digitaler Geschäftsmodelle ▪ Werkzeuge, Frameworks und Muster digitaler Geschäftsmodelle ▪ Digitale Plattform-Geschäftsmodelle ▪ Design und Management digitaler Geschäftsmodelle 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Digitale Business-Modelle</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle zu verstehen und anzuwenden, um innovative Geschäftsmodelle für die digitale Ära zu entwickeln. ▪ verschiedene Tools und Frameworks für digitale Geschäftsmodelle anzuwenden und zu bewerten, um die Entwicklung und Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle zu unterstützen. ▪ digitale Geschäftsmodellmuster zu erkennen und anzuwenden, um innovative und erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle zu gestalten. ▪ die wichtigsten Trends und Technologien zu identifizieren, die digitale Geschäftsmodelle ermöglichen, und die Potenziale dieser Technologien für die digitale Geschäftsmodellentwicklung zu bewerten. ▪ die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung und Implementierung von digitalen Plattform-Geschäftsmodellen zu verstehen. ▪ digitale Geschäftsmodelle als Innovationstreiber zu nutzen, um neue Unternehmen und Branchen zu erschließen und sich in einer sich schnell verändernden digitalen Welt erfolgreich zu behaupten. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft</p>

Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLBLODB01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die digitale Wirtschaft zeichnet sich durch eine enorme Dynamik und Geschwindigkeit aus. Die rasante Digitalisierung vieler Lebensbereiche hat zur Entstehung einer Informationsgesellschaft geführt, in der Online-Geschäfte seit Beginn des 21. Jahrhunderts immer mehr an Bedeutung gewonnen haben. Dies hat dazu geführt, dass das Management digitaler Geschäftsmodelle durch den zunehmenden Wettbewerb und die Verkürzung der Innovationszyklen immer komplexer und schwieriger geworden ist. Das Geschäftsmodellkonzept hat sich dabei in den letzten Jahren in der Unternehmenspraxis als ein beliebtes Werkzeug etabliert, um diese Komplexitäten erfolgreich zu analysieren und zu managen. Trotz der hohen praktischen Relevanz des Geschäftsmodellmanagements im digitalen Bereich beziehen sich die konzeptionellen Grundlagen in der Literatur überwiegend auf ein traditionelles Geschäftsmodellverständnis. Der Kurs bietet den Studierenden einen detaillierten Überblick über das Geschäftsmodellkonzept in der digitalen Welt und stellt moderne, digitale Geschäftsmodellansätze und -werkzeuge in den Mittelpunkt. Er vermittelt die notwendigen Fähigkeiten, um erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln und umzusetzen. Im Rahmen des Kurses werden die Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle sowie die damit verbundenen Erfolgsfaktoren behandelt. Darüber hinaus werden Trends und Technologien erläutert, die die Entstehung digitaler Geschäftsmodelle ermöglichen. Außerdem erhalten die Studierenden einen Einblick in verschiedene Tools und Frameworks, die eine hilfreiche Unterstützung bei der Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle darstellen. In diesem Zusammenhang werden auch digitale Geschäftsmodellmuster und Plattformgeschäftsmodelle näher betrachtet. Schließlich behandelt der Kurs auch Aspekte des Designs und Managements digitaler Geschäftsmodelle. Es wird gezeigt, wie innovative Geschäftsmodelle für das digitale Zeitalter entwickelt und umgesetzt werden. Die Kursteilnehmer:innen erhalten die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten, um in einer sich schnell verändernden digitalen Welt erfolgreich zu agieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle zu verstehen und anzuwenden, um innovative Geschäftsmodelle für die digitale Ära zu entwickeln.
- verschiedene Tools und Frameworks für digitale Geschäftsmodelle anzuwenden und zu bewerten, um die Entwicklung und Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle zu unterstützen.
- digitale Geschäftsmodellmuster zu erkennen und anzuwenden, um innovative und erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle zu gestalten.
- die wichtigsten Trends und Technologien zu identifizieren, die digitale Geschäftsmodelle ermöglichen, und die Potenziale dieser Technologien für die digitale Geschäftsmodellentwicklung zu bewerten.
- die Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung und Implementierung von digitalen Plattform-Geschäftsmodellen zu verstehen.
- digitale Geschäftsmodelle als Innovationstreiber zu nutzen, um neue Unternehmen und Branchen zu erschließen und sich in einer sich schnell verändernden digitalen Welt erfolgreich zu behaupten.

Kursinhalt

1. Digitale Geschäftsmodelle: Grundlagen und Begriffswelt
 - 1.1 Herkunft und Evolution des Geschäftsmodellbegriffs
 - 1.2 Strömungen und Trends in der Geschäftsmodellforschung
 - 1.3 Arten und Definitionen digitaler Geschäftsmodelle
 - 1.4 Erfolgsfaktoren für digitale Geschäftsmodelle
 - 1.5 Ebenen und Ziele digitaler Geschäftsmodelle
2. Trends und Technologien als Enabler für digitale Geschäftsmodelle
 - 2.1 Plattformökonomie
 - 2.2 Internet of Things (IoT)
 - 2.3 Cloud Computing
 - 2.4 Big Data und Data Science
 - 2.5 Künstliche Intelligenz (KI)
3. Tools und Frameworks für digitale Geschäftsmodelle
 - 3.1 Business Model Canvas nach Osterwalder und Pigneur
 - 3.2 St. Galler Business Model Navigator von Gassmann et al.
 - 3.3 Geschäftsmodellraster nach Schallmo
 - 3.4 Digital Value Creation Framework nach Hoffmeister
 - 3.5 4C-Net Business Model und 4S-Net Business Model nach Wirtz
4. Digitale Geschäftsmodellmuster

- 4.1 Warum digitale Geschäftsmodellmuster wichtig sind
- 4.2 Long Tail
- 4.3 Freemium
- 4.4 Zwei- und mehrseitige Märkte
- 4.5 Subscription und Flatrate
- 5. Digitale Plattform-Geschäftsmodelle
 - 5.1 Von der Pipeline zur digitalen Plattform
 - 5.2 Grundlegende Plattformfunktionalitäten und Systematisierungsansätze
 - 5.3 Direkte und indirekte Netzwerkeffekte
 - 5.4 Frameworks zur Modellierung
 - 5.5 Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei Entwicklung und Implementierung
- 6. Design und Management digitaler Geschäftsmodelle
 - 6.1 Digitale Geschäftsmodelle als Innovationstreiber
 - 6.2 Bedeutung des Business Plans im Kontext digitaler Geschäftsmodelle
 - 6.3 Firmenpositionierung von digitalen Geschäftsmodellen
 - 6.4 Management digitaler Geschäftsmodelle
 - 6.5 Fallbeispiele im Business-to-Consumer- und Business-to-Business-Markt

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Choudury, M. (2021). Geschäftsmodelle entwickeln: 55+ innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. 3. Auflage, Hanser.
- Hoffmeister, C. (2022). Digital Business Modelling: Digitale Geschäftsmodelle verstehen, designen, bewerten. 3. Auflage, Hanser.
- Schallmo, D. R. A., Reinhart, J., & Kuntz, E. (2018). Digitale Transformation von Geschäftsmodellen erfolgreich gestalten: Trends, Auswirkungen und Roadmap. Schwerpunkt Business Model Innovation. Springer Gabler.
- Wirtz, B. W. (2021). Business Model Management: Design, Instrumente, Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen. 5. Auflage, Springer Gabler.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 129,75 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 6,75 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Internationales Marketing

Modulcode: BWM11-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Caterina Fox (Internationales Marketing)

Kurse im Modul

- Internationales Marketing (BWM101-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Internationale Marketingstrategie
- Kulturelle Unterschiede und deren Bedeutung für das Marketing
- Internationaler Marketing-Mix (Produkt-, Preis, Promotion- und Distributionsentscheidungen im internationalen Umfeld)
- Internationale Marktforschung und Konsumentenverhalten
- Ethische Aspekte im internationalen Marketing
- Internationales Marketingcontrolling und Six Sigma

Qualifikationsziele des Moduls**Internationales Marketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundsätzliche Aspekte des internationalen strategischen Marketings zu verstehen.
- kulturelle Unterschiede und deren Auswirkungen auf das internationale Marketing zu analysieren.
- ausgewählte Konzepte des internationalen Marketing-Mix anzuwenden.
- Möglichkeiten der internationalen Marktforschung und deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten zu beschreiben.
- die Notwendigkeit des internationalen Markencontrollings und Qualitätsmanagement zu erkennen.
- theoretische Kenntnisse anhand von Fallbeispielen zu reproduzieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Internationales Marketing

Kurscode: BWM101-01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt den Studierenden die Notwendigkeit eines strategischen Marketings im internationalen Kontext. Sie lernen wesentliche kulturelle Unterschiede sowie deren Einflüsse auf das internationale Marketingmanagement kennen. Die grundsätzliche Entscheidung, Standardisierung oder Anpassung im internationalen Marketing erfahren die Studierenden auf Basis verschiedener Konzepte im internationalen Marketing-Mix. Die Notwendigkeit der internationalen Marktforschung, strategischen Planung und Kontrolle werden den Studierenden ebenso vermittelt wie ethische Aspekte im internationalen Marketing. Die Studierenden analysieren gegenwärtige Themen des Internationalen Marketingmanagements und reflektieren diese im Zusammenhang mit den erlernten Konzepten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundsätzliche Aspekte des internationalen strategischen Marketings zu verstehen.
- kulturelle Unterschiede und deren Auswirkungen auf das internationale Marketing zu analysieren.
- ausgewählte Konzepte des internationalen Marketing-Mix anzuwenden.
- Möglichkeiten der internationalen Marktforschung und deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten zu beschreiben.
- die Notwendigkeit des internationalen Markencontrollings und Qualitätsmanagement zu erkennen.
- theoretische Kenntnisse anhand von Fallbeispielen zu reproduzieren.

Kursinhalt

1. Strategisches internationales Marketing
 - 1.1 Internationalisierung
 - 1.2 Theoretische Grundlagen internationaler Markteintrittsstrategien
 - 1.3 Formen des internationalen Markteintritts
2. Kulturelle Unterschiede als Aspekt für internationales Marketing
 - 2.1 Überblick Kultur
 - 2.2 Kulturmodell nach Hofstede
 - 2.3 Kulturmodell nach Trompenaars

3. Fallbeispiele – Internationale Markteintritts- und Marketingstrategien
 - 3.1 Gespür für Kultur im Mode-Sektor: Dolce & Gabbana and Uniqlo
 - 3.2 Flexible Replikation: IKEA
 - 3.3 Born Global: Airbnb
 - 3.4 Beschleunigte Internationalisierung im B2B-Bereich: Goldwind China
4. Internationales Produktmanagement und Produktentwicklung
 - 4.1 Ziele des internationalen Produktmanagements
 - 4.2 Rahmenbedingungen des internationalen Produktmanagements
 - 4.3 Internationale Produktentscheidungen
 - 4.4 Internationale Produktentwicklung
5. Wechselkursschwankungen und internationale Preiskalkulation
 - 5.1 Aufgaben und Ziele der internationalen Preismanagements
 - 5.2 Einflussfaktoren auf das internationale Preismanagement
 - 5.3 Instrumente des internationalen Preismanagements
6. Internationale Kommunikation und internationale Vertriebspolitik
 - 6.1 Internationales Kommunikationsmanagement
 - 6.2 Internationales Vertriebsmanagement
7. Internationales Marketing und Ethik
 - 7.1 Überblick – Internationales Marketing und Ethik
 - 7.2 Unternehmensethik in internationalen Unternehmen
 - 7.3 Fallbeispiel Wyndham Hotels and Resorts
8. Angewandte Marktforschung und ihr Einfluss auf das Konsumverhalten
 - 8.1 Umfang und Reichweite der internationalen Marktforschung
 - 8.2 Anforderungen an internationale Marktforschungsinformationen
 - 8.3 Internationale Sekundärforschung
 - 8.4 Internationale Primärforschung
9. Überwachung und Kontrolle im internationalen Marketing
 - 9.1 Controlling im internationalen Management
10. Six Sigma, Brand Management und Rebranding
 - 10.1 Six Sigma – Grundlagen, Definitionen und Prozesse
 - 10.2 Brand Management
 - 10.3 Rebranding

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Backhaus, K./Voeth, M. (2010): Internationales Marketing. Schäffer-Poeschel Stuttgart.
- Berndt, R./Altobelli, C. F./Sander, M. (2020): Internationales Marketing-Management. 6. Auflage, Springer, Berlin.
- Homburg, C./Krohmer, H. (2012): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Kotabe, M./Helsen, K. (2020): Global Marketing Management. 8. Auflage, Wiley, Hoboken (NJ).
- Kotler, P./Armstrong, G./Opresnik, M. O. (2019): Marketing. An Introduction. Global Edition. 14. Auflage, Pearson, London.
- de Mooij, M. (2019). Global marketing and advertising. Understanding cultural paradoxes. 5. Auflage. Sage, Los Angeles et. al.

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Onlinemarketing

Modulcode: DLBDBOM-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Bernhard Wecke (Onlinemarketing)

Kurse im Modul

- Onlinemarketing (DLBMSM01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: Duales Studium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: Duales myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Onlinemarketings
- Formen und Kanäle des Onlinemarketings
- Onlinemarketing-Strategie
- Mediaplanung online
- Der Online-Auftritt
- Mobile Marketing und M-Commerce
- Online-Recht
- Online-Kundenbindung und -service
- Web Analytics

Qualifikationsziele des Moduls**Onlinemarketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die für das Onlinemarketing relevanten Grundlagen (Online-Kommunikationsprozess, elektronische Wertschöpfung, ...) einzuordnen und strategisch zu berücksichtigen.
- die unterschiedlichen Onlinemarketing Kanäle zu kennen und darauf aufbauend digitale Werbemaßnahmen strategisch und operativ zu bewerten.
- eine Onlinemarketing Strategie zu konzipieren und strategische und operative Entscheidungen zu treffen.
- Kunden durch Onlinemarketing Maßnahmen zu gewinnen und zu binden.
- Onlinemarketing Programme zu messen und zu bewerten.
- die Vermarktungschancen eines Unternehmens im World Wide Web grundlegend einzuschätzen.
- die Bedeutung von Mobile im Onlinemarketing-Mix zu berücksichtigen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Online & Social Media Marketing.

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation.

Onlinemarketing

Kurscode: DLBMSM01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs bedient sich interdisziplinärer Grundlagen, die den Studierenden eine operative und strategische Auseinandersetzung mit dem Thema Onlinemarketing ermöglichen. Hierzu zählen betriebs- und volkswirtschaftliche Prinzipien ebenso wie kommunikative multimediale Grundlagen oder die Betrachtung der grundsätzlichen Tonalität von Onlinemarketing-Kanälen. Dieser ganzheitliche Blick ist essenziell für die strategische Planung: Neben der Betrachtung der Positionierung von Unternehmen im World Wide Web wird im Kurs erarbeitet, wie Onlinemarketing-Auftritte optimiert werden können. Die Erfolgsmessung und Auswertung relevanter Kennzahlen runden die einheitliche Grundlage für dieses übergeordnete Modul ab. Der Kurs Onlinemarketing vermittelt grundlegende Fachbegriffe und Konzepte. Dazu zählen der Online-Kommunikationsprozess, Mehrwerte des Onlinemarketings sowie elektronische Wertschöpfung und Geschäftsmodelle. Aufbauend auf diesem grundlegenden Verständnis, geht der Kurs auf Fragen der Produkteignung, Preispolitik, Distributionspolitik, die unterschiedlichen Formen der Vermarktung und Verbreitung im Internet ein. Der Kurs erweitert das Verständnis des Onlinemarketings um Elemente des strategischen und vor allem operativen Marketings, besonders der Planung und Realisierung von Werbekampagnen über verschiedene Absatzkanäle. Außerdem wird die zunehmende Entwicklung hin zu einer mobilen Kommunikation berücksichtigt und auf Mobile-Marketing als Teil des Onlinemarketing-Mixes eingegangen. Für ein Verständnis des Verhaltens von Online-Kunden werden im Kurs erweiterte, Onlinemarketing-spezifische Werbewirkungsansätze behandelt. Basierend auf den Prinzipien der Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenloyalität im Onlinemarketing werden Strategien und Taktiken zur Erhöhung der Kundenzahlen und Kampagnen über das Internet und die Wichtigkeit von Online-Beziehungen diskutiert. Die Studierenden arbeiten sich in rechtliche Aspekte ein und lernen die für Onlinemarketing relevanten Grundsätze der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) kennen, um Werbemaßnahmen und Kundenansprache auf eine rechtlich korrekte Grundlage zu stellen. Dieser Kurs bietet den Studierenden die Möglichkeit, die verschiedenen Aspekte des Onlinemarketing-Managements in der Praxis kennenzulernen und umzusetzen. Sie lernen, wie die Online-Medienplanung durch Webanalytics und gezieltes Monitoring zu beurteilen ist. Dafür lernen die Studierenden die relevanten Kennzahlen (KPIs) des Onlinemarketings kennen, die eine wesentliche Voraussetzung zur Optimierung von Online-Strategien darstellen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die für das Onlinemarketing relevanten Grundlagen (Online-Kommunikationsprozess, elektronische Wertschöpfung, ...) einzuordnen und strategisch zu berücksichtigen.
- die unterschiedlichen Onlinemarketing Kanäle zu kennen und darauf aufbauend digitale Werbemaßnahmen strategisch und operativ zu bewerten.
- eine Onlinemarketing Strategie zu konzipieren und strategische und operative Entscheidungen zu treffen.
- Kunden durch Onlinemarketing Maßnahmen zu gewinnen und zu binden.
- Onlinemarketing Programme zu messen und zu bewerten.
- die Vermarktungschancen eines Unternehmens im World Wide Web grundlegend einzuschätzen.
- die Bedeutung von Mobile im Onlinemarketing-Mix zu berücksichtigen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Onlinemarketings
 - 1.1 Entwicklung und Begriff des Onlinemarketings
 - 1.2 Der Onlinekommunikationsprozess
 - 1.3 Die elektronische Wertschöpfung
 - 1.4 Die Rolle des Onlinemarketings im Marketingmix
 - 1.5 Elektronische Geschäftskonzepte und Plattformen
 - 1.6 Aktuelle Entwicklungen und Trends
2. Formen und Kanäle des Onlinemarketings
 - 2.1 Überblick über die Formen des Onlinemarketings
 - 2.2 Affiliate- und Suchmaschinenmarketing
 - 2.3 Displaywerbung und E-Mail-Marketing
 - 2.4 Social-Media- und Influencer-Marketing
 - 2.5 Content-Marketing und Storytelling
 - 2.6 Virales Marketing und Word-of-Mouth-Marketing
 - 2.7 Native Advertising und Mobile Marketing
 - 2.8 Real Time Bidding und Programmatic Advertising
 - 2.9 Online-PR
3. Onlinemarketing-Strategie
 - 3.1 Ziele festlegen und eine Basis schaffen
 - 3.2 Die Customer Journey
 - 3.3 Der richtige Channelmix
 - 3.4 KPIs definieren und analysieren

4. Mediaplanung online
 - 4.1 Prinzipien erfolgreicher Mediaplanung
 - 4.2 Mediabudgets zielgerichtet kreieren und strukturieren
 - 4.3 Integrierte Kampagnen und Crossmedia-Marketing
 - 4.4 Erfolgreicher Mediamix durch Kampagnenmanagement
5. Der Onlineauftritt
 - 5.1 Website und Webdesign
 - 5.2 Corporate Website
 - 5.3 Landingpage
 - 5.4 Blog
 - 5.5 Onlineshop
 - 5.6 Onlinepräsentation und -distribution von Produkten und Dienstleistungen – Vor- und Nachteile
6. Mobile Marketing und M-Commerce
 - 6.1 Grundlagen und Einordnung des Mobile Marketings
 - 6.2 Mobile Web vs. Apps
 - 6.3 QR-Code-Marketing und Location-based Services
 - 6.4 Mobile Commerce und Mobile Payment
 - 6.5 Erfolgsfaktoren mobiler Kampagnen
7. Onlinerecht
 - 7.1 Rechtliche Aspekte des Onlinemarketings
 - 7.2 Das Urheberrecht und der Umgang mit User-generated Content
 - 7.3 Das Recht am eigenen Bild
 - 7.4 Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
8. Onlinekundenbindung und -service
 - 8.1 Das AIDA-Modell – Erweiterungen für das Onlinemarketing
 - 8.2 Kundengewinnung und Kundenbindung im Onlinemarketing
 - 8.3 Onlinekundenbindung im Kundenbeziehungslebenszyklus
 - 8.4 Onlinekundenservice
 - 8.5 Exkurs: Mass Customization
9. Web Analytics
 - 9.1 Kennzahlen im Onlinemarketing
 - 9.2 Web Monitoring
 - 9.3 Big Data

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Kollmann, T. (2019): E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kollmann, T. (Hrsg.) (2020). Handbuch Digitale Wirtschaft. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kreuzer, R. (2021): Online-Marketing. Studienwissen kompakt. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lammenett, E. (2021): Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung. 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 129,75 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 6,75 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Change Management

Modulcode: DLBDBCM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Dr. Guido Schmidt (Change Management)

Kurse im Modul

- Change Management (DLBWPOCM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in das Change Management
- Veränderungen verstehen und gestalten
- Phasenmodelle des Change Managements
- Phasen des Change-Prozesses
- Change-Kommunikation
- Einflussfaktoren und typische Fehler im Change Management
- Operative Instrumente im Rahmen des Change Managements

Qualifikationsziele des Moduls**Change Management**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Auslöser für Veränderungen im Unternehmen zu unterscheiden.
- mögliche Widerstände gegen Veränderungsmaßnahmen zu erkennen
- sinnvolle Wege im Umgang mit auftretenden Widerständen im Change-Prozess zu entwickeln.
- die Rollen und Aufgaben des Change Managements zu benennen.
- die Grundlagen von Prozessen im Change Management zu erfassen und diese auch anderen Beteiligten zu vermitteln.
- Veränderungsbedarf zu diagnostizieren und zu analysieren.
- die typischen Aufgaben von Führungskräften zur Initiierung und Begleitung von Veränderungsprozessen zu skizzieren.
- sinnvolle Kommunikationsmaßnahmen im Change Prozess zu entwickeln.
- Change-Prozesse und -Maßnahmen hinsichtlich ihres Erfolgs zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Change Management

Kurscode: DLBWPOCM02

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Das Tempo von Veränderungen in Märkten, Technologien und Kundenverhalten hat sich signifikant erhöht. Gleichzeitig bieten sich hierdurch auch die größten Wachstumschancen für Unternehmen – neue Geschäftsmodelle, zusammenwachsende Märkte, verändertes Kundenverhalten. Diese Zukunftspotenziale zu nutzen, fordert von Unternehmen, Veränderungen wirksam und schnell umzusetzen. Hierfür ist es essenziell, um die Bedeutung, die Struktur, die Rollen des Beteiligten, mögliche Widerstände und die Kommunikation im Rahmen des Change Managements zu wissen. Sehr viele Change-Programme scheitern regelmäßig in der operativen Umsetzung. Deshalb ist Wissen um das systematische Vorgehen im Veränderungsprozess notwendig, um den Wandel im und von Unternehmen erfolgreich steuern zu können. Menschen und Prozesse spielen dabei die zentrale Rolle.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Auslöser für Veränderungen im Unternehmen zu unterscheiden.
- mögliche Widerstände gegen Veränderungsmaßnahmen zu erkennen
- sinnvolle Wege im Umgang mit auftretenden Widerständen im Change-Prozess zu entwickeln.
- die Rollen und Aufgaben des Change Managements zu benennen.
- die Grundlagen von Prozessen im Change Management zu erfassen und diese auch anderen Beteiligten zu vermitteln.
- Veränderungsbedarf zu diagnostizieren und zu analysieren.
- die typischen Aufgaben von Führungskräften zur Initiierung und Begleitung von Veränderungsprozessen zu skizzieren.
- sinnvolle Kommunikationsmaßnahmen im Change Prozess zu entwickeln.
- Change-Prozesse und -Maßnahmen hinsichtlich ihres Erfolgs zu bewerten.

Kursinhalt

1. Einführung in das Change Management
 - 1.1 Begriffe und Definitionen
 - 1.2 Abgrenzungen des Change Managements
 - 1.3 Modelle des Wandels
2. Ursachen und Auslöser des Wandels

- 2.1 Veränderung und Wandel
- 2.2 Externe Auslöser des Wandels
- 2.3 Interne Auslöser des Wandels
3. Das Unternehmen als Wandelhemmnis
 - 3.1 Hemmnisse auf Organisationsebene
 - 3.2 Kollektive Hemmnisse
 - 3.3 Wirtschaftliche Hemmnisse
4. Widerstand auf individueller Ebene
 - 4.1 Erscheinungsformen individuellen Widerstands
 - 4.2 Ursachen und Auslöser individuellen Widerstands
 - 4.3 Behandlungen von Widerständen
5. Change als Managementaufgabe
 - 5.1 Erfolgsfaktoren des Change Managements
 - 5.2 Managementaufgaben im Change
 - 5.3 Arbeitspakete des Change Managements
6. Leading Change
 - 6.1 Erfolgsfaktor Führung und Führungsperson
 - 6.2 Führungsrollen und -funktionen
 - 6.3 Change-Kommunikation
7. Management von Change-Projekten
 - 7.1 Change-Management-Modelle
 - 7.2 Organisation des Change Managements
 - 7.3 Controlling und Evaluierung von Change-Projekten

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Capgemini Consulting (Hrsg.) (2015): Superkräfte oder Superteam? Wie Führungskräfte ihre Welt wirklich verändern können. (URL: [letzter Zugriff: 03.04.2017]).
- Deutinger, G. (2013): Kommunikation im Change. Erfolgreich kommunizieren in Veränderungsprozessen. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Häusel, H.-G. (2014): Think Limbic! Die Macht des Unbewussten nutzen für Management und Verkauf. 5. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Kotter, J./Rathgeber, H. (2006): Das Pinguin-Prinzip. Wie Veränderung zum Erfolg wird. Droemer, München.
- Kraus, G./Becker-Kolle, C./Fischer, T. (2010): Change-Management. Gründe, Ablauf und Steuerung. 3. Auflage, Cornelsen, Berlin.
- Lauer, T. (2014): Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 2. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Rank, S./Scheinpflug, R. (Hrsg.) (2010): Change Management in der Praxis. Beispiele, Methoden, Instrumente. 2. Auflage, ESV, Berlin
- Rosenstiel, L. v./Hornstein, E. v./Augustin, S. (2012): Change Management Praxisfälle. Springer, Berlin.
- Schmidt-Tanger, M. (2012): Change – Raum für Veränderung. Sich und andere verändern. Junfermann, Paderborn.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Kollaboratives Arbeiten

Modulcode: DLBKA

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Karin Halbritter (Kollaboratives Arbeiten)

Kurse im Modul

- Kollaboratives Arbeiten (DLBKA01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: myStudium

Fachpräsentation

Studienformat: Duales myStudium

Fachpräsentation

Studienformat: Kombistudium

Fachpräsentation

Studienformat: Fernstudium

Fachpräsentation

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Selbstgesteuert und kollaborativ lernen
- Netzwerken und kooperieren
- Performance in (virtuellen) Teams
- Kommunizieren, argumentieren und überzeugen
- Konfliktpotenziale erkennen und Konflikte handhaben
- Selbstführung und Personal Skills

Qualifikationsziele des Moduls**Kollaboratives Arbeiten**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die eigenen Lernprozesse selbstgesteuert und kollaborativ mit analogen und digitalen Medien zu gestalten.
- lokale und virtuelle Kooperation zu initiieren und geeignete Methoden zur Gestaltung der Zusammenarbeit auszuwählen.
- verschiedene Formen der Kommunikation in Bezug auf die Ziele und Erfordernisse unterschiedlicher Situationen zu beurteilen und das eigene Kommunikations- und Argumentationsverhalten zu reflektieren.
- Konfliktpotenziale und die Rolle von Emotionen bei Konflikten zu erläutern und den Einsatz von systemischen Methoden bei der ziel- und lösungsorientierten Handhabung von Konflikten zu beschreiben.
- die eigenen Ressourcen zu analysieren, Methoden der Selbstführung und -motivation darzustellen und angemessene Strategien abzuleiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Kollaboratives Arbeiten

Kurscode: DLBKA01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Kurs unterstützt die Studierenden darin, für unsere vernetzte Welt wichtige überfachliche Kompetenzen auf- und auszubauen – und dabei die Chancen einer konstruktiven Zusammenarbeit mit anderen zu nutzen. Er stellt wesentliche Formen und Gestaltungsmöglichkeiten von kollaborativem Lernen und Arbeiten vor, vermittelt grundlegende Kenntnisse und Werkzeuge für ein selbstgeführtes, flexibles und kreatives Denken, Lernen und Handeln und macht die Studierenden mit den Themen Empathiefähigkeit und emotionale Intelligenz vertraut. Zudem werden die Studierenden angeregt, die Kursinhalte anzuwenden. Damit fördern sie ihre autonome Handlungskompetenz sowie ihre Kompetenz in der interaktiven Anwendung von Tools und im Interagieren in heterogenen Gruppen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die eigenen Lernprozesse selbstgesteuert und kollaborativ mit analogen und digitalen Medien zu gestalten.
- lokale und virtuelle Kooperation zu initiieren und geeignete Methoden zur Gestaltung der Zusammenarbeit auszuwählen.
- verschiedene Formen der Kommunikation in Bezug auf die Ziele und Erfordernisse unterschiedlicher Situationen zu beurteilen und das eigene Kommunikations- und Argumentationsverhalten zu reflektieren.
- Konfliktpotenziale und die Rolle von Emotionen bei Konflikten zu erläutern und den Einsatz von systemischen Methoden bei der ziel- und lösungsorientierten Handhabung von Konflikten zu beschreiben.
- die eigenen Ressourcen zu analysieren, Methoden der Selbstführung und -motivation darzustellen und angemessene Strategien abzuleiten.

Kursinhalt

1. Lernen für eine vernetzte Welt – in einer vernetzten Welt
 - 1.1 Anforderungen und Chancen der VUCA-Welt
 - 1.2 Lernen, Informationen und der Umgang mit Wissen und Nichtwissen
 - 1.3 4C-Modell: Collective – Collaborative – Continuous – Connected
 - 1.4 Eigenes Lernverhalten überprüfen

2. Networking & Kooperation
 - 2.1 Die passenden Kooperationspartner finden und gewinnen
 - 2.2 Tragfähige Beziehungen: Digital Interaction und Vertrauensaufbau
 - 2.3 Zusammenarbeit – lokal und virtuell organisieren & Medien einsetzen
 - 2.4 Social Learning: Lernprozesse agil, kollaborativ und mobil planen
3. Performance in (virtuellen) Teams
 - 3.1 Ziele, Rollen, Organisation und Performance Measurement
 - 3.2 Team Building und Team Flow
 - 3.3 Scrum als Rahmen für agiles Projektmanagement
 - 3.4 Design Thinking, Kanban, Planning Poker, Working-in-Progress-Limits & Co
4. Kommunizieren und überzeugen
 - 4.1 Kommunikation als soziale Interaktion
 - 4.2 Sprache, Bilder, Metaphern und Geschichten
 - 4.3 Die Haltung macht's: offen, empathisch und wertschätzend kommunizieren
 - 4.4 Aktiv zuhören – argumentieren – überzeugen – motivieren
 - 4.5 Die eigene Gesprächs- und Argumentationsführung analysieren
5. Konfliktpotenziale erkennen – Konflikte handhaben – wirksam verhandeln
 - 5.1 Vielfalt respektieren – Chancen nutzen
 - 5.2 Empathie für sich und andere entwickeln
 - 5.3 Systemische Lösungsarbeit und Reframing
 - 5.4 Konstruktiv verhandeln: klare Worte finden – Interessen statt Positionen
6. Eigene Projekte realisieren
 - 6.1 Wirksam Ziele setzen – fokussieren – reflektieren
 - 6.2 Vom agilen Umgang mit der eigenen Zeit
 - 6.3 (Selbst-)Coaching und Inneres Team
 - 6.4 Strategien und Methoden der Selbstführung und -motivation
7. Eigene Ressourcen mobilisieren
 - 7.1 Ressourcen erkennen – Emotionen regulieren
 - 7.2 Reflexion und Innovation – laterales Denken und Kreativität
 - 7.3 Transferstärke und Willenskraft: Bedingungsfaktoren analysieren und steuern

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Baber, A. (2015). Strategic connections. The new face of networking in a collaborative world. Amacom New York.
- Burow, O.-A. (2015). Team-Flow. Gemeinsam wachsen im Kreativen Feld. Beltz Weilheim/Basel.
- Goleman, D. (2013). Focus. The hidden driver of excellence. Harper Collins USA, New York.
- Grote, S./Goyk, R. (Hrsg.) (2018). Führungsinstrumente aus dem Silicon Valley. Konzepte und Kompetenzen. Springer Gabler Berlin.
- Kaats, E./Opheij, W. (2014). Creating conditions for promising collaboration. Alliances, networks, chains, strategic partnerships. Springer Management Berlin.
- Lang, M. D. (2019). The guide to reflective practice in conflict resolution. Rowman & Littlefield, Lanham/Maryland.
- Martin, S. J./Goldstein, N. J./Cialdini, R. B. (2015). The small BIG. Small changes that spark BIG influence. Profile Books London.
- Parianen, F. (2017). Woher soll ich wissen, was ich denke, bevor ich höre, was ich sage? Die Hirnforschung entdeckt die großen Fragen des Zusammenlebens. Rowohlt Taschenbuch Verlag (Rowohlt Polaris) Reinbek bei Hamburg.
- Sauter, R./Sauter, W./Wolfig, R. (2018). Agile Werte- und Kompetenzentwicklung. Wege in eine neue Arbeitswelt. Springer Gabler Berlin.
- Werther, S./Bruckner, L. (Hrsg.) (2018). Arbeit 4.0 aktiv gestalten. Die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung. Springer Gabler Berlin.

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

User Experience

Modulcode: DLBMIUEX1-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Adelka Niels (User Experience)

Kurse im Modul

- User Experience (DLBMIUEX01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales Studium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls <ul style="list-style-type: none">▪ Grundlagen User Experience▪ Customer Journey▪ Ausgewählte UX-Techniken▪ UX-Bewerten▪ Informationsdesign▪ UX im Großen	
Qualifikationsziele des Moduls User Experience <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">▪ den Begriff User Experience und dessen Konzepte zu beschreiben, einzuordnen und abzugrenzen.▪ Touchpoints zu analysieren, Customer Journey Maps zu erstellen und Personas zu beschreiben.▪ gezielt geeignete Techniken zu User Experience Design zu beschreiben und für eine konkrete Aufgabe gezielt auszuwählen.▪ Techniken für die Bewertung von UX zu beschreiben und für konkrete Aufgaben geeignete Techniken auszuwählen.▪ ausgewählte Techniken für das Informationsdesign zu beschreiben und abzugrenzen.▪ Konzepte und Vorgehensweisen für die Gestaltung von User Experience auf Prozess-, Service- und Unternehmensebene zu beschreiben und abzugrenzen.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Design</p>	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Design, Architektur & Bau</p>

User Experience

Kurscode: DLBMIUEX01-01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Begriff User Experience (UX) bezeichnet ganz allgemein die Erfahrung bzw. das Erlebnis, welches bei Nutzern und Kunden von Unternehmensangeboten erzeugt wird. Hier geht es also nicht nur darum die Usability von IT-Systemen zu verbessern, sondern ganzheitlich die Erfahrung von Nutzern und Kunden zu analysieren, zu gestalten und zu bewerten. Nach einer Einführung in das Thema User Experience wird zunächst das Konzept der Customer Journey erläutert und deren Einsatz diskutiert. Anschließend werden ausgewählte Techniken für die Gestaltung von User Experience eingeführt. Danach werden konkrete Techniken zur Bewertung von UX diskutiert und das Thema Informationsdesign betrachtet. Abschließend wird erläutert, wie UX auf der Ebene von Services und Unternehmen gezielt gestaltet werden kann.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff User Experience und dessen Konzepte zu beschreiben, einzuordnen und abzugrenzen.
- Touchpoints zu analysieren, Customer Journey Maps zu erstellen und Personas zu beschreiben.
- gezielt geeignete Techniken zu User Experience Design zu beschreiben und für eine konkrete Aufgabe gezielt auszuwählen.
- Techniken für die Bewertung von UX zu beschreiben und für konkrete Aufgaben geeignete Techniken auszuwählen.
- ausgewählte Techniken für das Informationsdesign zu beschreiben und abzugrenzen.
- Konzepte und Vorgehensweisen für die Gestaltung von User Experience auf Prozess-, Service- und Unternehmensebene zu beschreiben und abzugrenzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der User Experience
 - 1.1 Begriffe, Konzepte, Geschichte
 - 1.2 User Experience Design und Management
 - 1.3 Ausgewählte Szenarien aus der Praxis
2. Analyse
 - 2.1 Contextual Inquiry

- 2.2 Touchpoint-Analyse
- 2.3 Customer Journey Map
- 2.4 Persona
3. Ideenfindung
 - 3.1 Use Cases
 - 3.2 User Storys
 - 3.3 Storyboards
4. Entwurf und Prototyping
 - 4.1 Card Sorting
 - 4.2 Skizzen und Scribbles
 - 4.3 Wireframes
 - 4.4 Prototyping
 - 4.5 Guidelines und Styleguides
5. Evaluation
 - 5.1 Usability Testing
 - 5.2 Beobachtungstechniken
 - 5.3 Befragungstechniken und Fragebögen
6. UX-Integration in Unternehmen
 - 6.1 UX in Services und Geschäftsprozessen
 - 6.2 UX von Unternehmen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Gothelf, J./Seiden, J. (2015): Lean Ux. Mitp, Frechen.
- Jacobsen, J./Meyer, L. (2017): Praxisbuch Usability und UX. Rheinwerk Computing, Bonn.
- Keller, B./Ott, C. S. (2017): Touchpoint Management. Haufe Lexware, Freiburg.
- Moser, C. (2012): User Experience Design. Mit erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern. Springer, Heidelberg.
- Richter, M./Flückiger, M. (2016): Usability und UX kompakt. Produkte für Menschen. 4. Auflage, Springer Vieweg, Heidelberg.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 129,75 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 6,75 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Customer Relationship Management

Modulcode: DLBCRM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Simone Kerner (Customer Relationship Management)

Kurse im Modul

- Customer Relationship Management (DLBCRM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales Studium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Theoretische Erklärungsansätze des CRM
- Kundenlebens- und Kundenbeziehungszyklus
- Kundenzufriedenheit und -loyalität
- Kundenbindungsmanagement
- Kundenwert und Kundenportfoliomanagement
- Strategien und Instrumente des CRM
- Implementierung und Controlling von CRM

Qualifikationsziele des Moduls**Customer Relationship Management**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des Customer Relationship Managements darzustellen.
- die ökonomische Steuerung von Kundenbeziehungen zu analysieren.
- das Konstrukt des Kundenlebens- bzw. Kundenbeziehungszyklus und dessen Implikationen für die Anwendung des CRM-Instrumentariums zu erklären.
- die Kundenzufriedenheit und -loyalität einzuordnen und zu messen und damit die Wirkungskette der Kundenbindung und deren Beitrag zum ökonomischen Erfolg eines Unternehmens darzustellen.
- die Entwicklung, Planung und Durchführung von Kundenbindungsmaßnahmen umzusetzen.
- Kunden nach ihrem Kundenwert zu klassifizieren und eine effiziente Allokation von Ressourcen zur Schaffung von profitablen Kundenbeziehungen zu managen.
- alternative Strategien und Instrumente des CRM zu erläutern und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Customer Relationship Management

Kurscode: DLBCRM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Customer Relationship Management gilt als zentrales und überaus bedeutsames Konzept des Marketingmanagements zur optimalen Gestaltung von Kundenbeziehungen. Sämtliche Prozesse eines Unternehmens sollten konsequent und nachhaltig auf den Kunden und seine Bedürfnisse ausgerichtet sein. Dieses grundlegende Verständnis sowie ein breiter Überblick über das Themengebiet CRM werden den Studierenden in diesem Kurs vermittelt. Neben den theoretischen Grundlagen der Kundenbeziehung geht es um den Kundenlebens- und Kundenbeziehungszyklus, Kundenzufriedenheit und -loyalität, das Kundenbindungsmanagement sowie den Kundenwert und das Kunden-portfoliomanagement. Die praktische Anwendung thematisiert der Kurs bei der Darstellung der vielfältigen Strategien und Instrumente des CRM und auch bei der konkreten Implementierung und dem Controlling des CRM.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des Customer Relationship Managements darzustellen.
- die ökonomische Steuerung von Kundenbeziehungen zu analysieren.
- das Konstrukt des Kundenlebens- bzw. Kundenbeziehungszyklus und dessen Implikationen für die Anwendung des CRM-Instrumentariums zu erklären.
- die Kundenzufriedenheit und -loyalität einzuordnen und zu messen und damit die Wirkungskette der Kundenbindung und deren Beitrag zum ökonomischen Erfolg eines Unternehmens darzustellen.
- die Entwicklung, Planung und Durchführung von Kundenbindungsmaßnahmen umzusetzen.
- Kunden nach ihrem Kundenwert zu klassifizieren und eine effiziente Allokation von Ressourcen zur Schaffung von profitablen Kundenbeziehungen zu managen.
- alternative Strategien und Instrumente des CRM zu erläutern und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des CRM
 - 1.1 Begriffe und Ziele des CRM
 - 1.2 Die ökonomische Bedeutung des Kunden
 - 1.3 Vom transaktions- zum beziehungsorientierten Marketing

- 1.4 Aufgaben und Struktur des CRM
2. Theoretische Erklärungsansätze des CRM
 - 2.1 Erklärungsansätze aus neoklassischer, neoinstitutioneller und organisationstheoretischer Sicht
 - 2.2 Erklärungsansätze aus neobehavioristischer Sicht
 - 2.3 Erklärungsansätze aus kommunikativer Sicht
3. Kundenlebens- und Kundenbeziehungszyklus
 - 3.1 Kundenlebensphasenzyklus
 - 3.2 Kundenbeziehungszyklus
 - 3.3 Kundenbeziehungen aus Nachfrager- und Anbietersicht
4. Kundenzufriedenheit und -loyalität
 - 4.1 Kundenzufriedenheit als Bedingung langfristiger Kundenbindung
 - 4.2 Messung von Kundenzufriedenheit
 - 4.3 Kundenloyalität durch Kundenzufriedenheit
 - 4.4 Aufbau von Kundenzufriedenheit und -loyalität
5. Kundenbindungsmanagement
 - 5.1 Gründe und Effekte des Kundenbindungsmanagement
 - 5.2 Strategien zur Kundenbindung
 - 5.3 Maßnahmen und Instrumente zur Kundenbindung
6. Kundenwert und Kundenportfoliomanagement
 - 6.1 Grundlagen der Kundenbewertung
 - 6.2 Verfahren der Kundenbewertung
 - 6.3 Kundensegmentierung und Kundenportfolios
7. Strategien und Instrumente des CRM
 - 7.1 Merkmale und Aufgaben von Strategien im CRM
 - 7.2 Phasenabhängige CRM-Strategien und Instrumente
 - 7.3 Weitere Optionen und Instrumente
8. Implementierung und Controlling von CRM
 - 8.1 Organisation, Management und Unternehmenskultur
 - 8.2 Architektur der CRM-Prozesse
 - 8.3 Operative und analytische CRM-Prozesse
 - 8.4 Datenverarbeitung

8.5 Möglichkeiten der Wirkungskontrolle

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Alt, R. / Reinhold, O. (2017). Social Customer Relationship Management. Grundlagen, Anwendungen und Technologien. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2016). Relationship Marketing. Das Management von Kundenbeziehungen. Franz Vahlen München.
- Bruhn, M. (2016). Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM). dtv Verlagsgesellschaft München.
- Bruhn, M. / Homburg, C. (Hrsg.) (2017). Handbuch Kundenbindungsmanagement – Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM. 9. Auflage. Springer Gabler Wiesbaden.
- Günter, B. / Helm, S. (Hrsg.) (2017). Kundenwert. Grundlagen – Innovative Konzepte – Praktische Umsetzung (4. Auflage). Springer Wiesbaden.
- Hippner, H. / Hubrich, B. / Wilde K. (Hrsg.) (2011). Grundlagen des CRM. Strategie, Geschäftsprozesse und IT-Unterstützung (3. Auflage). Gabler Verlag Wiesbaden.
- Homburg, Ch. (2016). Kundenzufriedenheit. Konzepte – Methoden – Erfahrungen (9. Auflage). Springer Wiesbaden.
- Müller, C.R. (2015). Customer Relationship Management (CRM) in der Praxis. Begriffe, Grundlagen, Verfahren - Von Analyse bis Zufriedenheit. Selbstverlag C. R. Müller.

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 129,75 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 6,75 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Internationales Brand Management

Modulcode: BWMI2

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Carmen Horn (Internationales Brand Management)

Kurse im Modul

- Internationales Brand Management (BWMI02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Managements von Marken
- Rahmenbedingungen für Marken auf internationalen Märkten
- Strategien und Konzepte internationaler Marken
- Markenarchitekturen und Erweiterungsmöglichkeiten von Marken
- Markenführung und Kommunikation
- Markenführung nach dem Stakeholderkonzept
- Markencontrolling und Markenschutz

Qualifikationsziele des Moduls**Internationales Brand Management**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Marke sowie die Rahmenbedingungen, in denen Marken agieren, und die damit verbundenen Aufgaben des Brandmanagements zu erkennen.
- die Komponenten einer Marke und des Markenmanagements zu beschreiben.
- die Positionierung von Marken auf regionalen, nationalen und internationalen Märkten zu erklären.
- die Rolle der Bewertung von Marken zu erkennen und die gängigsten Messtechniken zu vergleichen.
- die Bedeutung des Markenschutzes und Strategien gegen Markenfälschungen zu erläutern.
- die Konzeption von Markenstrategien und Maßnahmen zur Vermeidung bzw. beim Eintritt von Markenkrisen nachzuvollziehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Marketing & Vertrieb.

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme aus dem Bereich Marketing & Kommunikation.

Internationales Brand Management

Kurscode: BWMI02

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist es, das im Einführungswahlkurs erworbene Wissen zu vertiefen bzw. zu erweitern. Der Wert einer Marke ist auch im internationalen Geschäft ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für Unternehmen. Marken schaffen langfristige und gewinnbringende Kundenbeziehungen. Marken sind damit ein wertvoller Vermögensteil von Unternehmen und Organisationen. Die Studierenden lernen die Grundlagen des Markenmanagements kennen, bevor sie sich im weiteren Verlauf des Kurses mit den Konzepten und Erfolgs-faktoren des internationalen Brandmanagements beschäftigen. Die Studierenden lernen den Aufbau von Markenarchitekturen sowie Möglichkeiten der Markenerweiterung kennen. Dass bei der Markenführung verschiedene Anspruchsgruppen zu berücksichtigen sind wird anhand des Stakeholderkonzeptes den Studierenden vermittelt. Darüber hinaus lernen die Studierenden die verschiedenen Verfahren zur Messung des Markenwertes und das Markencontrolling kennen. Die insbesondere im internationalen Umfeld wichtigen Aspekte des Markenschutzes werden abschließend behandelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Marke sowie die Rahmenbedingungen, in denen Marken agieren, und die damit verbundenen Aufgaben des Brandmanagements zu erkennen.
- die Komponenten einer Marke und des Markenmanagements zu beschreiben.
- die Positionierung von Marken auf regionalen, nationalen und internationalen Märkten zu erklären.
- die Rolle der Bewertung von Marken zu erkennen und die gängigsten Messtechniken zu vergleichen.
- die Bedeutung des Markenschutzes und Strategien gegen Markenfälschungen zu erläutern.
- die Konzeption von Markenstrategien und Maßnahmen zur Vermeidung bzw. beim Eintritt von Markenkrisen nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Brand Managements
 - 1.1 Markenbedeutung und Markenverständnis
 - 1.2 Marktbezogene Rahmenbedingungen
 - 1.3 Aufgaben und Ziele des Brand Managements

2. Markenidentität, Markenpositionierung und Markenpersönlichkeit
 - 2.1 Markenidentität als Grundlage des Brand Managements
 - 2.2 Markenpositionierung
 - 2.3 Markenimage
 - 2.4 Markenpersönlichkeit
3. Markenstrategien
 - 3.1 Problemstellung der Markenstrategien
 - 3.2 Markenstrategien für neue Produkte
 - 3.3 Lizenzierung von Marken
4. Internationales Branding
 - 4.1 Bedeutung des Brandings für internationale Unternehmen
 - 4.2 Markenkonzeppte für internationale Marken
 - 4.3 Faktoren für erfolgreiche internationale Marken
5. Markenarchitekturen und Arten des Brandings
 - 5.1 Markensysteme
 - 5.2 Co-Branding und Hybrid-Branding
6. Markenführung und Kommunikation
 - 6.1 Klassische Markenkommunikation
 - 6.2 Markenkommunikation im Internet
7. Markenerweiterung
 - 7.1 Grundlagen der Markenerweiterung
 - 7.2 Chancen und Risiken der Markenerweiterung
 - 7.3 Idealtypischer Ablauf des Markenerweiterungsprozesses
8. Markenführung nach dem Stakeholderkonzept
 - 8.1 Grundlagen der Markenführung nach dem Stakeholderprinzip
 - 8.2 Anspruchsgruppe der Konsumenten
 - 8.3 Anspruchsgruppe der Aktionäre und Finanzinvestoren
 - 8.4 Anspruchsgruppe der Mitarbeiter
 - 8.5 Anspruchsgruppen der Lieferanten und der Öffentlichkeit
9. Markenkontrolle
 - 9.1 Grundlagen des Markencontrollings
 - 9.2 Bedeutung und Messung des Markenwerts (Markenstatusanalysen)

9.3 Praxisorientierte Verfahren zur Messung des Markenwerts

10. Markenschutz

10.1 Gegenstand des Markenschutzes

10.2 Entstehung des Markenschutzes

10.3 Markenrechtsverletzungen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Baumgarth, C. (2008): Markenpolitik. Markenwirkungen – Markenführung – Markencontrolling. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Berndt, R./Altobelli, C. F./Sander, M. (2010): Internationales Marketing-Management. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Esch, F.-R. (2010): Strategie und Technik der Markenführung. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Gelder, S. v. (2003): Global Brand Strategy. Unlocking Brand Potential Across Countries, Cultures and Markets. Kogan Page, London.
- Homburg, C./Krohmer, H. (2009): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Keller, K. L. (2007): Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. 3. Auflage, Prentice Hall International, Edinburgh.
- Kotler, P./Keller K. L./Bliemel, F. (2007): Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln. 12. Auflage, Pearson Studium, Stuttgart.
- Meffert, H./Burmam, C./Koers, M. (Hrsg.) (2005): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Eventmanagement I

Modulcode: BWEM1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Sommer (Eventmanagement I)

Kurse im Modul

- Eventmanagement I (BWEM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung Eventmanagement ▪ Eventformate ▪ Organisationen und Institutionen in der Eventbranche ▪ Eventplanung ▪ Finanzmanagement von Events ▪ Personal Management von Events ▪ Eventumsetzung ▪ Risikomanagement und rechtliche Aspekte ▪ Eventevaluierung 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Eventmanagement I</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ihr Grundwissen über die Eventbranche und der damit verbundenen Bereiche, Organisationen und Interessensgruppen sowie der Eventakteure wiederzugeben. ▪ die wesentlichen Eventformate zu kennen, die von Unternehmen, Organisationen und Institutionen als Kommunikationsmedium verwendet werden. ▪ die verschiedenen Stakeholder, deren Bedürfnisse und Ziele an einem Event zu identifizieren. ▪ zu verstehen, wie Events geplant, organisiert und durchgeführt werden und die mit Events zusammenhängenden betrieblichen Funktionsbereiche zu analysieren und zu verstehen. ▪ Eventevaluierung und deren Methoden zu kategorisieren. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Eventmanagement</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event</p>

Eventmanagement I

Kurscode: BWEM01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Messen, Ausstellungen, Konferenzen im wissenschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Kontext, Marketingveranstaltungen von Unternehmen oder öffentliche Sport- und Kulturveranstaltungen – die Eventbranche ist vielfältig. Unternehmen nutzen Events für Produktpräsentation; aber auch als Mitarbeiter- oder kundenorientierte Veranstaltungen haben sie ihren festen Platz als effektives Kommunikationsinstrument im Marketing von Unternehmen schon lange gefunden. Institutionen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft nutzen gezielt Konferenzen und Seminare zur effektiven Informationsvermittlung; mit Publikumsveranstaltungen – Tage der offenen Tür, Jubiläen – wird die Öffentlichkeit angesprochen. In diesem Kurs werden den Studierenden sowohl die Grundlagen im Bereich des Eventmanagements als auch die planungs-, umsetzungs- und evaluierungsrelevanten Aspekte erfolgreicher Events vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr Grundwissen über die Eventbranche und der damit verbundenen Bereiche, Organisationen und Interessensgruppen sowie der Eventakteure wiederzugeben.
- die wesentlichen Eventformate zu kennen, die von Unternehmen, Organisationen und Institutionen als Kommunikationsmedium verwendet werden.
- die verschiedenen Stakeholder, deren Bedürfnisse und Ziele an einem Event zu identifizieren.
- zu verstehen, wie Events geplant, organisiert und durchgeführt werden und die mit Events zusammenhängenden betrieblichen Funktionsbereiche zu analysieren und zu verstehen.
- Eventevaluierung und deren Methoden zu kategorisieren.

Kursinhalt

1. Einführung Eventmanagement
 - 1.1 Der Eventbegriff
 - 1.2 Zur Historie und Bedeutung von Events
 - 1.3 Funktionen von Events
2. Eventformate
 - 2.1 Eventformate aufgrund der inhaltlichen Zusammensetzung
 - 2.2 Eventformate aufgrund der Größe und Bedeutung
 - 2.3 Hybridevents

- 2.4 Gamification
- 3. Organisationen und Institutionen in der Eventbranche
 - 3.1 Die Eventbranche in Deutschland
- 4. Eventplanung
 - 4.1 Eventkonzeption und -design
 - 4.2 Eventprojektmanagement
- 5. Finanzmanagement von Events
 - 5.1 Begrifflichkeiten aus dem Finanz- und Kostenmanagement
 - 5.2 Budgetierung des Events
 - 5.3 Finanzreport
- 6. Personal Management von Events
 - 6.1 Personalmanagement und -planung
- 7. Eventumsetzung
 - 7.1 Eventdurchführung
 - 7.2 Eventlogistik
- 8. Risikomanagement und rechtliche Aspekte
 - 8.1 Risiko und Risikomanagement
 - 8.2 Rechtliche Aspekte
- 9. Eventevaluierung
 - 9.1 Evaluierungsmethoden
 - 9.2 Zeitpunkt der Evaluierung

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bowdin, G. et al. (2011). Events Management (3. Auflage). Routledge Abingdon NY.
- Capell, L. (2013). Event Management for Dummies. John Wiley & Sons, Chichester, West Sussex.
- Eisermann, U./Winnen, L./Wrobel, A. (2014). Praxisorientiertes Eventmanagement. Events erfolgreich planen, umsetzen und bewerten. Springer Gabler Wiesbaden.
- Henschel, O. (2010). Lexikon Eventmanagement. Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung (2. Auflage) Beuth Berlin/Wien/Zürich.
- Kiel, H.-J./Bäuchl, R. (2014). Eventmanagement. Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle. Vahlen München.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Eventmanagement II

Modulcode: BWEM2

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen BWEM01	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	---	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Dieter Jäger (Eventmanagement II)

Kurse im Modul

- Eventmanagement II (BWEM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Events im internationalen Kontext ▪ Internationale Business Events ▪ Internationale Sportveranstaltungen ▪ Internationale Kultur- und Festivalevents ▪ Sponsoring und Sponsorship Management in der Eventindustrie ▪ Corporate Social Responsibility in der Eventindustrie ▪ Sustainability in der Eventindustrie ▪ Green Meetings und Events 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Eventmanagement II</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ zu verstehen, welche Rolle Events in internationalen und globalen Märkten spielen. ▪ zu erkennen, welche Bedeutung interkulturelle Aspekte von Events im internationalen Kontext haben. ▪ die Herausforderungen und Wirkungsweisen, die an ein effektives Eventmanagement bei internationalen Veranstaltungen gestellt werden, zu identifizieren und zu analysieren. ▪ die Notwendigkeit und Erfordernis an nachhaltigen Events zu erkennen und zu verstehen, wie diese bei Events geplant, umgesetzt und evaluiert werden können. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Eventmanagement</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event</p>

Eventmanagement II

Kurscode: BWEM02

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen BWEM01
---------------------	---	------------	----------------	---

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Eventmanagement II Grundlagen und Grundbegriffen des Eventmanagements auf. Aufgrund der globalen Märkte und der globalen Vernetzung werden Events ebenfalls zunehmend internationaler. Ob global agierende Unternehmen oder internationale Sportevents – die Ausrichter, Organisationen und Teilnehmer solcher Events sind heutzutage international. Der Kurs Eventmanagement II vermittelt den Studierenden daher einen vertiefenden Einblick in den internationalen Kontext der Eventindustrie und die interkulturellen Aspekte von Events in den verschiedenen Bereichen. Neben der Internationalität spielt aber auch das Thema „Sustainability“ und „gesellschaftliche Verantwortung“ von Events eine immer wichtigere Bedeutung in der Eventbranche.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu verstehen, welche Rolle Events in internationalen und globalen Märkten spielen.
- zu erkennen, welche Bedeutung interkulturelle Aspekte von Events im internationalen Kontext haben.
- die Herausforderungen und Wirkungsweisen, die an ein effektives Eventmanagement bei internationalen Veranstaltungen gestellt werden, zu identifizieren und zu analysieren.
- die Notwendigkeit und Erfordernis an nachhaltigen Events zu erkennen und zu verstehen, wie diese bei Events geplant, umgesetzt und evaluiert werden können.

Kursinhalt

1. Events im internationalen Kontext
 - 1.1 Interkulturelle Aspekte der Eventorganisation
 - 1.2 Internationalisierung von Events
 - 1.3 Events als Wissensvermittlung und -austausch im internationalen Kontext
2. Internationale Business Events
 - 2.1 Ziele und Formate von Business Events
3. Internationale Sportveranstaltungen
 - 3.1 Historie der Sportevents
 - 3.2 Hauptakteure bei der Entwicklung von internationalen Sportevents

4. Internationale Kultur- und Sportevents
 - 4.1 Events im Kultursektor
5. Sponsoring und Sponsorship Management in der Eventindustrie
 - 5.1 Sponsoring
6. Corporate Social Responsibility in der Eventindustrie
 - 6.1 Begriff des Corporate Social Responsibility
 - 6.2 Prinzipien des CSR in der Eventindustrie
 - 6.3 Faires Handeln in der Eventindustrie
7. Sustainability in der Eventindustrie
 - 7.1 Begriff der Nachhaltigkeit
 - 7.2 Die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Dimension
 - 7.3 Nachhaltiges Handeln bei Events
8. Green Meetings und Events
 - 8.1 Green Meetings

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bowdin, G. et al. (2011): Events Management. 3. Auflage, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Ferdinand, N./Kitchin, P. (Hrsg.) (2017): Events Management. An International Approach. 2. Auflage, SAGE, Los Angeles/London.
- Getz, D. (2016): Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events. 3. Auflage, Butterworth-Heinemann, Oxford/Burlington, MA.
- Yeoman, I. (2004): Festival and Events Management. An International Arts and Culture Perspective. Butterworth-Heinemann, Amsterdam/Boston.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Social-Media-Marketing

Modulcode: DLBECSSMM-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Susanne O'Gorman (Social-Media-Marketing)

Kurse im Modul

- Social-Media-Marketing (DLBMSM02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: myStudium
Advanced Workbook

Studienformat: Fernstudium
Advanced Workbook

Studienformat: Duales Studium
Advanced Workbook

Studienformat: Duales myStudium
Advanced Workbook

Studienformat: Kombistudium
Advanced Workbook

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Social-Media-Marketings
- Social-Media-Marketing im Gesamt-Marketingmix
- Social-Media-Landkarte
- Social-Media-Strategieentwicklung
- Social Media im Innovationsmanagement
- Operatives Social-Media-Marketing
- Rechtliche Rahmenbedingungen von Social Media
- Entwicklungen im Social-Media-Marketing

Qualifikationsziele des Moduls**Social-Media-Marketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- soziale Implikationen und vernetzende Kommunikationsstrategien zu verstehen und auf den Bereich Social-Media-Marketing zu übertragen.
- Social-Media-Marketing in den Gesamt-Marketingmix zu integrieren.
- eine Social-Media-Strategie und Vorschläge für die operative Umsetzung zu entwickeln.
- die verschiedenen Social-Media-Kanäle (Facebook, Instagram...) zu bewerten.
- Social Media für Innovationsmanagement und Netzwerke zu nutzen.
- Vermarktungschancen eines Unternehmens im Social-Media-Bereich grundlegend einzuschätzen und diesbezüglich strategische Entscheidungen zu treffen.
- Entwicklungen im Social-Media-Marketing aus soziologischer und betriebswirtschaftlicher Perspektive zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für Module im Bereich Online & Social Media Marketing

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing

Social-Media-Marketing

Kurscode: DLBMSM02-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Wie wurde aus Social Media Social-Media-Marketing? Social Media hat sich von einem privaten Kommunikationsmedium zu einem kommerzialisiertem Werbetooll entwickelt. Ein grundlegendes Verständnis dieser Entwicklung, der sozialen Implikationen von Social Media sowie der vernetzten Kommunikationsstrategien im Internet ist die Basis für eine aktive Auseinandersetzung mit Social-Media-Marketing, die den Studierenden in dem Kurs ermöglicht wird. Hierbei wird Social-Media-Marketing sowohl strategisch als auch operativ betrachtet. Die strategische Perspektive beinhaltet sowohl den Aspekt der strategischen Positionierung von Social Media im Unternehmen als auch die Integration in den Gesamt-Marketingmix. Neben grundlegenden Aspekten zur Strategieentwicklung setzen sich die Studierenden mit den Instrumenten des heutigen Social-Media-Marketings und den Kanälen auseinander, um diese gezielt für weitere Marketingmaßnahmen und -strategien erfolgsorientiert einzusetzen. Für die aktive operative Auseinandersetzung mit Social-Media-Marketing werden Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, Pinterest u. a. genauer betrachtet, um diese gezielt für weitere Marketingmaßnahmen und -strategien einzusetzen. Darauf aufbauend sind digitale Werbemaßnahmen, die in Social Media zum Tragen kommen, Bestandteil dieses Kurses, deren Einsatz unter Berücksichtigung rechtlicher Aspekte betrachtet wird. Der Kurs Social-Media-Marketing vermittelt somit grundlegende Konzepte wie die Entwicklung einer Social-Media-Strategien, wozu z. B. Aspekte wie Content-Management, Redaktionsplanung oder Zielgruppenanalyse zählen. Er geht praxisbezogen auf die Nutzung und das Monitoring verschiedener Social-Media-Kanäle ein und berücksichtigt den Bereich des operativen Social-Media-Marketings. Somit erhalten die Studierenden mit diesem Kurs einen fundierten ganzheitlichen Blick auf den Bereich des Social-Media-Marketings und entwickeln die Fähigkeit, Social Media auch im Sinne des Innovationsmanagements einzusetzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- soziale Implikationen und vernetzende Kommunikationsstrategien zu verstehen und auf den Bereich Social-Media-Marketing zu übertragen.
- Social-Media-Marketing in den Gesamt-Marketingmix zu integrieren.
- eine Social-Media-Strategie und Vorschläge für die operative Umsetzung zu entwickeln.
- die verschiedenen Social-Media-Kanäle (Facebook, Instagram...) zu bewerten.
- Social Media für Innovationsmanagement und Netzwerke zu nutzen.
- Vermarktungschancen eines Unternehmens im Social-Media-Bereich grundlegend einzuschätzen und diesbezüglich strategische Entscheidungen zu treffen.
- Entwicklungen im Social-Media-Marketing aus soziologischer und betriebswirtschaftlicher Perspektive zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Social-Media-Marketings
 - 1.1 Entwicklung der sozialen Medien und der Begriff des Social-Media-Marketings
 - 1.2 Soziale Implikationen von Social Media
 - 1.3 Funktionsweise, Arten und Anwendungsfelder von Social-Media-Marketing
 - 1.4 Typologie und Aktivitäten von Social-Media-Nutzern
2. Social-Media-Marketing im Gesamtmarketingmix
 - 2.1 Chancen und Risiken durch Social Media
 - 2.2 Die POST-Methode nach Groundswell
 - 2.3 Integration in den klassischen Marketingmix
 - 2.4 Social Media als Servicekanal
 - 2.5 Ziele von Social-Media-Marketing
 - 2.6 Relevante Kennzahlen zur Erfolgsmessung
 - 2.7 Die strategische Positionierung von Social Media im Unternehmen
3. Social-Media-Landkarte
 - 3.1 Überblick über die Social-Media-Landkarte
 - 3.2 Steckbriefe der relevantesten Social-Media-Kanäle
 - 3.3 Zielgruppen/Nutzergruppen
4. Social-Media-Strategieentwicklung
 - 4.1 Was ist eine Strategie? Definitionen
 - 4.2 Ziele einer Strategie
 - 4.3 Stufen der Social-Media-Strategieentwicklung
 - 4.4 Onlinereputationsmanagement und Krisenmanagement
 - 4.5 Social Media Governance

5. Social Media im Innovationsmanagement
 - 5.1 Die Bedeutung und der Einsatz der Crowd
 - 5.2 Innovationen durch interaktive Wertschöpfung, Branded Communities, Lead User und Social Media Intelligence
 - 5.3 Social Media als Marktforschungsinstrument
6. Operatives Social-Media-Marketing
 - 6.1 Content-Marketing und Native Advertising
 - 6.2 Virales Marketing und Word of Mouth
 - 6.3 Influencer-Marketing
 - 6.4 Social Media im B2B-Marketing
 - 6.5 Community-Management und Social-Media-Monitoring
 - 6.6 Social Media Relations
 - 6.7 Social Media Recruiting
 - 6.8 Social Advertising
7. Rechtliche Rahmenbedingungen von Social Media
 - 7.1 Gesetzlicher Rahmen von Social Media
 - 7.2 Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
 - 7.3 User-Generated Content
 - 7.4 Das Facebook-Pixel
8. Entwicklungen im Social-Media-Marketing
 - 8.1 Social Media im digitalen Wandel – neue Formen des Konsums
 - 8.2 Social Products und Brands
 - 8.3 Social Commerce und Social Selling
 - 8.4 Messenger und Bots
 - 8.5 Die Begriffe "postfaktisch" und "postdigital"
 - 8.6 Open Leadership – Umgang mit Kontrollverlust

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Decker, A. (2022): Der Social-Media-Zyklus. Schritt für Schritt zum systematischen Social-Media-Management im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Pahrman, C. et al. (2020): Social Media Marketing: Praxishandbuch für Twitter, Facebook, Instagram & Co (5. Auflage). O'Reilly, Heidelberg.
- Pein, V. (2020): Social Media Manager. Das Handbuch für Ausbildung und Beruf. 4. Auflage, Rheinwerk Computing, Bonn.

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 129,75 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 6,75 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Innovationsmanagement

Modulcode: DLBEPWIP1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mirko Bendig (Innovationsmanagement)

Kurse im Modul

- Innovationsmanagement (DLBEPWIP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Innovation verstehen
- Innovation planen
- Innovation entwickeln
- Innovation am Markt durchsetzen
- Anwendungs- und Fallbeispiele aus dem Innovationsmanagement

Qualifikationsziele des Moduls**Innovationsmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Innovation als Impulsgeber für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie für die Neugründung oder Weiterentwicklung eines Unternehmens zu erläutern.
- die Gestaltung einer Innovationsstrategie zu beschreiben und die verschiedenen Organisationsformen der Innovationsfunktion zu erklären.
- zu verstehen, wie wichtig eine förderliche Innovationskultur ist und wie das Innovationsmanagement als Teil des strategischen Managements gestaltet wird.
- die wichtigen Schritte zu analysieren und zu konzipieren, die ein erfolgreicher Innovationsprozess beinhaltet.
- die Elemente einer kreativen Innovationsentwicklung und einer anschließenden Innovationsbewertung sowie -auswahl zu erläutern.
- die Markteinführung einer Innovation zu beschreiben.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Innovationsmanagement

Kurscode: DLBEPWIP01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Innovationsmanagement hat eine hohe Relevanz für den Unternehmenserfolg. Den Studierenden wird ein Grundverständnis für das Innovationsmanagement und seine Bedeutung aus volkswirtschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Sicht vermittelt. Neben den Gestaltungsoptionen der Innovationsstrategie, der Innovationsfunktion und -organisation sowie der Innovationskultur in einem Unternehmen werden die Phasen des Innovationsprozesses detailliert vorgestellt und innerhalb des strategischen Managements und der Produktpolitik eingeordnet. Für jede Phase des Innovationsprozesses werden konkrete Instrumente vorgestellt sowie deren Vor- und Nachteile diskutiert. Nach der Diskussion ausgewählter Kreativitätstechniken zur Ideengenerierung werden mit dem Lead User Ansatz, den Open Innovation Ansätzen und der Conjoint Analyse Methodik zentrale Ansätze zur Ideenkonkretisierung behandelt. In der Phase der Innovationsbewertung werden Studierende mit Instrumenten wie z.B. Scoringmodellen vertraut gemacht. Abschließend wird ein Verständnis für die Durchsetzung von Innovationen auf dem Markt als letzte Phase des Innovationsprozesses vermittelt sowie vier konkrete Fallbeispiele zur Anwendungsbeschreibung erläutert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Innovation als Impulsgeber für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie für die Neugründung oder Weiterentwicklung eines Unternehmens zu erläutern.
- die Gestaltung einer Innovationsstrategie zu beschreiben und die verschiedenen Organisationsformen der Innovationsfunktion zu erklären.
- zu verstehen, wie wichtig eine förderliche Innovationskultur ist und wie das Innovationsmanagement als Teil des strategischen Managements gestaltet wird.
- die wichtigen Schritte zu analysieren und zu konzipieren, die ein erfolgreicher Innovationsprozess beinhaltet.
- die Elemente einer kreativen Innovationsentwicklung und einer anschließenden Innovationsbewertung sowie -auswahl zu erläutern.
- die Markteinführung einer Innovation zu beschreiben.

Kursinhalt

1. Innovation verstehen
 - 1.1 Grundlagen des Innovationsmanagements
 - 1.2 Volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung von Innovationen

- 1.3 Merkmale von Innovationen
- 1.4 Innovationsarten
- 1.5 Erfolgsfaktoren von Innovationen
2. Innovation planen
 - 2.1 Definition und Entwicklung von Innovationsstrategien
 - 2.2 Organisation der Innovationsfunktion
 - 2.3 Verschiedene Organisationsformen des Innovationsmanagements
 - 2.4 Gestaltung einer Innovationskultur und Förderung von Intrapreneurship
 - 2.5 Rolle und Funktion von Innovationsmanager:innen
3. Innovation entwickeln
 - 3.1 Konzepte und Modelle verbreiteter Innovationsprozesse
 - 3.2 Vor- und Nachteile der Innovationsprozessmodelle
 - 3.3 Impulse und Ideengenerierung für Innovationen
 - 3.4 Lead User und Open Innovation Ansätze
 - 3.5 Ideenbewertung und -auswahl
4. Innovation am Markt durchsetzen
 - 4.1 Operative Umsetzung der Innovation
 - 4.2 Innovationsmarketing
 - 4.3 Markteinführung
 - 4.4 Schutzrechte
5. Anwendungs- und Fallbeispiele aus dem Innovationsmanagement
 - 5.1 Innovationsprozess aus der Praxis
 - 5.2 Digitales Innovationsmanagement
 - 5.3 Innovation Lab
 - 5.4 Start-up Accelerator / Incubator

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Corsten, H./ Gössinger, R./Schneider, H./Müller-Seitz, G. (2016): Grundlagen des Technologie- und Innovationsmanagements. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Gassmann, O./Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Carl Hanser Verlag GmbH Co KG, München.
- Hauschildt, J./Salomo, S./Schultz, C./Kock, A. (2016): Innovationsmanagement, 6. Auflage, Vahlen, München.
- Vahs, D./Brem, A. (2015): Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Planung und Entwicklung von Events

Modulcode: DLBEMPEE

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Sommer (Planung und Entwicklung von Events)

Kurse im Modul

- Planung und Entwicklung von Events (DLBEMPEE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Strategien der Eventplanung und -entwicklung
- Eventstrategien: Erfolgsfaktoren für die Organisation
- Finanzierung von Events
- Dramaturgie und Inszenierung
- Projektmanagement: Erfolgsstrategie, Meilensteine und Budgets
- Planung und Vorbereitung
- Veranstaltungslogistik
- Nachbereitung und Erfolgskontrolle

Qualifikationsziele des Moduls**Planung und Entwicklung von Events**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das für die Planung und Entwicklung von Events (MICE) erforderliche Grundlagenwissen aus Betriebswirtschaft, Medien- und Veranstaltungstechnik, Recht und Kommunikationswissenschaft anzuwenden.
- Events nach Kundenvorgabe zu entwickeln, Alternativen für Konzepte zu erstellen und Veranstaltungen zu planen.
- die Finanzierung von Events zu erläutern.
- die logistischen Herausforderungen im Zusammenhang mit Events zu beherrschen.
- Inszenierungs- und Dramaturgietechniken sinnvoll und wertsteigernd einzusetzen.
- in ihrem beruflichen Alltag Aufgaben aus Bereichen des Eventmanagements auszuführen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Eventmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Planung und Entwicklung von Events

Kurscode: DLBEMPEE01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt vertiefende Grundlagen des Dienstleistungsmanagements im Bereich der Planung und Entwicklung von Events und bildet die Studierenden zum Generalisten für erste Fach- und Führungsaufgaben in der Eventbranche aus.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das für die Planung und Entwicklung von Events (MICE) erforderliche Grundlagenwissen aus Betriebswirtschaft, Medien- und Veranstaltungstechnik, Recht und Kommunikationswissenschaft anzuwenden.
- Events nach Kundenvorgabe zu entwickeln, Alternativen für Konzepte zu erstellen und Veranstaltungen zu planen.
- die Finanzierung von Events zu erläutern.
- die logistischen Herausforderungen im Zusammenhang mit Events zu beherrschen.
- Inszenierungs- und Dramaturgietechniken sinnvoll und wertsteigernd einzusetzen.
- in ihrem beruflichen Alltag Aufgaben aus Bereichen des Eventmanagements auszuführen.

Kursinhalt

1. Strategien der Eventplanung und -entwicklung
2. Eventstrategien: Erfolgsfaktoren für die Organisation
3. Finanzierung von Events
4. Dramaturgie und Inszenierung
5. Projektmanagement: Erfolgsstrategie, Meilensteine und Budgets
6. Planung und Vorbereitung
 - 6.1 Eventbriefing
 - 6.2 Eventkonzeption
 - 6.3 Eventorganisation
7. Veranstaltungslogistik

8. Nachbereitung und Erfolgskontrolle

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Behrens-Schneider, C./Birven, S. (2007): Events und Veranstaltungen organisieren. Redline, Heidelberg.
- Castan, B. (2011): Erfolgskontrolle von Events und Sponsoring. Instrumente für die Evaluation ihrer Werbewirkung. ESV, Berlin.
- Haase, F./Mäcken, W. (Hrsg.) (2005): Handbuch Eventmanagement. 2. Auflage, kopaed, München.
- Henschel, O. (2004): Lexikon Eventmanagement. Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung. Beuth Verlag, Berlin.
- Holzbaur, U. et al. (2005): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. 3. Auflage, Springer, Berlin.
- Jäger, D. (2015): Grundwissen Eventmanagement. UVK Konstanz.
- Klein, C. (2010): Eventmanagement in der Praxis. interna, Bonn.
- Nufer, G. (2007): Event-Marketing und -Management. Theorie und Praxis unter besonderer Berücksichtigung von Imagewirkungen. 3. Auflage, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Schmitt, I. (2006) Praxishandbuch Event Management. 2.Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schreiber, M.-T. (Hrsg.) (2012): Kongresse, Tagungen und Events. De Gruyter, Oldenbourg.
- Zech, N. (2010): Administratives Event-Management in der Hotellerie. Matthaes Verlag, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Marktpsychologie

Modulcode: DLBMAMP

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Pitters (Marktpsychologie)

Kurse im Modul

- Marktpsychologie (DLBWPMUW01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen und wissenschaftliche Einordnung
- Marktpsychologische Interventionen
- Marktpsychologische Wirkungsmodelle
- Psychologie der Kaufentscheidung
- Umfeldfaktoren marktpsychologischer Zusammenhänge und Prozesse
- Produktwahrnehmung und Produktbewertung
- Motivforschung, Einstellungen und Emotionen

Qualifikationsziele des Moduls**Marktpsychologie**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Marktpsychologie in Wissenschaft und Praxis einzuordnen und zu bewerten.
- die wichtigsten marktpsychologischen Modelle zu erklären und diese auf konkrete Fragestellungen zu beziehen.
- die Gesetzmäßigkeiten und Kriterien der Wahrnehmung und Bewertung von Produkten, Marken und Herstellern im sozialen Feld zu erläutern.
- marktpsychologische Interventionen in Grundzügen zu verstehen und anzuwenden.
- Zielgruppentypologien wie die Limbic Types und Sinus-Milieus sowie ihre Praxisrelevanz anhand ausgewählter Fälle zu erklären.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Psychologie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Marktpsychologie

Kurscode: DLBWPMUW01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Über den Erfolg von Unternehmen entscheidet letztendlich der Absatz, also die Bereitschaft der Konsumenten, bestimmte Güter oder Dienstleistungen zu erwerben. Diese unterliegen vielfältigen Umfeldbedingungen, Motiven, Wechselwirkungen und Einflussfaktoren. Marktpsychologie ist eine angewandte Wissenschaft und Teil der Wirtschaftspsychologie. Sie hat das Ziel, menschliches Verhalten auf Märkten zu erklären, zu prognostizieren und Hinweise für eine beeinflussende (persuasive) Kommunikation zu geben. Nach einer Einführung in Gegenstandsbereich und Teilbereiche der Marktpsychologie werden die Handlungsoptionen marktpsychologischer Interventionen sowie der Kaufentscheidungsprozess beleuchtet. Die Studierenden werden mit den verschiedenen marktpsychologischen Wirkungsmodellen und der Analyse von Bedürfnissen, Emotionen, Motiven und Einstellungen vertraut. Daran schließt sich eine Analyse der Wahrnehmung und Bewertung von Produkten, Marken und Herstellern im sozialen Feld an. Diese dient auch der Differenzierung und Positionierung von gruppenspezifischen Verbrauchervorstellungen. Hierauf und auch auf der Motivforschung aufbauend geht der Kurs anschließend auf Verbraucher- bzw. Zielgruppentypologien sowie deren Vorteile und Anwendungsmöglichkeiten, aber auch Grenzen ein.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Marktpsychologie in Wissenschaft und Praxis einzuordnen und zu bewerten.
- die wichtigsten marktpsychologischen Modelle zu erklären und diese auf konkrete Fragestellungen zu beziehen.
- die Gesetzmäßigkeiten und Kriterien der Wahrnehmung und Bewertung von Produkten, Marken und Herstellern im sozialen Feld zu erläutern.
- marktpsychologische Interventionen in Grundzügen zu verstehen und anzuwenden.
- Zielgruppentypologien wie die Limbic Types und Sinus-Milieus sowie ihre Praxisrelevanz anhand ausgewählter Fälle zu erklären.

Kursinhalt

1. Einleitung, Definitionen, Abgrenzung und wissenschaftliche Einordnung der Markt- und Werbepsychologie
 - 1.1 Gegenstandsbereich und Teilbereiche der Marktpsychologie
 - 1.2 Gegenstandsbereich und Teilbereiche der Werbepsychologie

- 1.3 Medienpsychologie als Spezialdisziplin der Wirtschaftspsychologie
 - 1.4 Typische Fragestellungen der Markt- und Webpsychologie
2. Marktpsychologische Interventionen
 - 2.1 Der Ablauf marktpsychologischer Interventionen
 - 2.2 Interventionen: Was und mit welchem Ziel?
3. Kaufentscheidungen
 - 3.1 Kaufentscheidungen als spezifische Aktivierung
 - 3.2 Arten von Kaufentscheidungen
 - 3.3 Entscheidungsstrategien und Informationsaufnahme
 - 3.4 Kaufentscheidung als zielorientiertes Handeln
 - 3.5 Rationale Kaufentscheidungen
4. Marktpsychologische Wirkungsmodelle
 - 4.1 Kaufentscheidungen als spezifische Aktivierung
 - 4.2 Neobehavioristische Modelle
 - 4.3 Nutzenmodelle
 - 4.4 Das Umwelt-Person-Modell nach Neumann
 - 4.5 Neuromarketing
 - 4.6 Virales Marketing
5. Grundlegende psychologische Einflussfaktoren – marktpsychologische Zusammenhänge und Prozesse
 - 5.1 Verhalten der Marktteilnehmer
 - 5.2 Physische, soziale und kulturelle Einflüsse
 - 5.3 Stimmungen und Erwartungen
 - 5.4 Indizes der Stimmungen der Marktteilnehmer
6. Produktwahrnehmung und -bewertung
 - 6.1 Gestaltpsychologie
 - 6.2 Abstrahlungseffekte und Irradiation
 - 6.3 Markenwahrnehmung
 - 6.4 Markenmanagement
 - 6.5 Vorhersagen von Verbraucherverhalten, Kaufentscheidungen
7. Einstellung, Emotion und Motivation
 - 7.1 Emotionen
 - 7.2 Motivation als Handlungsdrang

- 7.3 Einstellungen und ihre Messung
- 7.4 Die Limbic Map als Emotions-, Motiv- und Werteraum
- 7.5 Vorteile und Grenzen von Zielgruppentypologien
- 7.6 Die Sinus-Milieus

8. Marketinginstrumente – psychologisch betrachtet

- 8.1 Psychologie und Marketing
- 8.2 Produktpolitik, Passung von Produkt und Marke
- 8.3 Preis- und Konditionen
- 8.4 Vertrieb
- 8.5 Kommunikation

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Häusel, H. G. (2014): Think Limbic! Die Macht des Unbewussten nutzen für Management und Verkauf. 5. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Moser, K. (Hrsg.) (2015): Wirtschaftspsychologie. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Neumann, P. (2013): Handbuch der Markt- und Werbepsychologie. Huber, Bern.
- Wiswede, G. (2012): Einführung in die Wirtschaftspsychologie. 5. Auflage, UTB, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Werbepsychologie

Modulcode: DLBMAWEPS

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	-----------------------------	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Benny Briesemeister (Werbepsychologie)

Kurse im Modul

- Werbepsychologie (DLBWPMUW02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen und Entwicklung der Werbepsychologie
- Theorien und Modelle der Werbewirkung
- Wahrnehmung
- Aufmerksamkeit
- Lernpsychologie, insbesondere emotionale Konditionierung
- Gedächtnis
- Psychologische Reaktanz, Einstellung und Einstellungsänderung
- Methoden der Werbepsychologie

Qualifikationsziele des Moduls**Werbepsychologie**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Theorien, Befunde und Methoden der Werbepsychologie zu erklären und diese in den Gesamtzusammenhang der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- die wichtigsten psychologischen Aspekte der Werbewirkung zu benennen und konkrete Handlungsempfehlungen zu deren Optimierung abzuleiten.
- zu beurteilen, mit welchen Verfahren sie die Güte dieser Handlungsempfehlungen einschätzen können, um damit keine Kosten zu verschwenden.
- ihren Adressaten die kognitive Verarbeitung ihrer Informationen zu vermitteln und dabei kognitive Dissonanzen zu vermeiden (bzw. bewusst einzusetzen).
- ein Angebot, eine Person oder eine Marke emotional aufzuladen.
- mit Hilfe des erarbeiteten Methodeninventars Untersuchungen und Studien kritisch zu hinterfragen und eigene Untersuchungen durchzuführen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Psychologie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Werbepsychologie

Kurscode: DLBWPMUW02

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Werbepsychologie wendet die Grunddisziplinen der Allgemeinen Psychologie wie Wahrnehmung, Lernen, Emotionen, Einstellungen und Motive auf die Werbung an und arbeitet dabei die Besonderheiten heraus. Dabei stehen auch die unbewussten Erinnerungen und Motive im Fokus. Dabei steht die Fragestellung im Vordergrund, welche theoretischen Konzepte Handlungsempfehlungen geben können unter den Bedingungen des Information Overload, einem Vertrauensverlust gegenüber Institutionen und Medien sowie der raschen Entwicklung und Verbreitung neuer Medien wie V-Blogs und Virtual Reality.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Theorien, Befunde und Methoden der Werbepsychologie zu erklären und diese in den Gesamtzusammenhang der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- die wichtigsten psychologischen Aspekte der Werbewirkung zu benennen und konkrete Handlungsempfehlungen zu deren Optimierung abzuleiten.
- zu beurteilen, mit welchen Verfahren sie die Güte dieser Handlungsempfehlungen einschätzen können, um damit keine Kosten zu verschwenden.
- ihren Adressaten die kognitive Verarbeitung ihrer Informationen zu vermitteln und dabei kognitive Dissonanzen zu vermeiden (bzw. bewusst einzusetzen).
- ein Angebot, eine Person oder eine Marke emotional aufzuladen.
- mit Hilfe des erarbeiteten Methodeninventars Untersuchungen und Studien kritisch zu hinterfragen und eigene Untersuchungen durchzuführen.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Entwicklung der Werbepsychologie
 - 1.1 Begriffsdefinition und Entwicklung der Werbepsychologie
 - 1.2 Psychologische Disziplinen und ihre Beiträge zur Werbepsychologie
 - 1.3 Umfeldbedingungen der Werbung, Krise der klassischen Werbung
 - 1.4 Werbung „Above/Below the Line“
 - 1.5 Werbung im Kommunikationsprozess
 - 1.6 Konzepte und Begriffe zur Werbegestaltung
2. Modelle der Werbewirkung

- 2.1 Mechanistische Reiz-Reaktion-Modelle (S-R, S-O-R)
- 2.2 Hierarchische Modelle der Werbewirkung
- 2.3 Zwei-Prozess-Modelle
3. Wahrnehmung
 - 3.1 Hypothesentheorie der Wahrnehmung
 - 3.2 Psychophysik
 - 3.3 Die Sinnesmodalitäten
 - 3.4 Multisensuale Ansprache
4. Aufmerksamkeit
 - 4.1 Steuerung der Aufmerksamkeit
 - 4.2 Werbung in Zeiten der Informationsüberflutung
 - 4.3 Umsetzung für die Werbegestaltung
 - 4.4 Werbewirkung ohne Aufmerksamkeit
5. Lernen
 - 5.1 Signallernen, das klassische Konditionieren nach Pawlow
 - 5.2 Emotionale (evaluative) Konditionierung
 - 5.3 Operantes Konditionieren
 - 5.4 Modelllernen in der Werbung
6. Gedächtnis
 - 6.1 Encodierung und Abruf
 - 6.2 Das Speichermodell des Gedächtnisses
 - 6.3 Vergessen und Interferenzeffekte
 - 6.4 Implizites Erinnern und Mere-Exposure-Effekt
7. Einstellung und Einstellungsänderungen
 - 7.1 Begriff der Einstellung
 - 7.2 Duale Prozesstheorien
 - 7.3 Die Rolle der Glaubwürdigkeit
 - 7.4 Beeinflussungsabsicht und Reaktanz
 - 7.5 Storytelling in der Werbung
8. Morphologische Ansätze
 - 8.1 Wurzeln der morphologischen Ansätze
 - 8.2 Scheren-Analyse der Werbewirkung
 - 8.3 Morphologische Werbewirkungsanalysen

9. Methoden der Werbepsychologie
 - 9.1 Antwortverzerrungen in der psychologischen Werbeforschung
 - 9.2 Biopsychologische und neurowissenschaftliche Methoden
 - 9.3 Quantitative Verfahren in der Werbepsychologie
 - 9.4 Qualitative Verfahren in der Werbepsychologie
 - 9.5 Werbung und Neue Medien

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bak, P. M. (2014): Werbe- und Konsumentenpsychologie. Eine Einführung. Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Felser, G. (2015): Werbe- und Konsumentenpsychologie. 4. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Fischer, K. P./Wiessner, D./Bidmon, R. K. (2011): Angewandte Werbepsychologie in Marketing und Kommunikation. Cornelsen, Berlin.
- Moser, K. (2015) Wirtschaftspsychologie. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Neumann, P. (2013): Handbuch der Markt- und Werbepsychologie. Huber, Bern.
- Salber, D. (2016): Wirklichkeit im Wandel. Einführung in die Morphologische Psychologie. Bouvier, Bonn.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Destinationsmanagement

Modulcode: DLBTODM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Jacqueline Dreier (Destinationsmanagement)

Kurse im Modul

- Destinationsmanagement (DLBTODM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Studienformat: myStudium
Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium
Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Destinationen als regionale Wertschöpfungssysteme
- Abgrenzungsansätze von Destinationen
- Faktor- und Ressourcendisposition in Destinationen
- Nachfragebedingungen in Destinationen
- Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen
- Organisation von Destinationen
- Planungs- und Governance-Ansätze
- Trendentwicklungen im Destinationsmanagement

Qualifikationsziele des Moduls**Destinationsmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die touristische Destination als regionales Wertschöpfungssystem komplementärer Branchen zu verstehen und auf dieser Grundlage Ansätze zur Typologisierung touristischer Destinationen zu kennen.
- notwendige Produktionsfaktoren zu kennen, um das Produkt „Aufenthalt in einer Destination“ zu produzieren, darunter insbesondere Attraktionen und Attraktionspunkte.
- die wichtigsten Merkmale der touristischen Nachfrage und deren Segmentierungskriterien zu nennen.
- ein systemisches Verständnis für das Zusammenwirken von makro- und mikroökonomischen Rahmenbedingungen, Nachfragestruktur und Ressourcendisposition im Kontext aktueller Ansätze zur Modellierung der Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen zu haben.
- die Rolle und Aufgaben der Destinationsmanagementorganisation (DMO) als Koordinationsstelle unterschiedlicher Anspruchsgruppen einer Destination zu verstehen und ihre Finanzierungsmöglichkeiten sowie die idealtypische Struktur für die Aufgabenverteilung in den touristischen Destinationen in Deutschland zu kennen.
- ihren bisher erworbenen Einblick in Planungs- und Governance-Aspekte der touristischen Destination, insbesondere im Hinblick auf den Erarbeitungsprozess eines Tourismuskonzeptes anzuwenden.
- ihren bisher erworbenen Einblick in aktuelle Trendentwicklungen wie Erlebnisinszenierung oder nachhaltiges Destinationsmanagement anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Tourismusmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Destinationsmanagement

Kurscode: DLBTODM01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Destinationen als regionale Wertschöpfungssysteme; Abgrenzungsansätze von Destinationen; Faktor- und Ressourcendisposition in Destinationen; Nachfragebedingungen in Destinationen; Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen; Organisation von Destinationen; Planungs- und Governance-Ansätze; Trendentwicklungen im Destinationsmanagement

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die touristische Destination als regionales Wertschöpfungssystem komplementärer Branchen zu verstehen und auf dieser Grundlage Ansätze zur Typologisierung touristischer Destinationen zu kennen.
- notwendige Produktionsfaktoren zu kennen, um das Produkt „Aufenthalt in einer Destination“ zu produzieren, darunter insbesondere Attraktionen und Attraktionspunkte.
- die wichtigsten Merkmale der touristischen Nachfrage und deren Segmentierungskriterien zu nennen.
- ein systemisches Verständnis für das Zusammenwirken von makro- und mikroökonomischen Rahmenbedingungen, Nachfragestruktur und Ressourcendisposition im Kontext aktueller Ansätze zur Modellierung der Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen zu haben.
- die Rolle und Aufgaben der Destinationsmanagementorganisation (DMO) als Koordinationsstelle unterschiedlicher Anspruchsgruppen einer Destination zu verstehen und ihre Finanzierungsmöglichkeiten sowie die idealtypische Struktur für die Aufgabenverteilung in den touristischen Destinationen in Deutschland zu kennen.
- ihren bisher erworbenen Einblick in Planungs- und Governance-Aspekte der touristischen Destination, insbesondere im Hinblick auf den Erarbeitungsprozess eines Tourismuskonzeptes anzuwenden.
- ihren bisher erworbenen Einblick in aktuelle Trendentwicklungen wie Erlebnisinszenierung oder nachhaltiges Destinationsmanagement anzuwenden.

Kursinhalt

1. Die Destination als regionales Wertschöpfungssystem
 - 1.1 Definitionen
 - 1.2 Charakteristika der Destination
 - 1.3 Abgrenzungsansätze von Destinationen

2. Abgrenzung nach räumlich-geografischen Kriterien
 - 2.1 Abgrenzung nach der Aufenthaltsdauer
 - 2.2 Abgrenzung nach der Tourismusart/dem Reisegrund
 - 2.3 Abgrenzung nach Trägern/Akteuren
3. Faktor- und Ressourcendisposition in Destinationen
 - 3.1 Input- und Produktionsfaktoren von Destinationen
 - 3.2 Attraktionen und Attraktionspunkte
4. Nachfragebedingungen in Destinationen
 - 4.1 Zentrale Merkmale der touristischen Nachfrage
 - 4.2 Segmentierungsansätze im Tourismus
5. Wettbewerbsfähigkeit von Destinationen
 - 5.1 Definition von Wettbewerbsfähigkeit
 - 5.2 Komparative und kompetitive Wettbewerbsvorteile
 - 5.3 Ansätze zur Erklärung der Wettbewerbsfähigkeit
 - 5.4 Lebenszyklus einer Destination
6. Organisation von Destinationen
 - 6.1 Grundlagen
 - 6.2 Finanzierung der Tourismusorganisation
 - 6.3 Touristische Organisationsstrukturen in Deutschland
 - 6.4 Hemmnisse bei der Destinationsbildung
7. Planungs- und Governance-Ansätze
 - 7.1 Notwendigkeit für eine Destinationsplanung
 - 7.2 Organisation des Erarbeitungsprozesses eines Tourismuskonzeptes
 - 7.3 Aufbau eines Tourismuskonzeptes
8. Trendentwicklungen im Destinationsmanagement
 - 8.1 Erlebnisinszenierung
 - 8.2 Nachhaltiges Destinationsmanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Balaš, M./Rein, H. (2016): Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen. (URL: http://www.deuschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/leitfaden_nachhaltigkeit_160308.pdf[letzter Zugriff: 12.07.2017]).
- Bieger, T./Beritelli, P. (2013): Management von Destinationen. 8. Auflage, Oldenbourg, München.
- Brunner-Sperdin, A. (2008): Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus. Erfolgreiche Inszenierung und Qualitätsmessung. ESV, Berlin.
- Eisenstein, B. (2014): Grundlagen des Destinationsmanagements. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Freyer, W. (2015): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 11. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin.
- Herntrei, M. (2014): Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusdestinationen. Bürgerbeteiligung als Erfolgsfaktor? Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lehmann, M./Heinemann, A. (2009): Touristische Leitbilder. Der strategische Planungsprozess von Destinationen. Uni-edition, Berlin.
- Morrison, A. M. (2013): Marketing and Managing Tourism Destinations. Routledge, London.
- Ritchie, J. R. B./Crouch, G. I. (2003): The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective. Cabi Publishing, Cambridge.
- Schuler, A. (2014): Management der Bildung und Veränderung von Destinationen. Ein prozessorientierter Ansatz im Tourismus. Kovac, Hamburg.
- Steinecke, A. (2013): Destinationsmanagement. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz/München.
- Swarbrooke, J. (2012): The Development and Management of Visitor Attractions. 2. Auflage, Routledge, Oxford.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben

Modulcode: DLBHOPEH

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Nadja Maria Steiner (Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben)

Kurse im Modul

- Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben (DLBHOPEH01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen im Hotel- und Gastgewerbe
- Betriebsarten und Unternehmensformen
- Standortsuche und -planung im Hotelgewerbe
- Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben
- Aufbauorganisation im Hotel
- Leistungsplanung und Leistungserstellung
- Betrieb von Hotelimmobilien

Qualifikationsziele des Moduls**Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Sachverhalte und Zusammenhänge aus dem Hotelmanagement zu definieren und zu verstehen.
- die Bedeutung von Standort und Standortplanung für den Erfolg des Hotelbetriebs zu kennen.
- den Planungs- und Entwicklungsprozess von Hotelimmobilien zu erläutern.
- die Unterschiede, Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen der Entwicklung und dem Betrieb von Hotels zu verstehen.
- die besondere Bedeutung der Immobilie für den Hotelbetrieb zu erkennen und zu verstehen, wie ein ganzheitliches Gebäudemanagement funktioniert.
- die grundlegenden Formen der Aufbauorganisation im Hotel zu kennen.
- die Grundlagen der Leistungsplanung und Leistungserstellung im Hotel zu beherrschen.
- die Zusammenhänge der Leistungsbereiche umfassend zu beurteilen und anhand von Sachverhalten aus der betrieblichen Praxis deren Bedeutung zu erfassen, Planungen sowie Konzepte zu erarbeiten und Alternativen zu finden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Hotelmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben

Kurscode: DLBHOPEH01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Das Modul vermittelt Grundlagen zur Planung und Entwicklung von Hotelbetrieben und -leistungen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Sachverhalte und Zusammenhänge aus dem Hotelmanagement zu definieren und zu verstehen.
- die Bedeutung von Standort und Standortplanung für den Erfolg des Hotelbetriebs zu kennen.
- den Planungs- und Entwicklungsprozess von Hotelimmobilien zu erläutern.
- die Unterschiede, Wechselwirkungen und Abhängigkeiten zwischen der Entwicklung und dem Betrieb von Hotels zu verstehen.
- die besondere Bedeutung der Immobilie für den Hotelbetrieb zu erkennen und zu verstehen, wie ein ganzheitliches Gebäudemanagement funktioniert.
- die grundlegenden Formen der Aufbauorganisation im Hotel zu kennen.
- die Grundlagen der Leistungsplanung und Leistungserstellung im Hotel zu beherrschen.
- die Zusammenhänge der Leistungsbereiche umfassend zu beurteilen und anhand von Sachverhalten aus der betrieblichen Praxis deren Bedeutung zu erfassen, Planungen sowie Konzepte zu erarbeiten und Alternativen zu finden.

Kursinhalt

1. Grundlagen im Hotel- und Gastgewerbe
2. Betriebsarten und Unternehmensformen
3. Standortsuche und -planung im Hotelgewerbe
 - 3.1 Standortanalyse, -identifikation und -politik
 - 3.2 Marktanalyse und Marktkonzepte
4. Planung und Entwicklung von Hotelimmobilien
 - 4.1 Gebäudeformen und -arten
 - 4.2 Anforderungen von Entwicklern und Betreibern

- 4.3 Hotelarchitektur
- 4.4 Hoteltechnik
- 4.5 Ausstattung und Einrichtung von Hotels
- 4.6 Trends und Entwicklungen im Hoteldesign
- 4.7 Aktuelle nationale und internationale Hotelprojekte
- 5. Aufbauorganisation im Hotel
 - 5.1 Grundlagen der Aufbauorganisation eines Hotelbetriebs
 - 5.2 Klassische Aufbauorganisation
 - 5.3 Organisatorische Sonderformen
- 6. Leistungsplanung und Leistungserstellung
 - 6.1 Leistungen im Hotel- und Gastgewerbe
 - 6.2 Planung von Leistungen
 - 6.3 Abteilungen und Leistungsbereiche
 - 6.4 Einkaufsplanung
 - 6.5 Angebotsplanung
 - 6.6 Ablauforganisation(en) im gastgewerblichen Betrieb
- 7. Betrieb von Hotelimmobilien
 - 7.1 Lebenszyklus von Hotelimmobilien
 - 7.2 Grundlagen Gebäudemanagement
 - 7.3 Integriertes Facility Management im Hotelgewerbe
 - 7.4 Outsourcing- und Insourcing-Konzepte
 - 7.5 Vertragsarten und -vereinbarung (z. B. SLA)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- **Bücher:**

- Dettmer, H. (2008): Betriebswirtschaftslehre für das Gastgewerbe. Managementorientiert. 3. Auflage, Verlag Handwerk und Technik, Hamburg.
- Gardini, M. A. (2010): Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements. Branche, Produkte, Akteure, Betrieb, Immobilie. Oldenbourg, München.
- Hänszler, K. H. (Hrsg.) (2011) Management in der Hotellerie und Gastronomie. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Oldenbourg, München.
- Henschel, U. K. (2008): Hotelmanagement. 3. Auflage, Oldenbourg, München.
- Henselek, H. F. (1999): Hotelmanagement. Planung und Kontrolle. Oldenbourg, München.
- Knirsch, J. (2001): Hotels planen und gestalten. 4. Auflage, VAK, Leinfelden-Echterdingen.
- Kohte, U. (2003): GASTRO. Handbuch für Profis. Prozesse, Berechnungen und architektonische Realisierungen. Matthaes, Stuttgart.
- Ronstedt, M./Frey, T. (2011): Hotelbauten. Handbuch und Planungshilfe. DOM Publishers, Berlin.

- **Zeitungen und Zeitschriften:**

- Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung
- hotelbau
- Hotel & GV-Praxis
- Hotel & Touristik
- Top hotel
- Hotel & Technik

- **Aktuelle bzw. regelmäßig erscheinende Studien:**

- Hotelverband Deutschland (IHA) (Hrsg.): Hotelmarkt Deutschland
- ARGE GV (Hrsg.): Arbeitsgemeinschaft Gemeinschaftsverpflegung

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Content Management Systeme

Modulcode: DLBDBCMS

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Lempert (Content Management Systeme)

Kurse im Modul

- Content Management Systeme (DLBDBCMS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Duales Studium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffe und Grundlagen ▪ HTML ▪ CSS ▪ JavaScript 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Content Management Systeme</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ den Aufbau und die Funktionsweise verschiedener Content Management Systeme zu verstehen. ▪ bestehende HTML-, CSS- und JavaScript-Artefakte zu lesen und zu verstehen. ▪ bestehende HTML-, CSS- und JavaScript-Artefakte im Rahmen der Webseite-Pflege anzupassen. ▪ verschiedene Arten von Content Management Systemen voneinander abzugrenzen. ▪ typische Prozesse des Content Management anzuwenden. ▪ neue Webseiten mit einem CMS-System einzurichten, mit Inhalten zu füllen und zu pflegen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Informatik & Software-Entwicklung</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik</p>

Content Management Systeme

Kurscode: DLBDBCMS01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden den Studierenden im ersten Schritt die wesentlichen Grundkenntnisse vermittelt, die sie für die professionelle Anwendung von CMS-Systemen benötigen. Hierzu gehört vor allem eine Grundausbildung in den gängigen Web-Technologien HTML, CSS und JavaScript. Darüber hinaus werden auch grundlegende Prozesse im Umgang mit CMS-Systemen vorgestellt. Dieses Wissen bereitet die Studierenden auf die Fallstudie vor. Hier werden den Studierenden Aufgaben gestellt, die sie unter Einsatz von Content Management-Systemen lösen müssen. Dabei wenden sie das zuvor vermittelte Wissen praktisch an.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Aufbau und die Funktionsweise verschiedener Content Management Systeme zu verstehen.
- bestehende HTML-, CSS- und JavaScript-Artefakte zu lesen und zu verstehen.
- bestehende HTML-, CSS- und JavaScript-Artefakte im Rahmen der Webseite-Pflege anzupassen.
- verschiedene Arten von Content Management Systemen voneinander abzugrenzen.
- typische Prozesse des Content Management anzunwenden.
- neue Webseiten mit einem CMS-System einzurichten, mit Inhalten zu füllen und zu pflegen.

Kursinhalt

1. Begriffe und Grundlagen
 - 1.1 Motivation und Problemstellung
 - 1.2 Aufbau und Funktionen
 - 1.3 Arten von Content Management Systemen
 - 1.4 Abgrenzung zu Enterprise Content Management
 - 1.5 Überblick Basistechnologien (Tools zur Zusammenarbeit)
 - 1.6 Content-Management-Prozesse
 - 1.7 SEO
2. HTML
 - 2.1 Struktur

- 2.2 Tag-Konzept
- 2.3 Textauszeichnung
- 2.4 Medien
- 2.5 Tabellen
- 2.6 Navigation

3. CSS

- 3.1 Motivation für die Nutzung und Integration mit HTML
- 3.2 Syntax
- 3.3 Klassen-Konzept
- 3.4 Box-Modell
- 3.5 Kaskaden
- 3.6 Vererbung
- 3.7 Framework

4. JavaScript

- 4.1 Einsatz von HTML und CSS
- 4.2 Variablen und Anweisungen
- 4.3 Kontrollstrukturen
- 4.4 Funktionen
- 4.5 DOM

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Hetzel, A. (2017): WordPress 4. Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing, Bonn.
- Koch, D. (2018): Joomla! 4.0 Das Kompendium. Markt + Technik Verlag, Burgthann.
- Löffler, M. (2014): Think Content!. Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Rheinwerk Computing Verlag, Bonn.
- Wolf, J. (2016): HTML5 und CSS3. Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing, Bonn.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 129,75 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 6,75 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Professionelles Texten

Modulcode: DLBPRPT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Björn Brückerhoff (Professionelles Texten)

Kurse im Modul

- Professionelles Texten (DLBPRPT01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales myStudium

Portfolio

Studienformat: myStudium

Portfolio

Studienformat: Fernstudium

Portfolio

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Im Fokus dieses Moduls steht die Produktion professioneller Texte und ihre Konzeption. Die Studierenden werden alle Schritte kennenlernen, nachvollziehen und anhand eines Beispiel-Projekts realisieren. Dabei wird ein besonderer Schwerpunkt auf die einzelnen Text-Genres und ihre zielgruppenspezifischen Einsatzfelder gelegt. Zudem werden einzelne Stilistika, Floskeln, Formulierungen und Redewendungen analysiert und diskutiert.

Qualifikationsziele des Moduls**Professionelles Texten**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Struktur der einzelnen Text-Genres zu analysieren und zu durchdringen.
- professionelle Texte zu erkennen, ihre Elemente und ihren Aufbau zu benennen.
- selbst professionelle Texte im Rahmen eines Beispielprojekts zu verfassen.
- Formulierungen und Redewendungen adäquat einzusetzen.
- die Besonderheiten von professionellen Texten sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus berufspraktischer Sicht zu verstehen.
- anhand spezifischer Vorgaben (Zielgruppe(n), Zeilen-/Anschlagszahl) sprachlich hochwertige Texte für das Beispielprojekt zu verfassen.
- Speziell im dualen Fernstudium:
- das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme anzuwenden und durch praktische Erfahrungen im Unternehmen zu erweitern.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Public Relations Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Professionelles Texten

Kurscode: DLBPRPT01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden in diesem Kurs eine praktische Einführung und vertiefte Einblicke in das Themenfeld des professionellen Textens erhalten. Neben der Vermittlung von intensiven Kenntnissen über die einzelnen Text-Gattungen und ihren Einsatzfeldern stehen die einzelnen Genres mit Fokus auf Struktur und Elemente im Fokus der Betrachtung und Analyse. Schließlich sollen die Studierenden befähigt werden, selbst professionelle Texte zu erstellen und im Rahmen eines Beispielprojekts alle Schritte bzw. Stufen von der Idee bis zum fertigen Produkt einzuüben. Speziell im dualen Fernstudium: Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt wird, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden und des Praxispartners.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Struktur der einzelnen Text-Genres zu analysieren und zu durchdringen.
- professionelle Texte zu erkennen, ihre Elemente und ihren Aufbau zu benennen.
- selbst professionelle Texte im Rahmen eines Beispielprojekts zu verfassen.
- Formulierungen und Redewendungen adäquat einzusetzen.
- die Besonderheiten von professionellen Texten sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus berufspraktischer Sicht zu verstehen.
- anhand spezifischer Vorgaben (Zielgruppe(n), Zeilen-/Anschlagszahl) sprachlich hochwertige Texte für das Beispielprojekt zu verfassen.
- Speziell im dualen Fernstudium:
- das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme anzuwenden und durch praktische Erfahrungen im Unternehmen zu erweitern.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen.

Kursinhalt

- Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse und praktischen Fähigkeiten in Bezug auf das Erstellen professioneller Texte, von der Konzeption bis hin zur Realisation und Endkorrektur sowie Redigat. Sie lernen selbständig die passende Darstellungsform für ein spezifisches Thema zu finden und dieses Format zielgruppen- und anlassadäquat zu realisieren. Dabei werden sie für Problemstellungen sensibilisiert und lernen, diese präventiv zu erkennen und selbstständig zu lösen.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Schneider, W. (2001): Deutsch für Profis. Wege zu gutem Stil. 11. Auflage, Goldmann, München.
- Schneider, W. (2011): Deutsch für junge Profis. Wie man gut und lebendig schreibt. 10. Auflage, Rowohlt, Reinbek.
- Liesem, K. (2014): Professionelles Schreiben für den Journalismus. Springer VS, Wiesbaden.
- Seifudem, G. (2007): Professionell schreiben. Praktische Tipps für alle, die Texte verfassen: Rechtschreibung, Stil-mittel, Layout, Arbeitstechniken und vieles mehr. 3. Auflage, Publicis Publishing, Erlangen.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Projekt
--	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 0 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 120 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Projekt
---------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Projekt
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Public Affairs and Lobbying

Modulcode: DLBPRWPAPR1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Dr. Tim Raupach (Public Affairs and Lobbying)

Kurse im Modul

- Public Affairs and Lobbying (DLBPRWPAPR01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Soft Power
- Public Affairs als Dienstleistung
- Schnittstellenfunktion zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft
- Public Affairs und Public Relations

Qualifikationsziele des Moduls**Public Affairs and Lobbying**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Konzeptualisierung von Soft Power zu verstehen.
- Maßnahmen und Methoden von Soft Power-Strategien zu erfassen.
- Public Affairs als Dienstleistung zu begreifen.
- Schnittstellenfunktion von Public Affairs zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu durchdringen.
- die Interdependenzen von Public Affairs, Public Relations und Lobbying zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Public Relations Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Public Affairs and Lobbying

Kurscode: DLBPRWPAPR01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs ist eine Einführung in Public Affairs, also die Gestaltung der politischen Außenbeziehungen eines Unternehmens. Im Fokus stehen die Grundlagen und Methoden der sogenannten Soft Power-Strategien. Daneben werden Public Affairs und Lobbying adäquat beleuchtet und miteinander in Beziehung gesetzt. Ihre Schnittstellenfunktionen zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft werden analysiert und diskutiert. Neben praxisorientiertem Input gewinnen die Studierenden vertiefte Kenntnisse der theoretischen Grundlagen, historischen Entwicklung und berücksichtigen vor allem auch ethisch-moralische Aspekte.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Konzeptualisierung von Soft Power zu verstehen.
- Maßnahmen und Methoden von Soft Power-Strategien zu erfassen.
- Public Affairs als Dienstleistung zu begreifen.
- Schnittstellenfunktion von Public Affairs zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu durchdringen.
- die Interdependenzen von Public Affairs, Public Relations und Lobbying zu erläutern.

Kursinhalt

1. Public Affairs und Lobbying
 - 1.1 Einführung und Definitionen
 - 1.2 Lobbyismus im internationalen Kontext
 - 1.3 Trends und Entwicklungen
2. Soft Power als politisches Instrument
 - 2.1 Begriffsgeschichte und Grundlagen
 - 2.2 Soft Power-Strategien: Maßnahmen und Methoden
 - 2.3 Im Fokus: Soft Power Survey
3. Public Affairs als Dienstleistung
 - 3.1 Einsatz- und Berufsfelder
 - 3.2 Schnittstellenfunktion zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft

3.3 Interdependenzen von Public Affairs, Public Relations und Lobbying

4. Gesellschaftliche Relevanz von Public Affairs und Lobbying

4.1 Bedeutung und Position in modernen Demokratien

4.2 Medien- und sozialetische Betrachtung

4.3 Softpower im Spannungsfeld zwischen Ideologie und Kulturengagement

5. Relevante Kommunikationsstrategien

5.1 Daily Communication

5.2 Strategic Communication

5.3 Soft Power als Kommunikationsstrategien kleiner und mittlerer Staaten

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Althaus, M. (2007): Public Affairs und Lobbying. In: Piwinger, M. (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Gabler, Wiesbaden, S. 797–816.
- Althaus, M./Geffken, M./Rawe, S. (Hrsg.) (2005): Handlexikon Public Affairs. Public Affairs und Politikmanagement. Lit Verlag, Münster.
- Fähnrich, B./Mono, R. (2019): Public Affairs: Strategische Kommunikation von Unternehmen im politischen Raum. In: Zerfass, A. et al. (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Springer, Wiesbaden, S. 1–18.
- Hoffjann, O. (2015): Public Relations. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.
- Nye, J. S. (2004): Soft Power. The Means to Success in World Politics. Perseus Books, New York.
- Röttger, U. et al. (2020): Handbuch Public Affairs. Springer, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Kommunikation und Public Relations

Modulcode: DLBMDKPR1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Josef Arweck (Kommunikation und Public Relations)

Kurse im Modul

- Kommunikation und Public Relations (DLBMDKPR01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Public Relations ▪ Kommunikationsarten ▪ Zielgruppenbestimmung ▪ das Public Relations Konzept ▪ Wirkungsfelder der Public Relations ▪ die Standes-Regeln der Public Relations 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Kommunikation und Public Relations</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ den Begriff Public Relations zu erklären und den Unterschied zu Marketing und Werbung zu benennen. ▪ verschiedene Arten von Kommunikation zu unterscheiden. ▪ die unterschiedlichen Zielgruppen aufzuzählen und einzuordnen. ▪ die möglichen Wirkungsfelder der Public Relations auszuwählen. ▪ ein Public Relations Konzept aufzustellen und umzusetzen. ▪ nach den Standes-Regeln der Public Relations ihr Handeln auszurichten. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für Module im Bereich Public Relations Management</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation</p>

Kommunikation und Public Relations

Kurscode: DLBMDKPR01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Längst haben Organisationen und Unternehmen erkannt, wie wichtig eine effiziente interne und externe Kommunikation ist. Public Relations beschäftigt sich mit diesem Beziehungsgeflecht und versucht, dieses positiv zu beeinflussen. Dabei spielen immer mehr digitale Formen der Public Relations eine Rolle. Neben Grundlagen zur Kommunikation ist der zentrale Schwerpunkt dieses Kurses das Wissen über den Aufbau, die Umsetzung und Evaluierung eines Public Relations Konzeptes. Darüber hinaus werden die möglichen Wirkungsfelder besprochen und die Standes-Regeln der Public Relations erörtert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff Public Relations zu erklären und den Unterschied zu Marketing und Werbung zu benennen.
- verschiedene Arten von Kommunikation zu unterscheiden.
- die unterschiedlichen Zielgruppen aufzuzählen und einzuordnen.
- die möglichen Wirkungsfelder der Public Relations auszuwählen.
- ein Public Relations Konzept aufzustellen und umzusetzen.
- nach den Standes-Regeln der Public Relations ihr Handeln auszurichten.

Kursinhalt

1. Grundlagen
 - 1.1 Begriffsbestimmung
 - 1.2 Abgrenzung zu Marketing und Werbung
 - 1.3 Historische Entwicklung
2. Arten der Kommunikation
 - 2.1 Interne/Externe Kommunikation
 - 2.2 Direkte/indirekte Kommunikation
 - 2.3 Formelle/informelle Kommunikation
 - 2.4 Einweg-/Zwei- oder Mehrweg-Kommunikation
 - 2.5 Institutionelle/kommerzielle Kommunikation
3. Zielgruppen

- 3.1 Interne Zielgruppen
- 3.2 Externe Zielgruppen
- 4. Das Public Relations Konzept
 - 4.1 Analyse des Ist-Zustandes (SWOT-Analyse)
 - 4.2 Die Strategie
 - 4.3 Die Umsetzung
 - 4.4 Evaluation
- 5. Wirkungsfelder der Public Relations
 - 5.1 Product Public Relations (PPR)
 - 5.2 Emergency PR
 - 5.3 Sponsoring
 - 5.4 Public Affairs, Lobbying
 - 5.5 Investor- und Financial Relations
 - 5.6 Standort-PR
- 6. Standesregeln der Public Relations
 - 6.1 Code of Conduct
 - 6.2 DRPR Deutscher Kommunikationskodex
 - 6.3 Kodex von Lissabon
 - 6.4 Athener Kodex

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Fröhlich R./Szyzka P./Bentele G (Hrsg.) (2015): Handbuch der Public Relation. 3. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.
- Hoffjann O. (2015): Public Relations. UTB, Stuttgart.
- Röttger, U./Kobusch J./Preusse J. (2018): Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. 3. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.
- Ruisinger D./Jorzik O. (2013): Public Relations. Leitfaden für ein modernes Kommunikationsmanagement. 2. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.
- Schmidbauer, K./Jorzik, O. (2017): Wirksame Kommunikation – mit Konzept. Ein Handbuch für Praxis und Studium. Talpa, Potsdam.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements

Modulcode: DLBLOGLP-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Hubert Vogl (Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements)

Kurse im Modul

- Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements (DLBLOGLP01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: Duales Studium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Studienformat: Duales myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Entwicklung und Charakterisierung des Logistikverständnisses
- Verrichtungsspezifische Subsysteme der Logistik
- Phasenspezifische Subsysteme der Logistik
- Konzepte ausgewählter Logistiksysteme
- Materialflusssysteme
- Lagerlogistik und Steuerung von Logistiksystemen
- Prozessmanagement
- IT in der Logistik

Qualifikationsziele des Moduls**Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den ganzheitlichen und systemorientierten Ansatz der Logistik, ihre grundlegenden Zielsetzungen und die Bedeutung sowie ihre Aufgaben zu verstehen.
- die Prozessorientierung der unternehmerischen Leistungserstellung sowie die Grundlagen des Prozessmanagements zu beschreiben.
- ein grundlegendes Logistikverständnis anzuwenden und wesentliche Bereiche, Verkehrsträger und Steuerungsprinzipien von Materialflusssystemen einzuordnen.
- Subsysteme der Logistik aus unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu beschreiben und anhand unterschiedlicher Konzepte zu bewerten.
- die Grundlagen von Analyse- und Gestaltungsmethoden von Prozessketten zu erläutern und zu diskutieren sowie einfache Prozesse selbstständig darzustellen.
- die Möglichkeiten zu benennen, die neue IT-Systeme der Logistik bieten, sowie zu überblicken, welche Planungstools eingesetzt werden können und welche Standards sich als Schnittstelle zwischen den Software-Systemen in der Logistik herausgebildet haben.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements

Kurscode: DLBLOGLP01-01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs gibt den Studierenden einen Überblick über die Grundfragen, Gestaltungsgrundlagen, eingesetzten Techniken und Instrumente/Methoden in Logistiksystemen. Darüber hinaus wird die Bedeutung des Prozessmanagements gerade in Bezug auf die Logistik vermittelt. Es wird aufgezeigt, dass bei den Prozessen der Logistik und des Materialflusses eine hohe Effizienz und eine Kostenoptimierung nur bei geeigneter Wahl der Verfahren und Methoden der Logistik realisierbar sind. Die Studierenden erkennen, wie komplexe Aufgaben der Logistik und deren Prozessstrukturen immer im Verbund mit der gesamten logistischen Prozesskette entwickelt und umgesetzt werden müssen. Da Logistik ohne IT-Unterstützung undenkbar ist, werden den Studierenden auch die modernen Anwendungsmöglichkeiten der informationstechnischen Instrumente zur Optimierung der Logistikkette vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den ganzheitlichen und systemorientierten Ansatz der Logistik, ihre grundlegenden Zielsetzungen und die Bedeutung sowie ihre Aufgaben zu verstehen.
- die Prozessorientierung der unternehmerischen Leistungserstellung sowie die Grundlagen des Prozessmanagements zu beschreiben.
- ein grundlegendes Logistikverständnis anzuwenden und wesentliche Bereiche, Verkehrsträger und Steuerungsprinzipien von Materialflusssystemen einzuordnen.
- Subsysteme der Logistik aus unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu beschreiben und anhand unterschiedlicher Konzepte zu bewerten.
- die Grundlagen von Analyse- und Gestaltungsmethoden von Prozessketten zu erläutern und zu diskutieren sowie einfache Prozesse selbstständig darzustellen.
- die Möglichkeiten zu benennen, die neue IT-Systeme der Logistik bieten, sowie zu überblicken, welche Planungstools eingesetzt werden können und welche Standards sich als Schnittstelle zwischen den Software-Systemen in der Logistik herausgebildet haben.

Kursinhalt

1. Entwicklung und Charakterisierung des Logistikverständnisses
 - 1.1 Der Logistikbegriff und die Entwicklungsstufen der Logistik
 - 1.2 Ziele und Aufgaben der Logistik
 - 1.3 Abgrenzung und Bewertung unterschiedlicher Verkehrsträger

2. Verrichtungsspezifische Subsysteme der Logistik
 - 2.1 Auftragsabwicklung
 - 2.2 Lagerhaltung
 - 2.3 Verpackung
 - 2.4 Transport
3. Phasenspezifische Subsysteme der Logistik
 - 3.1 Beschaffungslogistik
 - 3.2 Produktionslogistik
 - 3.3 Distributionslogistik
 - 3.4 Entsorgungslogistik
4. Konzepte ausgewählter Logistiksysteme
 - 4.1 Zentrale und dezentrale Güterverteilung
 - 4.2 Hub and Spoke Systeme
 - 4.3 Cross Docking/Transshipment
5. Materialflusssysteme
 - 5.1 Fördersysteme
 - 5.2 Verpackungssysteme
 - 5.3 Kommissioniersysteme
6. Lagerlogistik und Steuerung von Logistiksystemen
 - 6.1 Lagersysteme
 - 6.2 Statische und dynamische Lagereinrichtung im Vergleich
 - 6.3 Push- und Pull-Prinzip
 - 6.4 JIT-, JIS- und Kanban-System
 - 6.5 Bullwhip-Effekt
7. Prozessmanagement
 - 7.1 Prozesskettenmanagement
 - 7.2 Arten von Prozessen
 - 7.3 Darstellung von Prozessen
 - 7.4 Prozesskennzahlen
 - 7.5 Prozesse kontinuierlich verbessern
8. IT in der Logistik
 - 8.1 Informationsbedarfe in der Logistik
 - 8.2 Identifikationssysteme

- 8.3 LVS, ERP und APS-Systeme
- 8.4 Transport- und Tourenplanung
- 8.5 E-logistics

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Arndt, H. (2015): Logistikmanagement. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Bayer, F.; Kühn, H. (2013): Prozessmanagement für Experten. Impulse für aktuelle und wiederkehrende Themen. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hompel, M.; Schmidt, T.; Dregger, J. (2018): Materialflusssysteme - Förder- und Lagertechnik, 4. Aufl., Springer Vieweg, Berlin.
- Pfohl, H.-C. (2018): Logistiksysteme - Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 9. Auflage, Springer Vieweg Verlag, Berlin.
- Schulte, C. (2016): Logistik. 7. Auflage, Vahlen Verlag, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform Duales Studium	Kursart Theoriekurs
--------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 129,75 h	Präsenzstudium 13,5 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 6,75 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden
Der Kurs verbindet die interaktive Präsenzlehre mit einer online unterstützten Selbstlernphase. Während der Präsenzphase werden Studierende gezielt bei der Übung und Vertiefung der vermittelten Inhalte begleitet.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Sales und Distribution

Modulcode: DLBMASD

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Georg Bouché (Sales und Distribution)

Kurse im Modul

- Sales und Distribution (DLBMASD01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen einer „Customer-Driven-Organisation“ ▪ Aufbau des Distributionsorganisation ▪ Omni-, Cross und Multi Channel ▪ Distributionsgestaltung, -planung, -management und -controlling ▪ Kompetenz, Auswahl und Anreizsysteme im Sales Force Management 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Sales und Distribution</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Aufgaben des Marketing in einer „Customer-Driven-Organisation“ zu verstehen. ▪ den Aufbau des Distributionsnetzes in einem Unternehmen zu analysieren. ▪ das Vertriebs- und das Key Account Management zu unterstützen. ▪ die Planung, das Management und das Controlling des Distributionsnetzes mit zu gestalten. ▪ die Herausforderungen von Omni-, Cross und Multi Channel zu kennen. ▪ die Auswahl und die Anreizsysteme des Vertriebspersonals und der Händler zu verstehen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation</p>

Sales und Distribution

Kurscode: DLBMASD01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Um ein erfolgreiches Distributionssystem zu etablieren, bedarf es des Zusammenspiels von Marketing und Vertrieb. Mit einem kundenzentrischen Ansatz gewinnen „Customer-Driven-Organisations“ den Kampf um den Kunden. Dabei gilt es, das Distributionsnetz mit dem Fokus auf den Kunden zu gestalten und zu managen. Es ist wichtig, das Distributionsnetz einer Organisation analysieren zu können und die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Ausprägungen zu verstehen. Unternehmen müssen bei der Gestaltung und Struktur der Absatzkanäle ihre Strategien und Prozesse intern und extern anpassen. Vor allem Omni-, Cross und Multi Channel Systeme müssen derart gestaltet werden, dass das Zusammenspiel der Absatzkanäle möglichst reibungs- und konfliktlos funktioniert. Es ist wichtig, nicht nur die Möglichkeiten unterschiedlicher Distributionsmodelle zu kennen, sondern sich auch der Herausforderungen bei der Zusammenarbeit mit Distributionspartnern bewusst zu sein. Das hat zur Folge, dass sich gleichzeitig auch die Anforderungen an die Mitarbeiter erhöhen. Im Bereich der Distribution ist es wichtig, qualitativ hochwertige Mitarbeiter und Partner einzustellen und diese zu motivieren. Distributionssysteme, vor allem wenn diese mehrdimensional sind, müssen gemanagt werden. Dafür ist es wichtig fortwährend Daten zu erheben und zu analysieren, die von der Erfassung des Potenzials, über Leads bis zu einem effizienten Beschwerdemanagement reichen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben des Marketing in einer „Customer-Driven-Organisation“ zu verstehen.
- den Aufbau des Distributionsnetzes in einem Unternehmen zu analysieren.
- das Vertriebs- und das Key Account Management zu unterstützen.
- die Planung, das Management und das Controlling des Distributionsnetzes mit zu gestalten.
- die Herausforderungen von Omni-, Cross und Multi Channel zu kennen.
- die Auswahl und die Anreizsysteme des Vertriebspersonals und der Händler zu verstehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen einer „Customer-Driven-Organisation“
 - 1.1 Einführung und Elemente der Vertriebspolitik
 - 1.2 Der Kunde im Zentrum
 - 1.3 Trends und Herausforderungen im Vertrieb
2. Aufbau der Distributionsorganisation

- 2.1 Eindimensionale Distributionsorganisation: nach Regionen, Produkten, Kunden
- 2.2 Mehrdimensionale Distributionsorganisation
- 2.3 Zentrale oder dezentrale Vertriebsorganisation
- 2.4 Push versus Pull
- 2.5 Aufbau einer Distributionsorganisation durch Werteschaffung für die Zielgruppensegmente
3. Omni-, Cross und Multi Channel
 - 3.1 Grundlagen & Begriffserklärung
 - 3.2 Festlegung der Kanalstufen und -prozesse
 - 3.3 Steuerung und Bewertung der Vertriebskanäle
 - 3.4 Erfolgsfaktoren und Konfliktpotenziale
4. Distributionsgestaltung
 - 4.1 Gestaltung der Struktur der Absatzkanäle
 - 4.2 Partner: Absatzmittler und Absatzhelfer
 - 4.3 Trends
5. Sales Force Management
 - 5.1 Kompetenz- und Qualifikationsprofile, qualitativ hochwertige Vertriebsmitarbeiter einstellen, Auswahl des Vertriebspersonals/der Händler
 - 5.2 Einsatzplanung
 - 5.3 Vergütungs- und Anreizsysteme
 - 5.4 Leistungsbewertung und -kontrolle
6. Controlling des Distributionssystems
 - 6.1 Inhalt und Aufgaben des Vertriebscontrolling
 - 6.2 Strategisches Vertriebscontrolling
 - 6.3 Operatives Vertriebscontrolling

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Albers, S./Kraft, M. (2013): Vertriebsmanagement. Organisation-Planung-Controlling-Support. Springer und Gabler, Wiesbaden.
- Bergmeier, M. (2017): Vertrieb in differenzierten Mehrkanalsystemen: Gestaltung, Koordination, Gewinnmaximierung (Beiträge zur empirischen Marketing- und Vertriebsforschung). Springer Gabler, Wiesbaden.
- Dent, J. (2008): Distribution Channels: Understanding and Managing Channels to Market. Kogan Page, London.
- Homburg, C./Wieseke, J. (2011): Handbuch Vertriebsmanagement: Strategie – Führung Informationsmanagement – CRM. Springer, Wiesbaden.
- Hofbauer, G./Hellwig, C. (2016): Professionelles Vertriebsmanagement. 4. Auflage, Publicis, Erlangen.
- Homburg, C./Schäfer, H./Schneider, J. (2016): Sales excellence. 8. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Huxold, S. (o.J.): Handelsmanagement. Einführung in die Grundlagen des Managements von Handelsbetrieben. Selbstverlag, ebook.
- Kleinaltenkamp, M./Saab, S. (2009): Technischer Vertrieb – eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing. VDI, Heidelberg.
- Kollmann, T. (2019): E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. 6. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. 3. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Rittinger, S. (2014): Multi-Channel Retailing: Prinzip, Konzepte und Erfolgsfaktoren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schögel, M. (2012): Distributionsmanagement: Das Management der Absatzkanäle. Vahlen, München.
- Shaw, J. D./Gupta, N. (2015): Let the evidence speak again! Financial incentives are more effective than we thought. In: Human Resource Management Journal, Vol. 25, No. 3, 2015.
- Swoboda, B./Foscht, T./Schramm-Klein, H. (2019): Handelsmanagement, Offline-, Online- und Omni-Channel-Handel. 4. Auflage, Vahlen, München.
- Winkelmann, P. (2013): Marketing und Vertrieb. 8. Auflage, De Gruyter, München.
- Wirtz, B. W. (2013): Handbuch Multi-Channel-Marketing. 2. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Zoltners, A. et al. (2009): Building a Winning Sales Force: Powerful Strategies for Driving High Performance. AMACOM Books, o.O.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Storytelling

Modulcode: DLBPRST

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Verena Renneberg (Storytelling)

Kurse im Modul

- Storytelling (DLBPRST01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales myStudium

Fachpräsentation

Studienformat: myStudium

Fachpräsentation

Studienformat: Fernstudium

Fachpräsentation

Studienformat: Kombistudium

Fachpräsentation

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Narrativitätstheorien ▪ Instrumente und Methoden des Storytellings ▪ Visuelles Storytelling ▪ Auditives und audiovisuelles Storytelling 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Storytelling</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wichtige Eckpunkte und Meilensteine in der Geschichte des Storytellings zu benennen. ▪ Ansätze von Narrativitätstheorien und -forschung nachzuvollziehen und zu erklären. ▪ Erzählmuster zu erkennen, zu verstehen und zu analysieren. ▪ Ziele, Instrumente und Methoden des inhaltlichen Storytellings zu benennen und zu analysieren. ▪ Ziele, Instrumente und Methoden des (audio-)visuellen Storytellings zu benennen und zu analysieren. ▪ selbständig medialen Content mithilfe dieser Strategien, Instrumente und Methoden aufzubereiten und zu produzieren. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Public Relations Marketing</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing</p>

Storytelling

Kurscode: DLBPRST01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Storytelling – oder Geschichtenerzählen – ist eine journalistische Erzähltechnik und ein professionelles Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Der Schwerpunkt des Kurses liegt auf der Vermittlung der theoretischen Grundlagen und der historischen Herleitung des Storytellings. Flankiert werden diese Inhalte auf wissenschaftlicher Ebene durch die Inhalte der Narrativitätstheorien und -forschung. Vor diesem Hintergrund sollen die Studierenden die inhaltlichen Schemata des „Geschichtenerzählens“ abstrahieren und analysieren, um sich schließlich selbst diese Methodik anzueignen und anwenden zu können. Beispielhaft werden daher auch die Einsatzfelder des Storytellings in der Medienindustrie und weiteren Bereichen dargelegt. Somit sollen die Studierenden inspiriert, animiert und befähigt werden, selbst in der (späteren) Berufspraxis auf diese Muster und Strukturen bei der Content-Erstellung zurückgreifen zu können. Darüber hinaus sollen ihnen spannende Forschungsfelder aufgezeigt werden, die in der wissenschaftlichen Praxis aktuell Raum zu Forschungsaktivitäten bieten. Anschließend wird den Studierenden elementares Wissen mit Blick auf Theorie und Praxis des auditiven, visuellen und audiovisuellen Storytellings vermittelt, so dass sie befähigt werden sollen, diese Elemente miteinander in Verbindung zu setzen, um hochwertigen und ansprechenden Mediencontent zu produzieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- wichtige Eckpunkte und Meilensteine in der Geschichte des Storytellings zu benennen.
- Ansätze von Narrativitätstheorien und -forschung nachzuvollziehen und zu erklären.
- Erzählmuster zu erkennen, zu verstehen und zu analysieren.
- Ziele, Instrumente und Methoden des inhaltlichen Storytellings zu benennen und zu analysieren.
- Ziele, Instrumente und Methoden des (audio-)visuellen Storytellings zu benennen und zu analysieren.
- selbständig medialen Content mithilfe dieser Strategien, Instrumente und Methoden aufzubereiten und zu produzieren.

Kursinhalt

1. Einführung und Grundlagen
 - 1.1 Begriffsdefinition und Gegenstand
 - 1.2 Historischer Ursprung in der griechischen Mythologie

- 1.3 Narrativitätsforschung und -theorien
2. Meilensteine des Storytellings
 - 2.1 Forschung und Werk Joseph Campbells
 - 2.2 Adaption für die Praxis durch Christopher Vogler
 - 2.3 Realisation durch George Lucas
3. Audiovisuelles Storytelling
 - 3.1 Einführungen und Definitionen
 - 3.2 Visuelles Storytelling: Von der Höhlenmalerei zum Verkehrsschild
 - 3.3 Audiovisuelle Umsetzung
4. Symbiose von auditivem, visuellem und inhaltlichem Storytelling
 - 4.1 Einsatzfelder und Methoden: Elemente der Bildgestaltung und der Akustik
 - 4.2 Instrumente und Methoden – crossmediales Erzählen
 - 4.3 Trends und Entwicklungen – im Fokus der Digitalisierung
5. Digital Storytelling
 - 5.1 Internationale Blockbuster und TV-Formate
 - 5.2 Public Relations und Unternehmenskommunikation
 - 5.3 Marketing und Werbung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Lampert, M./Wespe, R. (2017): Storytelling für Journalisten. Wie baue ich eine gute Geschichte? (Praktischer Journalismus). 4. Auflage, Herbert von Halem, Köln.
- Ruf, O. (2018): Storytelling für Designer (Bibliothek für Designer). Avedition, Stuttgart.
- Sammer, P. (2017): Storytelling. Strategien und Best Practices für PR und Marketing. 2. Auflage, O'Reilly, Heidelberg.
- Sammer, P./Heppel, U. (2015): Visual Storytelling. Visuelles Erzählen in PR und Marketing. O'Reilly, Heidelberg.
- Vogler, C. (2007): The Writer's Journey. Mythic Structure for Writers. 3. Auflage, Michael Wiese Productions, Studio City.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Einführung in New Work

Modulcode: DLBNWENW

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Annette Strauß (Einführung in New Work)

Kurse im Modul

- Einführung in New Work (DLBNWENW01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Arbeitswelt der Zukunft
- Begriffsentwicklung
- New Work als interdisziplinärer Ansatz
- Megatrends
- Auswirkungen agiler Organisationsformen
- Führung und Zusammenarbeit in New Work
- Empowerment
- Kompetenzentwicklung
- Rahmenbedingungen

Qualifikationsziele des Moduls**Einführung in New Work**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu benennen und verstehen.
- die entstehenden Herausforderungen auf das Personalmanagement und die Führungskultur in Unternehmen zu übertragen.
- die Konzepte agiler und fluider Organisationen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen nachzuvollziehen.
- Lösungsansätze für komplexere Umwelteinflüsse für Führung und Personalmanagement zu benennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Personalwesen.

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management.

Einführung in New Work

Kurscode: DLBNWENW01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmen werden zunehmend agil. Bürokratien und Hierarchien werden obsolet, Wissen nimmt stetig zu und hat eine immer kürzere Halbwertszeit. Autonomie und Kreativität nehmen in vielen Unternehmen einen wichtigeren Stellenwert ein. Immer häufiger werden Prozesse und Abteilungen nach agilen Grundsätzen aufgestellt. Arbeit erfährt eine zunehmende Entgrenzung mit positiven als auch negativen Auswirkungen. Die Frage, wie Strukturen und Unternehmenskultur sich besser und schneller an kürzere Innovationszyklen und Umweltveränderungen anpassen, betrifft alle Unternehmen und ihr Personalmanagement. Wissen und Qualifikationen müssen immer schneller aktualisiert werden, sodass Lernen einen höheren Stellenwert einnehmen muss. Im Rahmen des gesellschaftlichen und demografischen Wandels entwickeln sich Arbeit und Organisationen immer weiter weg vom Taylorismus und hin zu integralen, evolutionären Organisationen, deren Arbeit charakterisiert ist von Selbstführung, Ganzheit und Sinn. Damit geht ein Orientierungswandel einher, weg von Bürokratie hin zu demokratischen Strukturen und Empowerment. Der Kurs vermittelt eine Einführung in die komplexe und aktuelle Thematik der neuen Arbeitswelt und -struktur. Ausgehend von einer Begriffsbestimmung und Abgrenzung des Themas werden gesellschaftliche Megatrends als wesentliche Einflussfaktoren auf Personalmanagement und Organisation diskutiert. Darauf aufbauend wird der Dipol starrer und agiler Organisationsstrukturen und den daraus folgenden Auswirkungen für Führung, Personalmanagement und Mitarbeiter diskutiert. Zusammenarbeit und Führung im Zuge der Einführung von New-Work-Strukturen und -Methoden sowie die dazu notwendigen Kompetenzen werden thematisiert. Im Rahmen der Kompetenzentwicklung wird behandelt, wie Lernen, Einstellungen und Kompetenzen zusammenspielen müssen um Unternehmen agiler zu machen. Abschließend wird das New-Work-Konzept mit Vor- und Nachteilen für die Beteiligten vor rechtlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen kritisch reflektiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu benennen und verstehen.
- die entstehenden Herausforderungen auf das Personalmanagement und die Führungskultur in Unternehmen zu übertragen.
- die Konzepte agiler und fluider Organisationen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen nachzuvollziehen.
- Lösungsansätze für komplexere Umwelteinflüsse für Führung und Personalmanagement zu benennen.

Kursinhalt

1. Was ist New Work?
 - 1.1 Arbeitswelt der Zukunft
 - 1.2 Begriffsentwicklung
 - 1.3 New Work als interdisziplinärer Ansatz
2. Megatrends
 - 2.1 Globalisierung
 - 2.2 Digitalisierung und Konnektivität
 - 2.3 Individualisierung und Werte
 - 2.4 Demografischer Wandel und Diversity
3. Organisation von New Work
 - 3.1 Starre Organisationsformen
 - 3.2 Agile Organisationsformen
 - 3.3 Auswirkungen agiler Organisationsformen
4. Führung und Zusammenarbeit in New Work
 - 4.1 Empowerment
 - 4.2 Leadership
 - 4.3 Neue Formen der agilen Zusammenarbeit
 - 4.4 Neue Rahmenwerke, Methoden und Tools der Zusammenarbeit
5. Kompetenzentwicklung
 - 5.1 Kompetenzen
 - 5.2 Einstellungen und Mindset
 - 5.3 Lernen
6. Rahmenbedingungen und Kritik

- 6.1 Rahmenbedingungen
- 6.2 Kritische Einordnung von New Work

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bahlow, J./Kullmann, G. (2018). Agile Teams. BusinessVillage Göttingen.
- Bernstein, E. et al. (2016). Beyond the Holacracy Hype. Harvard Business Review, Harvard.
- Bergmann, F. (2019). New Work, New Culture: Work We Want and a Culture That Strengthens Us. (S. 7–19). Zero Books Washington.
- Carson, J. B./Tesluk, P. E./Marrone, J. A. (2007). Shared leadership in teams: An investigation of antecedent conditions and performance. Academy of management Journal, 50. Jg., 5, 1217–1234.
- Felin, T./Powell, T. C. (2016). Designing organizations for dynamic capabilities. California Management Review, 58. Jg., 4, 78–96.
- Haapakangas, A. et al. (2018). Self-rated productivity and employee well-being in activity-based offices: the role of environmental perceptions and workspace use. Building and Environment, 145, 115–124.
- Hackl, B. et al. (2017). New Work - Auf dem Weg zu neuen Arbeitswelt. Springer Berlin.
- Maitland, A./Thomson, P. (2011). Future work: How businesses can adapt and thrive in the new world of work. Springer Berlin.
- Schermuly, C. C. (2019). New Work-Gute Arbeit gestalten: Psychologisches Empowerment von Mitarbeitern. Haufe Freiburg im Breisgau.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Einführung in das lebenslange Lernen

Modulcode: DLBPGELL-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Svenja Krämer (Einführung in das lebenslange Lernen)

Kurse im Modul

- Einführung in das lebenslange Lernen (DLBPGELL01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Theoretische und bildungspolitische Diskurse zum lebenslangen Lernen ▪ Einführung in grundlegende erwachsenenpädagogische Begriffe ▪ Überblick über die Geschichte der Erwachsenenbildung ▪ Einblick in Weiterbildungsinstitutionen, -träger und -verbände ▪ Überblick über Handlungs- und Berufsfelder ▪ Überblick über didaktische Grundlagen 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Einführung in das lebenslange Lernen</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die spezifischen Strukturen der Erwachsenenbildungswissenschaft und des Erwachsenen- und Weiterbildungsfeldes zu erinnern. ▪ die grundlegenden Themen, Handlungsfelder, Methoden und Theorien der Erwachsenen- und Weiterbildung zu benennen. ▪ die Entwicklung von der Erwachsenenbildung zur Weiterbildung sowie dem lebenslangen Lernen zu beschreiben. ▪ die grundlegenden Themen, Handlungsfelder, Methoden und Theorien der Erwachsenen- und Weiterbildung einander gegenüberzustellen und auf erste Vor- sowie Nachteile hin zu bewerten. ▪ sich selbständig mit relevanter einführender Literatur der Erwachsenen- und Weiterbildung auseinanderzusetzen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Pädagogik</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften</p>

Einführung in das lebenslange Lernen

Kurscode: DLBPGELL01-01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen Keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden in diesem Kurs in die Erwachsenenbildung und Weiterbildung als Grundlage des Studiengangs eingeführt. Sie erwerben hier Kenntnisse der spezifischen Struktur der Erwachsenenbildungswissenschaft und des Erwachsenenbildungsfeldes anhand erwachsenenpädagogischer Begriffe, Theorien und Forschungsbefunde. Von besonderer Bedeutung sind hier auch die verschiedenen Subwelten der Erwachsenenbildung und deren Anforderungen, wie bspw. politische Bildung und betriebliche Weiterbildung. Sie lernen die zentralen bildungspolitischen Konzepte zum lebenslangen Lernen sowie Bezugnahmen auf historische Entwicklungen kennen und können deren Implikationen für die Bildungspraxis auf der Grundlage theoretischer Wissensbestände zum lebenslangen Lernen kritisch reflektieren. Durch eine Einführung in die Handlungs- und Berufsfelder der Erwachsenenbildung und Weiterbildung wird es möglich, deren Bedeutung für die Berufspraxis einzuordnen. Der Kurs bietet einen ersten Überblick über wesentliche Inhalte des gesamten Studiums, die in nachfolgenden Semestern und Modulen vertiefend bearbeitet werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die spezifischen Strukturen der Erwachsenenbildungswissenschaft und des Erwachsenen- und Weiterbildungsfeldes zu erinnern.
- die grundlegenden Themen, Handlungsfelder, Methoden und Theorien der Erwachsenen- und Weiterbildung zu benennen.
- die Entwicklung von der Erwachsenenbildung zur Weiterbildung sowie dem lebenslangen Lernen zu beschreiben.
- die grundlegenden Themen, Handlungsfelder, Methoden und Theorien der Erwachsenen- und Weiterbildung einander gegenüberzustellen und auf erste Vor- sowie Nachteile hin zu bewerten.
- sich selbständig mit relevanter einführender Literatur der Erwachsenen- und Weiterbildung auseinanderzusetzen.

Kursinhalt

1. Erwachsenenbildung und Weiterbildung = lebenslanges Lernen?
 - 1.1 Erwachsenenbildung und Weiterbildung
 - 1.2 Lebenslanges Lernen

2. Menschenbild, Werte und Normen der Erwachsenen- und Weiterbildung
 - 2.1 Einblick in die historische Entwicklung
 - 2.2 Menschenbild, Werte und Normen
3. Theoretische Zugänge
 - 3.1 Eine Theorie der Weiterbildung?
 - 3.2 Theorieansätze und Bezugsebenen
4. Erwachsenen- und Weiterbildungsforschung: Überblick
 - 4.1 Forschungslinien in der Erwachsenenbildungswissenschaft
 - 4.2 Leitstudien, Aktuelle Forschungsthemen und Forschungsfelder
 - 4.3 Forschungsmethoden
5. Gesellschaftliche Rahmenbedingungen von Erwachsenen- und Weiterbildung
 - 5.1 Bildungspolitischer Kontext
 - 5.2 Rechtliche Rahmenbedingungen
 - 5.3 Finanzierungsstrukturen
6. Institutionen und Verbände der Erwachsenen- und Weiterbildung
 - 6.1 Strukturen der Erwachsenen- und Weiterbildung
 - 6.2 Träger, Institutionen und Verbände
7. Didaktische Perspektiven: Unterstützung des Lernens von Erwachsenen
 - 7.1 Didaktik: übergreifende Überlegungen
 - 7.2 Didaktische Handlungsebenen
 - 7.3 Lerntheorien
 - 7.4 Didaktische Modelle
 - 7.5 Didaktische Prinzipien
 - 7.6 Erwachsenenalter und Lernen Erwachsener als Rahmenbedingungen pädagogisch intendierten Handelns
8. Erwachsenen- und Weiterbildung als Beruf
 - 8.1 „Klassische“ Aufgaben und Tätigkeitsprofile
 - 8.2 Weiterbildung in betrieblichen Kontexten
 - 8.3 Personalentwicklung
 - 8.4 Weiterbildung – quo vadis?

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Arnold, R./Nolda, S./Nuissl, E. (Hrsg.) (2010): Wörterbuch Erwachsenenbildung. 2. Auflage, Klinkhardt (UTB Erziehungswissenschaften, Erwachsenenpädagogik, 8425), Bad Heilbrunn.
- Autorengruppe Bildungsberichterstattung (Hrsg.) (2016): Bildung in Deutschland 2016. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zu Bildung und Migration. Bertelsmann, Bielefeld.
- Brödel, R./Nettke, T./Schütz, J. (Hrsg.) (2014): Lebenslanges Lernen als Erziehungswissenschaft. Band 23 (Erwachsenenbildung und lebensbegleitendes Lernen - Forschung & Praxis), Bertelsmann, Bielefeld.
- Dobischat, R./Fischell, M./Rosendahl, A. (2015): Einführung in das Recht der Weiterbildung. Springer VS, Wiesbaden.
- Faulstich, P./Zeuner, C. (2010): Erwachsenenbildung. Beltz, Weinheim.
- Fuhr, T./Gonon, P./Hof, C. (Hrsg.) (2011): Erwachsenenbildung – Weiterbildung. Handbuch der Erziehungswissenschaft. Schöningh, Stuttgart.
- Giesecke, H. (2015): Pädagogik als Beruf. Grundformen pädagogischen Handelns. Beltz Juventa, Weinheim.
- Hof, C. (2009): Lebenslanges Lernen. Eine Einführung. Kohlhammer, Stuttgart.
- Kade, J./Nittel, D./Seitter, W. (2007): Einführung in die Erwachsenenbildung/Weiterbildung. Kohlhammer, Stuttgart.
- Lenzen, D./Luhmann, N. (Hrsg.) (1997): Bildung und Weiterbildung im Erziehungssystem. Lebenslauf und Humanontogenese als Medium und Form. Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Nittel, D. (2000): Von der Mission zur Profession? Stand und Perspektiven der Verberuflichung in der Erwachsenenbildung. Bertelsmann, Bielefeld.
- Nittel, D./Schütz, J./Tippelt, R. (2014): Pädagogische Arbeit im System des lebenslangen Lernens. Ergebnisse komparativer Berufsgruppenforschung. Beltz Juventa, Weinheim.
- Nittel, D./Meyer, N. (2018): Pädagogische Begleitung. Handlungsform und System-merkmal. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft (ZfE), Jg. 21, Heft 5, S. 1–20.
- Nuissl, E. (2000): Einführung in die Weiterbildung. Luchterhand, Neuwied.
- Schrader, J. (2018): Lehren und Lernen. utb, Bielefeld.
- Siebert, H. (2012): Didaktisches Handeln in der Erwachsenenbildung. Didaktik aus konstruktivistischer Sicht. 7. Auflage, Ziel Verlag, Augsburg.
- Strauch, A./Jütten, S./Mania, E. (2009): Kompetenzerfassung in der Weiterbildung. Instrumente und Methoden situativ anwenden. Bertelsmann, Bielefeld.
- Tippelt, R./Hippel, A. von (Hrsg.). (2018): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. VS Verl. für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Weinberg, J. (2000): Einführung in das Studium der Erwachsenenbildung. Klinkhardt, Bad Heilbrunn.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen

Modulcode: DLBIHK

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Matthias Seeler (Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen)

Kurse im Modul

- Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen (DLBIHK01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Duales myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen interkultureller Handlungskompetenz ▪ Kulturkonzepte ▪ Kultur und Ethik ▪ Implikationen aktueller ethischer Probleme im Bereich Interkulturalität, Ethik und Diversity ▪ Interkulturelles Lernen und Arbeiten ▪ Fallbeispiele für kulturelle und ethische Konflikte 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die wichtigsten Begriffe in den Bereichen Interkulturalität, Diversity und Ethik zu erklären. ▪ unterschiedliche Erklärungsmuster von Kultur voneinander abzugrenzen. ▪ Kultur auf verschiedenen Ebenen zu begreifen. ▪ Prozesse interkulturellen Lernens und Arbeitens zu planen. ▪ die Interdependenzen von Kultur und Ethik zu verstehen. ▪ eine Fallstudie zur interkulturellen Handlungskompetenz selbständig zu bearbeiten. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management</p>

Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen

Kurscode: DLBIHK01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs erwerben die Studierenden das nötige Wissen, um interkulturelle Handlungskompetenzen sowie aktuelle Entwicklungen zu den Themen Diversity und Ethik zu verstehen. Die Studierenden verstehen, wie sie Lernprozesse zur Entwicklung der in diesen Bereichen wichtigen Kompetenzen systematisch planen und durchführen. Dazu werden zunächst wichtige Begriffe geklärt und voneinander abgegrenzt. Der Kulturaspekt wird aus verschiedenen Perspektiven erklärt. Zudem lernen Studierende, dass Kulturfragen auf unterschiedlichen Ebenen relevant sind, etwa innerhalb eines Staates, in einem Unternehmen und auch in jeder anderen Gruppe. In diesem Kontext erkennen die Studierenden auch den Zusammenhang zwischen Ethik und Kultur mit verschiedenen Interdependenzen. Auf der Grundlage dieses Wissens werden die Studierenden dann mit den unterschiedlichen Möglichkeiten und Potenzialen interkulturellen und ethischen Lernens und Arbeitens vertraut gemacht. Anhand von Praxisfällen werden die erlernten Zusammenhänge in ihrer Bedeutung für den heutigen Arbeitskontext in vielen Unternehmen deutlich gemacht. Die Studierenden bearbeiten sodann eine Fallstudie, in der das erworbene Wissen systematisch angewendet wird.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Begriffe in den Bereichen Interkulturalität, Diversity und Ethik zu erklären.
- unterschiedliche Erklärungsmuster von Kultur voneinander abzugrenzen.
- Kultur auf verschiedenen Ebenen zu begreifen.
- Prozesse interkulturellen Lernens und Arbeitens zu planen.
- die Interdependenzen von Kultur und Ethik zu verstehen.
- eine Fallstudie zur interkulturellen Handlungskompetenz selbständig zu bearbeiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen interkultureller und ethischer Handlungskompetenz
 - 1.1 Gegenstandsbereiche, Begriffe und Definitionen
 - 1.2 Relevanz interkulturellen und ethischen Handelns
 - 1.3 Interkulturelles Handeln – Diversity, Globalisierung, Ethik
2. Kulturkonzepte
 - 2.1 Hofstedes Kulturdimensionen

- 2.2 Kulturdifferenzierung nach Hall
- 2.3 Locus-of-Control-Konzept nach Rotter
- 3. Kultur und Ethik
 - 3.1 Ethik – Grundbegriffe und Konzepte
 - 3.2 Interdependenz von Kultur und Ethik
 - 3.3 Ethische Konzepte in verschiedenen Regionen der Welt
- 4. Aktuelle Themen im Bereich Interkulturalität, Ethik und Diversity
 - 4.1 Digital Ethics
 - 4.2 Gleichberechtigung und Gleichstellung
 - 4.3 Social Diversity
- 5. Interkulturelles Lernen und Arbeiten
 - 5.1 Akkulturation
 - 5.2 Lernen und Arbeiten in interkulturellen Arbeitsgruppen
 - 5.3 Strategien zum Umgang mit kulturell geprägten Konflikten
- 6. Fallbeispiele für kulturelle und ethische Konflikte
 - 6.1 Fallbeispiel Interkulturalität
 - 6.2 Fallbeispiel Diversity
 - 6.3 Fallbeispiel Interkulturalität und Ethik

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Emrich, C. (2011): Interkulturelles Management: Erfolgsfaktoren im globalen Business. Kohlhammer-Verlag, Stuttgart/Berlin/Köln.
- Erll, A./Gymnich, M. (2015): Uni-Wissen Interkulturelle Kompetenzen: Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen – Kernkompetenzen. 4. Auflage, Klett Lerntraining, Stuttgart.
- Eß, O. (2010): Das Andere lehren: Handbuch zur Lehre Interkultureller Handlungskompetenz. Waxmann Verlag, Münster.
- Hofstede, G./ Hofstede, G. J./Minkov, M. (2017): Lokales Denken, globales Handeln Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. 6. Auflage, Beck, München.
- Leenen, W.R./Groß, A. (2018): Handbuch Methoden Interkultureller Bildung und Weiterbildung. Verlag Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- Thomas, A. (2011): Interkulturelle Handlungskompetenz. Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft. Gabler-Verlag, Wiesbaden.

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Wissensmanagement

Modulcode: DLBNWSWM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sonja Würtemberger (Seminar: Wissensmanagement)

Kurse im Modul

- Seminar: Wissensmanagement (DLBNWSWM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Das Ziel des Seminars besteht darin, Bachelorstudenten an die wissenschaftliche Arbeitsweise und das wissenschaftliche Schreiben heranzuführen. Dabei analysieren und erarbeiten die Studierenden interessante Fragestellungen mit hohem Praxisbezug. Dies erfordert zunächst eine umfassende Literaturrecherche zu den vorgegebenen Themen im Bereich des Wissensmanagements in Einzelarbeit. Die Erkenntnisse werden anschließend in einer Seminararbeit konsolidiert.

Qualifikationsziele des Moduls**Seminar: Wissensmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Problemlagen des Wissensmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und darzustellen.
- unterschiedliche Techniken zu verwenden, um das erarbeitete Fachwissen wissenschaftlich aufzubereiten.
- die erlernten theoretischen Konzepte auf praxisorientierte, aktuelle Problemstellungen in Bezug auf das Wissensmanagement anzuwenden.
- sowohl methodisches Vorgehen als auch Ergebnisse fachgerecht zu begründen.
- den Begriff „Wissen“ in einem ökonomischen Kontext zu präzisieren.
- die Herausforderungen, Besonderheiten und Gestaltungsmöglichkeiten des Wissensmanagements in Unternehmen zu bestimmen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Projektmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich HR

Seminar: Wissensmanagement

Kurscode: DLBNWSWM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Seminar wird diskutiert, warum sich Wissen zur wertvollsten Ressource entwickelt und wie „Wissen“ in der Ökonomie eingeordnet werden kann. Das Seminar vermittelt den Bachelorstudenten einen Einblick in die zentralen Aufgabengebiete des Managements der wertvollen Ressource Wissen auf Grundlage fundierter Theorien und praktischer Fragestellungen. Insbesondere setzen sich die Studierenden mit der Problemstellung auseinander, wie Wissen geschützt und erweitert wird, wenn sich Arbeitskontexte zunehmend dynamisieren und in agilen Strukturen gearbeitet wird. Themen der Seminararbeiten können sich darüber hinaus auf Zusammenhänge von Wissensmanagement und lernenden Organisationen, Weiterbildung, Human Capital und Change Management erstrecken. Um der Komplexität des Themas gerecht zu werden, bilden Konzepte des strategischen Managements, des Organizational Behaviors und des integrativen Wissensmanagements Grundlagen des Lehrangebots. Dabei werden sozialpsychologische, organisationale und technische Aspekte des Wissensmanagements mit einbezogen. Das Ziel des Seminars besteht darin, Bachelorstudenten an die wissenschaftliche Arbeitsweise und das wissenschaftliche Schreiben heranzuführen. Dabei analysieren und erarbeiten die Studierenden interessante Fragestellungen mit hohem Praxisbezug. Dies erfordert zunächst eine umfassende Literaturrecherche zu den vorgegebenen Themen im Bereich des Wissensmanagements in Einzelarbeit. Die Erkenntnisse werden anschließend in einer Seminararbeit konsolidiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Problemlagen des Wissensmanagements mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren und darzustellen.
- unterschiedliche Techniken zu verwenden, um das erarbeitete Fachwissen wissenschaftlich aufzubereiten.
- die erlernten theoretischen Konzepte auf praxisorientierte, aktuelle Problemstellungen in Bezug auf das Wissensmanagement anzuwenden.
- sowohl methodisches Vorgehen als auch Ergebnisse fachgerecht zu begründen.
- den Begriff „Wissen“ in einem ökonomischen Kontext zu präzisieren.
- die Herausforderungen, Besonderheiten und Gestaltungsmöglichkeiten des Wissensmanagements in Unternehmen zu bestimmen.

Kursinhalt

- Die zunehmende Popularität von wissensbezogenen Fragestellungen kann an der Transformation der meisten westlichen Gesellschaften von Industrie- zu Wissensgesellschaften festgemacht werden. Diese Transformation kann an zumindest drei Entwicklungstendenzen illustriert werden:
 - Der strukturelle Wandel hoch technologisierter Gesellschaften zeigt einen höheren Anteil des Sozialprodukts aus dem Verkauf von Information, Wissen und „intelligenten“ Produkten oder Dienstleistungen.
 - Die Internationalisierung von Märkten und die zunehmende Vernetzung durch IT- und Kommunikationstechniken erhöht die Menge an verfügbaren und auszuwertenden Informationen.
 - Ein zunehmendes Problembewusstsein der Unternehmenspraxis befördert das Interesse an Wissensmanagement.
- Beispielhafte Themenstellungen für die Seminararbeiten umfassen:
 - Wissensmanagement als Gestaltung von Rahmenbedingungen für Lernprozesse
 - Gegenüberstellung der Wissensmanagemen- Ansätze von Pawlowsky und Schüppel
 - Kritische Analyse des Lebenszyklusmodells im Wissensmanagement nach Rehäuser und Krömer
 - Wissensmanagement im Kontext des Ressourcenbegriffs
 - Empirische Befunde zu Wissensmanagement als Einflussfaktor auf Unternehmenserfolg
 - Der Zusammenhang von wissensbasierten Strategien und Wettbewerbserfolg
 - Herausforderung agile Unternehmen – Auswirkungen auf das Wissensmanagement

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Abecker, A. et al. (Hrsg.) (2013): Geschäftsprozessorientiertes Wissensmanagement: Effektive Wissensnutzung bei der Planung und Umsetzung von Geschäftsprozessen. Springer, Wiesbaden.
- Ahmad, N. et al. (2017): Knowledge management: a gateway for organizational performance. In: Journal of the Knowledge Economy, Vol. 8(3), S. 859–876.
- Al-Laham, A. (2016): Organisationales Wissensmanagement: Eine strategische Perspektive. Vahlen, München.
- Cegarra-Navarro, J.G./Soto-Acosta, P./Wensley, A.K. (2016): Structured knowledge processes and firm performance. The role of organizational agility. In: Journal of Business Research, Vol. 69(5), S. 1544–1549.
- Easterby-Smith, M./Lyles, M.A. (Hrsg.) (2011). Handbook of Organizational Learning and Knowledge Management. 2. Auflage, Wiley, Chichester.
- Guldenberg, S. (2013): Wissensmanagement und Wissenscontrolling in lernenden Organisationen. Ein systemtheoretischer Ansatz. Springer, Wiesbaden.
- Irma Becerra-Fernandez, R.S. (2001): Organizational knowledge management. A contingency perspective. In: Journal of Management Information Systems, Vol.18(1), S.23–55.
- Lehner, F. (2019): Wissensmanagement: Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. 6. Auflage, Carl Hanser, München.
- Pieler, D. (2013): Neue Wege zur lernenden Organisation. Bildungsmanagement – Wissensmanagement Change Management – Culture Management. Springer, Wiesbaden.
- Reinmann, G./Mandl, H. (2011): Wissensmanagement und Weiterbildung. In: Tippelt, R./von Hippel, A. (Hrsg): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. Springer VS, Wiesbaden, S. 1049–1066.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Angewandte Personalentwicklung

Modulcode: DLBPGWPE1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Magdalena Bathen-Gabriel (Angewandte Personalentwicklung)

Kurse im Modul

- Angewandte Personalentwicklung (DLBPGWPE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Definition von Personalentwicklung
- Ziele von PE
- Methoden der PE
- Zyklen der PE
- Möglichkeiten der Erfolgskontrolle
- Wichtige Stakeholder in der PE
- Grenzen/Abgrenzung der Personalentwicklung
- Herausforderungen der PE in der Zukunft

Qualifikationsziele des Moduls**Angewandte Personalentwicklung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben und Ziele der Personalentwicklung in Unternehmen zu beschreiben und abzugrenzen.
- die Wichtigkeit der rechtzeitigen Einbindung aller relevanten Stakeholder zu bewerten und die Vorgehensweise zu beschreiben.
- die wichtigsten Methoden der Personalentwicklung zu skizzieren und deren Anwendungen zu bewerten.
- den klassischen Personalentwicklungszyklus wiederzugeben und die unterschiedlichen Phasen zu beschreiben.
- die zukünftigen Herausforderungen für die Personalentwicklung zu antizipieren sowie Ideen für den Umgang mit diesen Herausforderungen zu entwickeln.
- Ansätze einer Wirksamkeitskontrolle, eines Bildungscontrollings bzw. alternativer Bewertungsformate von PE-Erfolg darzustellen und praktische Vorschläge für deren Anwendung zu machen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Human Resources

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Human Resources

Angewandte Personalentwicklung

Kurscode: DLBPGWPE01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Personalentwicklung ist kein Selbstzweck. Personalentwicklung verfolgt als Supportfunktion in Unternehmen verschiedene Ziele – unabhängig von der Unternehmensgröße stehen in jedem Fall unternehmerische, strategische und ökonomische Aufträge hierbei im Vordergrund. Dieser Kurs bietet einen Überblick über die Aufgaben und Ziele der Personalentwicklung, definiert die Kernprozesse und grenzt Personalentwicklung von anderen wichtigen Unternehmensfunktionen ab, die nicht selten auch im Bereich der Human Ressourcen angesiedelt sind. Es werden verschiedene Methoden vorgestellt, die im Rahmen des klassischen Personalentwicklungszyklus ihre Anwendung finden (können). Neben der Anwendung von und der Entscheidung für die richtige Methode darf die rechtzeitige und konsequente Einbindung relevanter Stakeholder keinesfalls vergessen werden. Betroffene zu Beteiligten zu machen, gilt auch in der Personalentwicklung – der methodische und inhaltliche Überraschungseffekt ist nicht zielführend. Aus diesem Grund wirft der Kurs auch einen Blick in Richtung „Kunde“, „Interessenvertretung“ und generelle Zielgruppenorientierung. Die Güte von Personalentwicklungsmaßnahmen zu beurteilen ist nicht trivial und lässt sich entweder nur über einen längeren Zeitraum bzw. „über Umwege“ beurteilen. In diesem Kurs werden verschiedene mögliche Bewertungsansätze vorgestellt sowie „Bildungscontrolling“ und Formen einer „Wirksamkeitskontrolle“ vorgestellt. Abschließend wagt der Kurs einen Blick in die Glaskugel und setzt sich mit den Herausforderungen auseinander, die sich perspektivisch der Personalentwicklung stellen werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Aufgaben und Ziele der Personalentwicklung in Unternehmen zu beschreiben und abzugrenzen.
- die Wichtigkeit der rechtzeitigen Einbindung aller relevanten Stakeholder zu bewerten und die Vorgehensweise zu beschreiben.
- die wichtigsten Methoden der Personalentwicklung zu skizzieren und deren Anwendungen zu bewerten.
- den klassischen Personalentwicklungszyklus wiederzugeben und die unterschiedlichen Phasen zu beschreiben.
- die zukünftigen Herausforderungen für die Personalentwicklung zu antizipieren sowie Ideen für den Umgang mit diesen Herausforderungen zu entwickeln.
- Ansätze einer Wirksamkeitskontrolle, eines Bildungscontrollings bzw. alternativer Bewertungsformate von PE-Erfolg darzustellen und praktische Vorschläge für deren Anwendung zu machen.

Kursinhalt

1. Ziele und Aufgaben von Personalentwicklung
 - 1.1 Definition und Abgrenzung von anderen HR-Funktionen
 - 1.2 Verortung im Unternehmen
 - 1.3 Klassische Personalentwicklung vs. systematische Personalentwicklung
2. Zyklen der Personalentwicklung
 - 2.1 Bedarfsanalyse
 - 2.2 Zieldefinition
 - 2.3 Gestaltung der Maßnahme
 - 2.4 Durchführung der Maßnahme
 - 2.5 Erfolgskontrolle
 - 2.6 Transfersicherung
3. Methodischer Werkzeugkoffer der Personalentwicklung – eine Auswahl
 - 3.1 Wissensvermittlung im klassischen Sinn
 - 3.2 Coaching und (Cross-)Mentoring
 - 3.3 Training on the job
 - 3.4 Projektarbeiten
4. Möglichkeiten und Grenzen der Erfolgskontrolle
 - 4.1 Grundlagen des Bildungscontrollings
 - 4.2 Wirksamkeitskontrolle: Evaluation des Lernerfolgs
 - 4.3 Bildungscontrolling: Kosten und Rentabilität

4.4 Bildungscontrolling: Kennzahlen

5. Stakeholdermanagement

5.1 Bedeutung des Stakeholdermanagements für die Personalentwicklung

5.2 Wer ist eigentlich der Kunde?

5.3 Einbindung der Interessenvertretung

5.4 Zielgruppenorientierung

6. Herausforderungen der Zukunft

6.1 Digitalisierung – Lebenslanges Lernen wann und wo man will?!

6.2 Generation X, Y und Z – Unternehmensinteresse = individuelle Wünsche?

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, M. (2013): Personalentwicklung. Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Becker, M. (2011): Systematische Personalentwicklung. Planung, Steuerung und Kontrolle im Funktionszyklus. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Meifert, M. T. (Hrsg.) (2013): Strategische Personalentwicklung. Ein Programm in acht Etappen. Springer Gabler, Berlin.
- Sonntag, K. (Hrsg.) (2016): Personalentwicklung in Organisationen. Psychologische Grundlagen, Methoden und Strategien. 4. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Domsch, M. E./Ludewig, D. H./Weber, F. C. (Hrsg.) (2017): Cross Mentoring. Ein erfolgreiches Instrument organisationsübergreifender Personalentwicklung. Springer Gabler, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Organisationsentwicklung

Modulcode: DLBWPO

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. John Stanley (Organisationsentwicklung)

Kurse im Modul

- Organisationsentwicklung (DLBWPOCM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Organisationsentwicklung
- Rahmenbedingungen für Organisationsveränderungen
- Konzepte der Organisationsentwicklung
- Organisationen im Umbruch
- Neue Formen der Organisation
- Organisationsdesign
- Problembereiche und Interventionstechniken
- Erfolgsbewertung und Transfer

Qualifikationsziele des Moduls**Organisationsentwicklung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge der Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die grundlegenden Modelle und Menschenbilder der Organisationsentwicklung zu benennen.
- Kritikpunkte an der Organisationsentwicklung zu erklären.
- die Implikationen der Systemischen Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Bedeutung und Ausgestaltung der Unternehmenskultur innerhalb der Organisationsentwicklung zu skizzieren.
- die Charakteristika einer Lernenden Organisation zu nennen.
- mögliche Entwicklungswege hin zur Lernenden Organisation aufzuzeigen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Organisationsentwicklung

Kurscode: DLBWPOCM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, sind sämtliche Organisationen einem ständigen Wandel unterworfen. Diesen Wandel positiv zu gestalten, ist eine Hauptfunktion der verantwortlichen Führungskräfte und Zeichen für ein erfolgreiches Management. Häufig geben Anlässe wie der Wegfall oder die Erschließung von neuen Geschäftsfeldern, Fusionen und Standortverlagerungen den Ausschlag, aber auch kontinuierliches Unternehmenswachstum, technologische Verbesserungen und gesellschaftliche Veränderungen sind Gründe für zum Teil weitreichende Maßnahmen der Weiterentwicklung von Organisationen. Hierzu ist es notwendig, die Grundlagen der Organisationsentwicklung zu kennen, deren Gegenstandsbereich die Prozesse der Veränderung der handelnden Personen sind. Diese Kenntnisse sind von zentraler Bedeutung, um Veränderungen umzusetzen. Dieser Kurs zeigt die wichtigsten Modelle und Menschenbilder auf, die als Grundlage der Organisationsentwicklung dienen. Da die Unternehmenskultur ein zentraler Bestandteil der Organisationsentwicklung ist, werden sowohl die Analyse als auch die Entwicklung der Unternehmenskultur dargestellt. Außerdem werden die wichtigsten Aspekte der Lernenden Organisation thematisiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge der Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die grundlegenden Modelle und Menschenbilder der Organisationsentwicklung zu benennen.
- Kritikpunkte an der Organisationsentwicklung zu erklären.
- die Implikationen der Systemischen Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Bedeutung und Ausgestaltung der Unternehmenskultur innerhalb der Organisationsentwicklung zu skizzieren.
- die Charakteristika einer Lernenden Organisation zu nennen.
- mögliche Entwicklungswege hin zur Lernenden Organisation aufzuzeigen.

Kursinhalt

1. Organisationsverständnis der Organisationsentwicklung
 - 1.1 Organisationsbegriff
 - 1.2 Entwicklung organisationstheoretischer Ansätze
 - 1.3 Organisationsprinzipien und Organisationsformen
2. Grundlagen der Organisationsentwicklung

- 2.1 Begriff und Abgrenzungen
- 2.2 Geschichtliche Entstehung der Organisationsentwicklung
- 2.3 Kritik am Konzept der Organisationsentwicklung
3. Modellannahmen der Organisationsentwicklung
 - 3.1 Menschenbild der Organisationsentwicklung
 - 3.2 Phasenmodelle
 - 3.3 Organisationaler Burn-out und organisationale Resilienz
4. Systemische Organisationsentwicklung
 - 4.1 Theoretische Grundlagen
 - 4.2 Implikationen für die systemische Organisationsentwicklung
5. Entwicklung der Unternehmenskultur
 - 5.1 Theoretische Grundlagen
 - 5.2 Kulturanalyse
 - 5.3 Kulturentwicklung
6. Entwicklung des organisationalen Lernens
 - 6.1 Grundgedanken und Definitionen
 - 6.2 Lernebenen: Wie lernen Organisationen?
 - 6.3 Entwicklung der lernenden Organisation

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Arnold, H. (2016): Wir sind Chef. Wie eine unsichtbare Revolution Unternehmen verändert. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Becker, H./Langosch, I. (2002): Produktivität und Menschlichkeit. Organisationsentwicklung und ihre Anwendung in der Praxis. 5. Auflage, Lucius & Lucius, Stuttgart.
- Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (Hrsg.) (2013): Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte, Band 2. Springer VS, Wiesbaden.
- Laloux, F. (2015): Reinventing Organizations. Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Organisation. Vahlen, München.
- Nagel, R. (2014): Organisationsdesign. Modelle und Methoden für Berater und Entscheider. Schäffer-Poeschl, Stuttgart.
- Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2014): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 4. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Systemische Beratung und Coaching

Modulcode: DLBPGWBUC1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Timo Kortsch (Systemische Beratung und Coaching)

Kurse im Modul

- Systemische Beratung und Coaching (DLBPGWBUC01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Theoretische Grundlagen zu Beratung als pädagogischer Handlungsform
- Grundlegende Theorien hinter systemischem Beraten
- Systemisches Coaching als Spezialform von Beratung
- Anwendungsfelder, Anlässe und Zielgruppen systemischer Beratung
- Überblick über das Basisrepertoire relevanter Methoden und Interventionen
- Beraterkompetenzen und -wissen

Qualifikationsziele des Moduls

Systemische Beratung und Coaching

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Beratung innerhalb von pädagogischen und nicht-pädagogischen Kontexten theoretisch zu verorten und sensibel gegenüber vorhandenen Spannungsfeldern zu sein.
- relevante theoretische Grundlagen zu systemischer Beratung für ihren Handlungskontext wiederzugeben.
- Anwendungsfelder, Beratungsanlässe, -zielgruppen und -settings zu kennen.
- die Grenzen systemischer Beratung gegenüber Beratungsformen anderer Fachdisziplinen zu verstehen und diese im Beratungskontext einzuschätzen.
- erste Interventionsformen systemischen Coachings selbstständig oder unter Anleitung auszuführen.
- ihre eigene Persönlichkeit inklusive Kompetenzen hinsichtlich der Anforderungen an systemische Berater (Coaches) zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Psychologie

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Systemische Beratung und Coaching

Kurscode: DLBPGWBUC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Beratung als eine der pädagogischen Kernhandlungsformen gewinnt im aktuellen Industriezeitalter in allen Anwendungsbereichen an Relevanz. Hervorzuheben sind systemische Beratungsansätze, die sich meist zu einer reinen Fachberatung abgrenzen und einen ganzheitliche Prozessberatungsansatz verfolgen, in dem der lernende und sich entwickelnde Mensch im Mittelpunkt steht. Der Kurs bietet einen ersten Überblick über systemische Beratung und systemisches Coaching angefangen bei theoretischen Grundlagen, über Anwendungsfelder bis hin zu Anforderungen an Berater. Die Inhalte ermöglichen den Studierenden Beratung sowohl theoretisch zu verorten, als auch sich theoretische Konzepte anzueignen, die für eine systemische Beratungshaltung unerlässlich sind. Hierzu zählen unter anderem die Systemtheorie und der Konstruktivismus. Darüber hinaus werden Spannungsfelder und Grenzen thematisiert, die eine Abgrenzung des Beraters im praktischen Handeln ermöglichen sollen. Des Weiteren beschäftigen sich die Studierenden mit der Unterscheidung zwischen Prozess- und Fachberatung, verschiedenen Beratungsformen und -settings, sowie möglichen Zielgruppen und Anwendungsfeldern. Somit findet eine erste Annäherung an das Berufsfeld des Beraters statt. Das systemische Coaching als eine Spezialform der Beratung wird gesondert betrachtet, insbesondere die Rolle des Coaches, Anlässe und Themen sowie das Phasenmodell des Coachingablaufes. Darüber hinaus lernen die Studierenden erste Methoden und Interventionsformen, wie zum Beispiel systemische Fragetechniken, Hypothesenbildung oder Reframing kennen. Abschließend erhalten die Studierenden die Gelegenheit sich mit den Anforderungen an Berater und Coaches auseinander zu setzen und haben somit die Gelegenheit diese bezogen auf ihre eigene Persönlichkeit zu spiegeln. Die Beschäftigung mit einer grundlegenden systemischen Haltung sowie dem Werteverständnis eines Coaches runden den Kurs ab.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Beratung innerhalb von pädagogischen und nicht-pädagogischen Kontexten theoretisch zu verorten und sensibel gegenüber vorhandenen Spannungsfeldern zu sein.
- relevante theoretische Grundlagen zu systemischer Beratung für ihren Handlungskontext wiederzugeben.
- Anwendungsfelder, Beratungsanlässe, -zielgruppen und -settings zu kennen.
- die Grenzen systemischer Beratung gegenüber Beratungsformen anderer Fachdisziplinen zu verstehen und diese im Beratungskontext einzuschätzen.
- erste Interventionsformen systemischen Coachings selbstständig oder unter Anleitung auszuführen.
- ihre eigene Persönlichkeit inklusive Kompetenzen hinsichtlich der Anforderungen an systemische Berater (Coaches) zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Theoretische Grundlagen
 - 1.1 Beratung als pädagogische Handlungsform
 - 1.2 Spannungsfelder pädagogischer Beratung
 - 1.3 Personenzentrierte Systemtheorie
 - 1.4 Kybernetik
 - 1.5 Konstruktivismus
 - 1.6 Theorie sozialer Systeme
 - 1.7 Theorie autopoietischer Systeme
2. Systemische Beratung
 - 2.1 Beratungsformen und -settings in der Pädagogik
 - 2.2 Zielgruppen
 - 2.3 Prozessberatung versus Fachberatung
 - 2.4 Grundannahmen
3. Systemisches Coaching
 - 3.1 Coaching als Spezialform der Beratung
 - 3.2 Die Rolle des Coaches
 - 3.3 Anlässe und Themen
 - 3.4 Coaching-Phasen
4. Anwendungsfehler
 - 4.1 Grenzen von Beratung und Coaching
 - 4.2 Kinder und Jugendliche
 - 4.3 Erwachsene und Organisationskontext

4.4 Weitere Felder (Sport, Wissenschaft, private Kontexte etc.)

5. Grundlegende Methoden und Interventionen

5.1 Gesprächstechniken

5.2 Aktives Zuhören

5.3 Systemisches Fragen

5.4 Hypothesenbildung

5.5 Reframing

6. Anforderungen an den Berater

6.1 Fachwissen

6.2 Soziale Kompetenzen

6.3 Prozesskompetenzen

6.4 Haltung und Werte

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Backhausen, W./Thommen, J.-P. (2006): Coaching. Durch systemisches Denken zu innovativer Personalentwicklung. 3. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Ellebracht, H./Lenz, G./Osterhold, G. (2011): Systemische Organisation- und Unternehmensberatung. Praxishandbuch für Berater und Führungskräfte. 4. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Gröning, K. (2011): Pädagogische Beratung. Konzepte und Positionen. 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- König, E./Volmer, G. (2003): Systemisches Coaching. Handbuch für Führungskräfte, Berater und Trainer. 2. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim/Basel.
- Königwieser, R./Hillebrand, M. (2013): Einführung in die systemische Organisationsberatung. 7. Auflage, Carl-Auer Verlag, Heidelberg.
- Kriz, J. (2016): Systemtheorie für Coaches. Einführung und kritische Diskussion. Springer Verlag, Wiesbaden.
- Patrzek, A. (2015): Systemisches Fragen. Professionelle Fragentechniken für Führungskräfte, Berater und Coaches. Springer Verlag, Wiesbaden.
- Schlippe von, A./Schweitzer, J. (2003): Lehrbuch der systemischen Therapie und Beratung. 9. Auflage, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- Schreyögg, A. (2012): Coaching. Eine Einführung für Praxis und Ausbildung. 7. Auflage, Campus Verlag, Frankfurt am Main.
- Seidel, T./Krapp, A. (2014): Pädagogische Psychologie. 6. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim.
- Wegener, R./Fritze, A./Loebbert, M. (2013): Coaching-Praxisfelder. Forschung und Praxis im Dialog. Springer Verlag, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken

Modulcode: DLBPKIEKPT1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Lempert (Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken)

Kurse im Modul

- Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken (DLBPKIEKPT01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: myStudium

Projektpräsentation

Studienformat: Kombistudium

Projektpräsentation

Studienformat: Fernstudium

Projektpräsentation

Studienformat: Duales myStudium

Projektpräsentation

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Geschichte der KI
- Moderne KI-Systeme
- Bestärkendes Lernen
- Verarbeitung natürlicher Sprache
- Computer Vision

Qualifikationsziele des Moduls**Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Grundlegende Prompt-Techniken in generativen KI-Anwendungen zu verstehen und anzuwenden.
- Die Wirksamkeit der grundlegenden Prompts zu analysieren und zu bewerten.
- Ethische Aspekte bei der Gestaltung und Verwendung von KI für grundlegende Prompt-Techniken anzuwenden.
- Effektive Prompts für reale Szenarien zu entwerfen, umsetzen und zu optimieren durch praktische Übungen.
- Kreatives und innovatives Denken bei der Anwendung von Prompt-Techniken zur Lösung komplexer Probleme in ihrem Fachgebiet zu präsentieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Data Science & Artificial Intelligence

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken

Kurscode: DLBPKIEKPT01

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs erkunden die Studierenden die faszinierende Welt des Prompts in generativen KI-Anwendungen. Sie beteiligen sich an praktischen Übungen, um neue KI-generierte Inhalte wie Texte, Bilder und Videos zu erstellen. Durch diese Übungen lernen die Studierenden, wie sie diese Systeme effektiv nutzen, analysieren und bewerten können, entsprechend ihrem jeweiligen Studienbereich.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Grundlegende Prompt-Techniken in generativen KI-Anwendungen zu verstehen und anzuwenden.
- Die Wirksamkeit der grundlegenden Prompts zu analysieren und zu bewerten.
- Ethische Aspekte bei der Gestaltung und Verwendung von KI für grundlegende Prompt-Techniken anzuwenden.
- Effektive Prompts für reale Szenarien zu entwerfen, umsetzen und zu optimieren durch praktische Übungen.
- Kreatives und innovatives Denken bei der Anwendung von Prompt-Techniken zur Lösung komplexer Probleme in ihrem Fachgebiet zu präsentieren.

Kursinhalt

- In diesem Kurs arbeiten die Studierenden an einer grundlegenden praktischen Umsetzung eines generativen KI-Anwendungsfalls, indem sie aus einer Auswahl, die in der ergänzenden Richtlinie bereitgestellt wird, wählen. Der Kurs bietet praktische Beispiele als Lernmaterialien und Übungen mit grundlegenden Prompt-Techniken für Open-Source-Text-, Bild- und Video-Generierungsfälle. Die Übungen sollen die Studierenden inspirieren und anleiten, ihren eigenen generativen KI-Anwendungsfall zu bearbeiten, der eine Beschreibung des Anwendungsfalls, ausgewählte Prompt-Techniken, Ergebnisse und kritische Bewertungen aus technischer und ethischer Perspektive umfasst.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Berens, A., & Bolk, C. (2023). Content Creation mit KI. Rheinwerk Computing.
- Dang, H., Mecke, L., Lehmann, F., Goller, S., & Buschek, D. (2022). How to prompt? Opportunities and challenges of zero- and few-shot learning for human-AI interaction in creative applications of generative models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2209.01390.pdf>
- Wei, J., Wang, X., Schuurmans, D., Bosma, M., Ichter, B., Xia, F., Chi, E. H., Le., Q. V., & Zhou, D. (2023). Chain-of-thought prompting elicit reasoning in large language models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2201.11903.pdf>

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Projekt
---------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Projekt
------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Projekt
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Projekt
--	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Artificial Intelligence

Modulcode: DLBDSEAIS1_D

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA	CP 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	----------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Schaaff (Artificial Intelligence)

Kurse im Modul

- Artificial Intelligence (DLBDSEAIS01_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Duales myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Fernstudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: myStudium

Klausur, 90 Minuten

Studienformat: Kombistudium

Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls <ul style="list-style-type: none">▪ Geschichte der KI▪ Moderne KI-Systeme▪ Bestärkendes Lernen▪ Verarbeitung natürlicher Sprache▪ Computer Vision	
Qualifikationsziele des Moduls Artificial Intelligence <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none">▪ die historische Entwicklung der künstlichen Intelligenz zu erläutern.▪ den Ansatz aktueller KI-Systeme zu verstehen.▪ die Konzepte hinter dem bestärkenden Lernen zu verstehen.▪ natürliche Sprache mit grundlegenden NLP-Techniken zu analysieren.▪ Bilder und ihre Inhalte zu untersuchen.	
Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Data Science & Artificial Intelligence</p>	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik</p>

Artificial Intelligence

Kurscode: DLBDSEAIS01_D

Niveau BA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen keine
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Die Suche nach künstlicher Intelligenz (KI) hat das Interesse der Menschheit seit vielen Jahrzehnten begeistert und ist seit den 1960er Jahren ein aktives Forschungsgebiet. Dieser Kurs gibt einen detaillierten Überblick über die historischen Entwicklungen, Erfolge und Rückschläge der KI sowie über moderne Ansätze in der Entwicklung der künstlichen Intelligenz. Dieser Kurs gibt eine Einführung in das bestärkende Lernen, einem Prozess, der dem ähnelt, wie Menschen und Tiere die Welt erleben: die Umwelt zu erforschen und die beste Vorgehensweise abzuleiten. In diesem Kurs werden auch die Prinzipien der natürlichen Sprachverarbeitung und der Computer Vision (computerbasiertes Sehen) behandelt, beides Schlüsselkomponenten für eine künstliche Intelligenz, die in der Lage ist, mit ihrer Umgebung zu interagieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die historische Entwicklung der künstlichen Intelligenz zu erläutern.
- den Ansatz aktueller KI-Systeme zu verstehen.
- die Konzepte hinter dem bestärkenden Lernen zu verstehen.
- natürliche Sprache mit grundlegenden NLP-Techniken zu analysieren.
- Bilder und ihre Inhalte zu untersuchen.

Kursinhalt

1. Geschichte der KI
 - 1.1 Historische Entwicklungen
 - 1.2 KI-Winter
 - 1.3 Expertensysteme
 - 1.4 Bedeutsame Fortschritte
2. Moderne KI-Systeme
 - 2.1 Schwache versus allgemeine KI
 - 2.2 Anwendungsbereiche
3. Bestärkendes Lernen
 - 3.1 Was ist bestärkendes Lernen?
 - 3.2 Markov-Ketten und Wertfunktion

3.3 Zeitdifferenz und Q-Lernen

4. Verarbeitung natürlicher Sprache (NLP)

4.1 Einführung in NLP und Anwendungsbereiche

4.2 Grundlegende NLP-Techniken

4.3 Vektorisierung von Daten

5. Computer Vision

5.1 Pixel und Filter

5.2 Feature-Erkennung

5.3 Verzerrungen und Kalibrierung

5.4 Semantische Segmentierung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bear, F. / Barry, W. / Paradiso, M. (2006): Neuroscience: Exploring the brain. 3rd edition, Lippincott Williams and Wilkins, Baltimore, MD.
- Bird S. / Klein, E. / Loper, E. (2009): Natural language processing with Python. 2nd edition, O'Reilly, Sebastopol, CA.
- Chollet, F. (2017): Deep learning with Python. Manning, Shelter Island, NY.
- Fisher, R. B. et al (2016) : Dictionary of computer vision and image processing. John Wiley & Sons, Chichester.
- Geron, A. (2017): Hands-on machine learning with Scikit-Learn and TensorFlow. O'Reilly, Boston, MA.
- Goodfellow, I. / Bengio, Y. / Courville, A. (2016): Deep learning. MIT Press, Boston, MA.
- Grus, J. (2019): Data science from scratch: First principles with Python. O'Reilly, Sebastopol, CA.
- Jurafsky, D. / Martin, J. H. (2008): Speech and language processing. Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Nilsson, N. (2009): The quest for artificial intelligence. Cambridge University Press, Cambridge.
- Russell, S. / Norvig, P. (2009): Artificial intelligence: A modern approach. 3rd edition, Pearson, Essex.
- Sutton, R. / Barto, A. (2018): Reinforcement learning: An introduction. 2nd edition, MIT Press, Boston, MA.
- Szelski, R. (2011): Computer vision: Algorithms and applications. 2nd edition, Springer VS, Wiesbaden.
- Szepesvári, C. (2010): Algorithms for reinforcement learning. Morgan & Claypool, San Rafael, CA.
- Wiering, M. / Otterlo, M. (2012): Reinforcement learning: State of the art. Springer, Berlin.

Studienformat Duales myStudium

Studienform Duales myStudium	Kursart Theoriekurs
--	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat myStudium

Studienform myStudium	Kursart Theoriekurs
---------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests