MODULHANDBUCH

Bachelor of Arts

Bachelor Sportmanagement (FS-SPOM-01)

180 CP

Fernstudium und myStudium

Stand: 28.Mai 2025

INTERNATIONALE HOCHSCHULE

Klassifizierung: Grundständig

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DLBSMESM: Einführung in das Sportmanagement
Modulbeschreibung 13
Kurs DLBSMESM01: Einführung in das Sportmanagement 15

Modul DLBWIRWMK: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation
Modulbeschreibung 20
Kurs DLBWIRWMK01: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation 22

Modul BBWL-01: Betriebswirtschaftslehre
Modulbeschreibung 30
Kurs BBWL01-01: BWL I 34
Kurs BBWL02-01: BWL II 41

Modul DLBSMOKM: Ökonomie und Sport
Modulbeschreibung 48
Kurs DLBSMOKM01: Ökonomie und Sport 50

Modul DLBLOFUI-02: Investition und Finanzierung
Modulbeschreibung 56
Kurs DLBLOFUI01-02: Investition und Finanzierung 58

Modul DLBSMPSM: Projekt: Sportmärkte
Modulbeschreibung 64
Kurs DLBSMPSM01: Projekt: Sportmärkte 66

2. Semester

Modul BMAR-01: Marketing
Modulbeschreibung 73
Kurs BMAR01-01: Marketing I 76
Kurs BMAR02-01: Marketing II 83

Modul DLBKA: Kollaboratives Arbeiten
Modulbeschreibung 90
Kurs DLBKA01: Kollaboratives Arbeiten 92

Modul BWEM1: Eventmanagement I
Modulbeschreibung 99
Kurs BWEM01: Eventmanagement I 101

Modul DLBEMLE1: Sportevents
Modulbeschreibung 108
Kurs DLBEMLE01: Sportevents 110

Modul DLBDS-01: Digital Skills
Modulbeschreibung 118
Kurs DLBDS01-01: Digital Skills 120

Modul DLBCCPNKP: Projekt: Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive
Modulbeschreibung 127
Kurs DLBCCPNKP01: Projekt: Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive 129

---

3. Semester

Modul DLBSMDISP: Digitales Sportmarketing
Modulbeschreibung 136
Kurs DLBSMDISP01: Digitales Sportmarketing 138

Modul DLBIHK: Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen
Modulbeschreibung 144
Kurs DLBIHK01: Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen 146

Modul BPER-01: Personalwesen
Modulbeschreibung 152
Kurs BPER01-01: Personalwesen I 155
Kurs BPER02-01: Personalwesen II 161

Modul DLBSMSPOP: Sportpsychologie
Modulbeschreibung 168
Kurs DLBSMSPOP01: Sportpsychologie 170

Modul DLBSMSPOR: Sportrecht
Modulbeschreibung 176
Kurs DLBSMSPOR01: Sportrecht 178

Modul DLBOMPSMK1: Projekt: Social Media Kampagne
Modulbeschreibung 185
Kurs DLBOMPSMK01: Projekt: Social Media Kampagne 187

---

4. Semester

Modul DLBSMSFL: Sportfinanzierung und -lizenzierung
Modulbeschreibung 194
Kurs DLBSMSFL01: Sportfinanzierung und -lizenzierung 196

Modul BBUB-01: Buchführung und Bilanzierung
Modulbeschreibung 202
Kurs BBUB01-01: Buchführung und Bilanzierung I 206
Kurs BBUB02-01: Buchführung und Bilanzierung II 213

Modul DLBBUBOE: Buchhaltung und Bilanzierung in Österreich
Modulbeschreibung 220
Kurs DLBBUBOE01: Buchhaltung und Bilanzierung in Österreich 222

Modul DLBLODB-01: Digitale Business-Modelle
Modulbeschreibung 229
Kurs DLBLODB01-01: Digitale Business-Modelle 231

Modul BKLR-01: Kosten- und Leistungsrechnung
Modulbeschreibung 239
Kurs BKLR01-01: Kosten- und Leistungsrechnung I 242
Kurs BKLR02-01: Kosten- und Leistungsrechnung II 249

Modul DLBWPLS-01: Leadership 4.0
Modulbeschreibung 256
Kurs DLBWPLS01-01: Leadership 4.0 258

Modul DLBSMPSD: Projekt: Sport und Digitalisierung
Modulbeschreibung 265
Kurs DLBSMPSD01: Projekt: Sport und Digitalisierung 267

---

5. Semester

Modul DLBLOIM: Interkulturelles Management
Modulbeschreibung 274
Kurs DLBLOIM01: Interkulturelles Management 276

Modul DLBSMMSV1: Organisation von Sportvereinen und Verbänden
Modulbeschreibung 282
Kurs DLBSMMSV01: Organisation von Sportvereinen und Verbänden 284

Modul DLBSMATSM: Aktuelle Themen im Sportmanagement
Modulbeschreibung 290

Kurs DLBSMATSM01: Aktuelle Themen im Sportmanagement 292

Modul DLBDBAPM: Projekt: Agiles Projektmanagement
Modulbeschreibung 298
Kurs DLBDBAPM01: Projekt: Agiles Projektmanagement 300

Modul DLBSMWMS: Management im Sport
Modulbeschreibung 307
Kurs DLBSMSVM01: Sports Venue Management 310
Kurs DLBSMMSV02: Buchführung und Bilanzierung im Sport 316

Modul DLBSMSMM: Sport Media Management
Modulbeschreibung 321
Kurs DLBSMSMM01: Sportmedienmanagement 324
Kurs DLBSMSMM02: Public Relations Management im Sport 330

Modul DLBSMWFM: Fußballmanagement
Modulbeschreibung 334
Kurs DLBSMWFM01: Fußballmarketing 337
Kurs DLBSMWFM02: Fußball Brand Management 342

Modul DLBSMWESM: E-Sport-Management
Modulbeschreibung 346
Kurs DLBSMWESM01: E-Sport-Events 349
Kurs DLBSMWESM02: E-Sport-Marketing 353

---

6. Semester

Modul BWCN: Business Consulting
Modulbeschreibung 358
Kurs BWCN01: Business Consulting I 361
Kurs BWCN02: Business Consulting II 368

Modul DLBHOGUC: Gastronomie und Catering
Modulbeschreibung 374
Kurs DLBHOGUC01: Gastronomiemanagement 377
Kurs DLBHOGUC02: Catering Management 382

Modul DLBMSM-01: Online- und Social-Media-Marketing
Modulbeschreibung 387
Kurs DLBMSM01-01: Onlinemarketing 391
Kurs DLBMSM02-01: Social-Media-Marketing 400

Modul BWINT-02: International Management

Modulbeschreibung 409
Kurs BWINT01: International Management 412
Kurs DLFSWE01: Zertifikatskurs Englisch 419

Modul BWMI-01: Internationales Marketing und Branding
Modulbeschreibung 425
Kurs BWMI01-01: Internationales Marketing 429
Kurs BWMI02: Internationales Brand Management 436

Modul DLBMAWBDWA: Big Data und Web-Analytics
Modulbeschreibung 443
Kurs DLBINGDABD01: Data Analytics und Big Data 446
Kurs DLBECWC01: Web-Analytics 453

Modul DLBUXWP-02: Programmierung: Java und Web-Anwendungsoberflächen
Modulbeschreibung 461
Kurs DLBCSOOPJ01_D: Grundlagen der objektorientierten Programmierung mit Java 465
Kurs IPWA01-01: Programmierung von Webanwendungsoberflächen 471

Modul DLBBWWBDDNTS: Big Data und Datenschutz für nicht-technische Studiengänge
Modulbeschreibung 478
Kurs DLBINGDABD01: Data Analytics und Big Data 482
Kurs DLBNWGDITSNTS01: Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit für nicht-technische Studiengänge 489

Modul DLBSMWMS: Management im Sport
Modulbeschreibung 495
Kurs DLBSMSVM01: Sports Venue Management 498
Kurs DLBSMMSV02: Buchführung und Bilanzierung im Sport 504

Modul DLBSMSMM: Sport Media Management
Modulbeschreibung 509
Kurs DLBSMSMM01: Sportmedienmanagement 512
Kurs DLBSMSMM02: Public Relations Management im Sport 518

Modul DLBSMWFM: Fußballmanagement
Modulbeschreibung 522
Kurs DLBSMWFM01: Fußballmarketing 525
Kurs DLBSMWFM02: Fußball Brand Management 530

Modul DLBSMWESM: E-Sport-Management
Modulbeschreibung 534
Kurs DLBSMWESM01: E-Sport-Events 537
Kurs DLBSMWESM02: E-Sport-Marketing 541

Modul BWGM: Health Care Management
Modulbeschreibung 545
Kurs BWGM01: Einführung in das Gesundheitsmanagement 549
Kurs BWGM02: Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung) 556

Modul DLBMPS: Marktpsychologie
Modulbeschreibung 562
Kurs DLBMPS01: Wirtschaftspsychologie 565
Kurs DLBMPS02: Konsumentenverhalten 572

Modul DLPOPS-01: Organisationspsychologie
Modulbeschreibung 580
Kurs DLBMPS01: Wirtschaftspsychologie 584
Kurs DLPOPS02-01: Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie 591

Modul DLFUFG: Unternehmensfinanzierung
Modulbeschreibung 597
Kurs DLFUFG01: Corporate Finance 600
Kurs DLFUFG02: Finanzmanagement 607

Modul BWAV: Angewandter Vertrieb
Modulbeschreibung 613
Kurs BWAV01: Angewandter Vertrieb I 617
Kurs BWAV02: Angewandter Vertrieb II 624

Modul BWAF: Advanced Leadership
Modulbeschreibung 631
Kurs BWAF01: Advanced Leadership I 635
Kurs BWAF02: Advanced Leadership II 642

Modul BWPW-01: Personalwesen Spezialisierung
Modulbeschreibung 649
Kurs BWPW01-01: Personalwesen Spezialisierung I (Einführung) 652
Kurs BWPW02-01: Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung) 659

Modul BWEC-03: E-Commerce
Modulbeschreibung 666
Kurs BWEC01-02: E-Commerce I 669
Kurs BWEC02-02: E-Commerce II 675

Modul BWTO-01: Tourismusmanagement
Modulbeschreibung 681
Kurs BWTO01-01: Grundlagen der Tourismuswirtschaft 685
Kurs BWTO02: Akteur:innen und Geschäftsmodelle der Tourismuswirtschaft 691

Modul BWHO-01: Unternehmerisches Hotelmanagement
Modulbeschreibung 698
Kurs BWHO01-01: Grundlagen des Hotelmanagements 701
Kurs BWHO02-01: Strategisches Hotelmanagement 706

Modul BWBC-02: Business-Controlling
Modulbeschreibung 711
Kurs BWBC01-01: Business Controlling I 714
Kurs BWBC02-01: Business-Controlling II 721

Modul DLERP: Enterprise Resource Planning
Modulbeschreibung 726
Kurs DLERP01: Enterprise Resource Planning 728

Modul BWIT: IT-Management
Modulbeschreibung 735
Kurs IGIS01: Grundlagen der industriellen Softwaretechnik 738
Kurs IREN01: Requirements Engineering 743

Modul DLBTONMTHE: Nachhaltigkeitsmanagement in Tourismus, Hospitality und Event
Modulbeschreibung 750
Kurs DLBTONMTHE01: Nachhaltigkeitsmanagement I 753
Kurs DLBTONMTHE02: Nachhaltigkeitsmanagement II 758

Modul DLBIMFM-01: Facility Management
Modulbeschreibung 762
Kurs DLBIMFM01-01: Facility Management: Grundlagen 764
Kurs DLBIMFM02-01: Facility Management: Leistungsbereiche 768

Modul DLFSWI: Fremdsprache Italienisch
Modulbeschreibung 772
Kurs DLFSWI01: Zertifikatskurs Italienisch 775
Kurs DLFSI01: Fremdsprache Italienisch 781

Modul DLFSWF: Fremdsprache Französisch
Modulbeschreibung 787
Kurs DLFSWF01: Zertifikatskurs Französisch 790
Kurs DLFSF01: Fremdsprache Französisch 796

Modul DLFSWS: Fremdsprache Spanisch
Modulbeschreibung 802
Kurs DLFSWS01: Zertifikatskurs Spanisch 805
Kurs DLFSS01: Fremdsprache Spanisch 811

Modul DLFSWE: Fremdsprache Englisch

Modulbeschreibung 817
Kurs DLFSWE01: Zertifikatskurs Englisch 820
Kurs DLFSE01: Fremdsprache Englisch 826

Modul DLBSMWMS: Management im Sport
Modulbeschreibung 832
Kurs DLBSMSVM01: Sports Venue Management 835
Kurs DLBSMMSV02: Buchführung und Bilanzierung im Sport 841

Modul DLBSMSMM: Sport Media Management
Modulbeschreibung 846
Kurs DLBSMSMM01: Sportmedienmanagement 849
Kurs DLBSMSMM02: Public Relations Management im Sport 855

Modul DLBSMWFM: Fußballmanagement
Modulbeschreibung 859
Kurs DLBSMWFM01: Fußballmarketing 862
Kurs DLBSMWFM02: Fußball Brand Management 867

Modul DLBSMWESM: E-Sport-Management
Modulbeschreibung 871
Kurs DLBSMWESM01: E-Sport-Events 874
Kurs DLBSMWESM02: E-Sport-Marketing 878

Modul DLBWMP: Mastering Prompts
Modulbeschreibung 882
Kurs DLBDSEAIS01_D: Artificial Intelligence 885
Kurs DLBPKIEKPT01: Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken 891

Modul DLBKAENT: Karriere-Entwicklung
Modulbeschreibung 897
Kurs DLBKAENT01: Persönlicher Karriereplan 900
Kurs DLBKAENT02: Persönlicher Elevator Pitch 906

Modul DLBAWSCLSP: AWS Cloud Specialization
Modulbeschreibung 911
Kurs DLBPAWSCLES01: Project: AWS - Cloud Essentials 914
Kurs DLBPAWSCLAD01: Project: AWS - Cloud Advanced 919

Modul DLBSG: Studium Generale I und II
Modulbeschreibung 925
Kurs DLBSG01: Studium Generale I 927
Kurs DLBSG02: Studium Generale II 932

Modul BBAK: Bachelorarbeit

Modulbeschreibung 938
Kurs BBAK01: Bachelorarbeit 941
Kurs BBAK02: Kolloquium 948

1. Semester

Einführung in das Sportmanagement

Modulcode: DLBSMESM

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Einführung in das Sportmanagement)

Kurse im Modul

- Einführung in das Sportmanagement (DLBSMESM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: Kombistudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in das Sportmanagement
- Organisatorische Strukturen des Sports in Deutschland
- Personalmanagement im Sport
- Vermarktung im Sport
- Digitalisierung im Sport

Qualifikationsziele des Moduls

Einführung in das Sportmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Zusammenhänge des Sportmanagements zu verstehen.
- die wichtigsten Themen des Sportmanagements zu erläutern und auch auf andere Fachgebiete außerhalb des Sportmanagements anzuwenden.
- das konkrete berufliche Handeln in einem selbstgewählten Handlungskontext des Sports zu beurteilen und eigene Handlungsempfehlungen herzuleiten.
- die Vielfalt des Sports und der Managementthemen in einen Gesamtkontext einzubetten und erfolgreiche Strategien daraus abzuleiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sport & Fitness	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Einführung in das Sportmanagement

Kurscode: DLBSMESM01

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

Beschreibung des Kurses

Das Sportmanagement hat in den vergangenen Jahren sehr stark an Bedeutung gewonnen. Die Akteur:innen im Bereich des Sportmanagements entwickeln sich ständig weiter. Sowohl die Anzahl als auch die Handlungsweisen der Akteur:innen variieren und differenzieren sich. Umso wichtiger ist es mit diesem Kurs, die ersten Grundlagen des Sportmanagements zu beleuchten. In diesem Kurs geht es zunächst darum, den Sportmanagementbegriff zu verstehen und die Entwicklung des Sportmanagements speziell in Deutschland zu betrachten. Aufbauend auf diesen Grundlagen werden die einzelnen Bereiche etwas genauer betrachtet. Die wichtigsten Akteur:innen im Sportmanagement sind die Sportvereine als wesentlicher Anbieter des Sports. Das Basiswissen über das Vereinsmanagement wird im weiteren Verlauf mit den Themen Vermarktung und Personal vertieft, so dass mit Hilfe dieses Basiswissens der Grundstein für das tiefergehende Verständnis und die praxisnahe Anwendung des Sportmanagements sowie möglicher Zukunftsthemen gelegt wird.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Zusammenhänge des Sportmanagements zu verstehen.
- die wichtigsten Themen des Sportmanagements zu erläutern und auch auf andere Fachgebiete außerhalb des Sportmanagements anzuwenden.
- das konkrete berufliche Handeln in einem selbstgewählten Handlungskontext des Sports zu beurteilen und eigene Handlungsempfehlungen herzuleiten.
- die Vielfalt des Sports und der Managementthemen in einen Gesamtkontext einzubetten und erfolgreiche Strategien daraus abzuleiten.

Kursinhalt

1. Einführung in das Sportmanagement
   - 1.1 Management
   - 1.2 Sport und Sportmanagement
   - 1.3 Besonderheiten des Sports aus ökonomischer Sicht
2. Organisatorische Strukturen des Sports in Deutschland
   - 2.1 Die öffentliche Sportverwaltung
   - 2.2 Der organisierte Sport

2.3 Kommerzieller und informeller Sport

3. Personalmanagement im Sport
   - 3.1 Grundlagen des Personalmanagements
   - 3.2 Die besondere Rolle des Ehrenamtes im Sport Ehrenamt und Hauptamt
   - 3.3 Personalmanagement in Non-Profit-Sportorganisationen

4. Vermarktung im Sport
   - 4.1 Vermarktung sportlicher Leistungen
   - 4.2 Kommunikation im Sport
   - 4.3 Sponsoring im Sport

5. Digitalisierung im Sport
   - 5.1 Big Data und digitale Technik im Sport
   - 5.2 Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR)
   - 5.3 eSport

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Fahrner, M. (2014). Grundlagen des Sportmanagements (2. Aufl.). De Gruyter.
- Güllich, A. & Krüger, M. (Hrsg.). (2021). Sport in Kultur und Gesellschaft. Handbuch Sport und Sportwissenschaft. Springer Spektrum.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Video	☑ Online Tests
☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Video	☑ Online Tests
☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Video	☑ Online Tests
☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Folien	

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation

Modulcode: DLBWIRWMK

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

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

Modulverantwortliche(r)

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

Kurse im Modul

- Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation (DLBWIRWMK01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Advanced Workbook Studienformat: Fernstudium Advanced Workbook Studienformat: Duales Studium Advanced Workbook Studienformat: myStudium Advanced Workbook Studienformat: Kombistudium Advanced Workbook	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
- Aufbau und Bestandteile guter Forschung
- Literaturrecherche
- Empirische Forschung
- Gestaltung von wissenschaftlichen Arbeiten

Qualifikationsziele des Moduls

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- darzustellen, was Wissenschaft ist und warum diese benötigt wird (auch im praxisorientierten Studium & in der Berufspraxis).
- den wissenschaftlichen Anspruch und die gute wissenschaftliche Praxis zu benennen, diese anzuwenden und im Zuge dessen Alltagswissen von wissenschaftlichem Wissen zu unterscheiden.
- die Grundprinzipien, Techniken und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens darzustellen und anzuwenden.
- Literatur zu finden, zu bewerten, zu dokumentieren und mit dieser gemäß wissenschaftlichen Standards zu arbeiten.
- eigene wissenschaftliche Arbeiten nach den Richtlinien der IU zu planen und umzusetzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden	Alle Bachelor Programme im Bereich Wirtschaft

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten für Wirtschaft, Management und Kommunikation

Kurscode: DLBWIRWMK01

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs lernen die Studierenden die Grundzüge des wissenschaftlichen Arbeitens kennen und anzuwenden. Der routinierte Umgang mit wissenschaftlicher Praxis gehört zu den akademischen Basisqualifikationen, um ein Studium erfolgreich zu bestehen. Die Studierenden werden an grundlegende Prinzipien, Techniken und Instrumente wissenschaftlichen Arbeitens herangeführt und dadurch befähigt, schriftliche und mündliche Arbeiten im Laufe ihres Studiums selbstständig zu bearbeiten. Auch werden sie in die Lage versetzt, ihre Argumentationen quellenbasiert und fundiert zu entwickeln und zu formulieren. Es werden zunächst die allgemeinen Eigenschaften, Anforderungen, Standards und Gütekriterien von Wissenschaft vorgestellt anschließend dabei verschiedene empirische Methoden diskutiert. Anhand konkreter Anwendungsbeispiele und Leitfäden werden die Studierenden bei der eigenständigen wissenschaftlichen Arbeit unterstützt. Sie werden befähigt, die Grundprinzipien, Techniken und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens selbst darzustellen und anzuwenden. Dazu zählt auch, die notwendige Literatur zu finden, zu bewerten, zu dokumentieren und mit dieser, gemäß wissenschaftlicher Standards zu arbeiten. Mithilfe von Best Practices und anschaulichen Erläuterungen werden die Studierenden dabei unterstützt, die verschiedenen Formen wissenschaftlicher Arbeiten im Laufe ihres Studiums stringent anhand einer klaren Fragestellung und entlang eines nachvollziehbaren roten Fadens erfolgreich zu verfassen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- darzustellen, was Wissenschaft ist und warum diese benötigt wird (auch im praxisorientierten Studium & in der Berufspraxis).
- den wissenschaftlichen Anspruch und die gute wissenschaftliche Praxis zu benennen, diese anzuwenden und im Zuge dessen Alltagswissen von wissenschaftlichem Wissen zu unterscheiden.
- die Grundprinzipien, Techniken und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens darzustellen und anzuwenden.
- Literatur zu finden, zu bewerten, zu dokumentieren und mit dieser gemäß wissenschaftlichen Standards zu arbeiten.
- eigene wissenschaftliche Arbeiten nach den Richtlinien der IU zu planen und umzusetzen.

Kursinhalt

1. Was ist Wissenschaft?
   - 1.1 Alltagswissen vs. wissenschaftliches Wissen
   - 1.2 Wie schafft Wissenschaft Wissen?
   - 1.3 Wissenschaftliche Theorien, Modelle und Methoden

2. Wissenschaftliche Standards
   - 2.1 Wissenschaftliche Standards
   - 2.2 Juristische Grundlagen
   - 2.3 Forschungsethik
   - 2.4 Zielsetzung und Anspruch der wissenschaftlichen Arbeit

3. Die wissenschaftliche Arbeit
   - 3.1 Typen wissenschaftlicher Arbeiten
   - 3.2 Themenfindung und wissenschaftliche Fragestellung
   - 3.3 Forschungsfragestellung und Hypothesen
   - 3.4 Elemente/Bestandteile/Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit
   - 3.5 Wissenschaftliches Schreiben
   - 3.6 Argumentieren, diskutieren und kritisch reflektieren

4. Arbeit mit Quellen
   - 4.1 Unterscheidung Primär- und Sekundärquellen
   - 4.2 Quellenarten
   - 4.3 Relevante Quellen finden
   - 4.4 Quellen bewerten und eingrenzen
   - 4.5 Quellen dokumentieren und verwalten

5. Forschungsmethoden
   - 5.1 Quantitative Forschungsmethoden
   - 5.2 Qualitative Forschungsmethoden
   - 5.3 Mixed Methods
   - 5.4 Wahl der Forschungsmethode
   - 5.5 Gütekriterien für quantitative und qualitative Forschung

6. Best Practices und Erfolgsfaktoren
   - 6.1 Positive Beispiele
   - 6.2 Checklisten
   - 6.3 Mündliche Arbeiten

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Döring, N., Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften (5. Aufl.). Springer. ▪ Ebster, C. & Stalzer, L. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler (5. Aufl.). Facultas. ▪ Heidler, P., Krczal, E. & Krczal, A. (2021). Wissenschaftlich Arbeiten für Vielbeschäftigte: ein praktischer Leitfaden mit Beispielen, Anleitungen und Vorlagen. UTB. ▪ Kornmeier, M. (2016). Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation (7. Aufl.). Haupt. ▪ Sandberg, B. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten von Abbildung bis Zitat. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor, Master und Promotion (3. Aufl.). De Gruyter Oldenbourg. ▪ Theisen, M. R. & Theisen, M. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit (17. Aufl.). Vahlen.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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 myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Betriebswirtschaftslehre

Modulcode: BBWL-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Broens (BWL I) / Prof. Dr. Michael Broens (BWL II)

Kurse im Modul

- BWL I (BBWL01-01)
- BWL II (BBWL02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** BWL I • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten BWL II • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

BWL I

- Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre
- Wandel der Anforderungen an Unternehmen
- Systembeziehungen eines Unternehmens
- Wirtschaften als Erkenntnisgegenstand der BWL (ökonomisches Prinzip, Wirtschaftlichkeit, Produktivität, Renditen etc.)
- Unternehmerisches Handeln (Ziele von Unternehmen, Entscheidungsprozess)
- Konstitutive Entscheidungen (Standortwahl und Rechtsformwahl)
- Grundbegriffe der Organisation und organisatorische Ansätze

BWL II

- Wertschöpfungsprozess
- Betriebswirtschaftliche Funktionsbereiche:
  - Beschaffung (Strategische und operative Beschaffung)
  - Produktion (Produktionsfaktoren und Produktionsverfahren)
  - Absatz (Absatz- und Marktbearbeitungsstrategien, Marketing-Instrumente)
- Personalmanagement und -führung (Führungsstile, Management-by-Modelle)

Qualifikationsziele des Moduls

BWL I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl zu verstehen.
- Unternehmensziele zu klassifizieren und zu formulieren.
- die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- ein Dilemma zwischen begrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zzu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.
- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl und Rechtsformwahl von Betrieben zu hinterfragen.
- Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.
- Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.

BWL II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertschöpfungskette zu erkennen.
- kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.
- Beschaffungsaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu bestimmen.
- Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.
- Marketing-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.
- Aufgaben und Ziele des Personalmanagements und der Personalführung zu analysieren und zu planen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

BWL I

Kurscode: BBWL01-01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs BWL I 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,

- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl zu verstehen.
- Unternehmensziele zu klassifizieren und zu formulieren.
- die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- ein Dilemma zwischen begrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zzu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.
- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl und Rechtsformwahl von Betrieben zu hinterfragen.
- Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.
- Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.

Kursinhalt

1. Grundelemente der BWL
   - 1.1 Definition und Bereiche der BWL
   - 1.2 Sektoren der Wirtschaft
   - 1.3 Anforderungen an Unternehmen
   - 1.4 Unternehmen als Systeme
2. Wirtschaften als Erkenntnisgegenstand der BWL
   - 2.1 Der Mensch als Wirtschaftssubjekt
   - 2.2 Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage
   - 2.3 Prinzipien und Ziele wirtschaftlichen Handelns

3. Unternehmerisches Handeln
   - 3.1 Unternehmensziele
   - 3.2 Entscheidungsprozess

4. Konstitutive Entscheidungen
   - 4.1 Standort
   - 4.2 Rechtsformen am Beispiel Deutschlands

5. Organisation
   - 5.1 Begriffsdefinitionen und organisatorische Elemente
   - 5.2 Organisatorische Strukturmodelle

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Balderjahn, I./Specht, G. (2020): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Ebert, R. J./Griffin, R. W. (2017): Business Essentials. 11. Auflage, Pearson Higher Education, Boston.
- Kieser, A./Walgenbach, P. (2010): Organisation. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Needle, D. (2019): Business in context: an introduction to business and its environment. 9. Auflage,Cengage Learning, Andover.
- Thommen, J-P. et al. (2020): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung ausmanagementorientierter Sicht. 9. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, P. (2021): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Wöhe, G. et al. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen,München.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
86,5 h	9 h	4,5 h	0 h	0 h	100 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	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

BWL II

Kurscode: BBWL02-01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs BWL II baut auf den mit dem Kurs BWL I gesetzten Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auf. Er vermittelt den Studierenden einen vertiefenden Einblick in den güterwirtschaftlichen Leistungsprozess, wobei Aspekte der betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen Beschaffung, Produktion, Absatz sowie Personalmanagement und -führung behandelt werden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Detailwissen, um darauf aufbauend Kurse zu betriebswirtschaftlichen Spezialfragen sowie Funktions- und Branchenvertiefungen zu studieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertschöpfungskette zu erkennen.
- kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.
- Beschaffungsaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu bestimmen.
- Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.
- Marketing-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.
- Aufgaben und Ziele des Personalmanagements und der Personalführung zu analysieren und zu planen.

Kursinhalt

1. Der betriebliche Wertschöpfungsprozess
   - 1.1 Betriebliche Prozesse und Wertschöpfung
   - 1.2 Wertschöpfungskette
2. Beschaffung
   - 2.1 Operative Beschaffung
   - 2.2 Strategische Beschaffung
   - 2.3 Lagerhaltung
3. Produktion
   - 3.1 Grundlagen der Produktionswirtschaft

3.2 Produktionsverfahren und Kundenintegration

4. Absatz
   - 4.1 Absatz- und Marktbearbeitungsstrategien
   - 4.2 Marketinginstrumente

5. Personalmanagement und -führung
   - 5.1 Personalmanagement
   - 5.2 Personalführung und Motivation
   - 5.3 Wissensmanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Balderjahn, I./Specht, G. (2020): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Bozarth, C. C./Handfield, R. B. (2019): Introduction to Operations and Supply Chain Management. 5. Auflage, Pearson, Boston.
- Ebert, R. J./Griffin, R. W. (2017): Business Essentials. 11. Auflage, Pearson Higher Education, Boston.
- Hoffmann, J./Roock, S. (2018): Agile Unternehmen. dpunkt.Verlag, Heidelberg.
- Needle, D. (2019): Business in context: an introduction to business and its environment. 9. Auflage, Cengage Learning, Andover.
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, P. (2021): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Wöhe, G. et al. (2016): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. 15. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
43,25 h	4,5 h	2,25 h	0 h	0 h	50 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 myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Ökonomie und Sport

Modulcode: DLBSMOKM

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Nicolas Heidtke (Ökonomie und Sport)

Kurse im Modul

- Ökonomie und Sport (DLBSMOKM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Kombistudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: Duales myStudium Klausur oder Advanced Workbook Studienformat: myStudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in die Volkwirtschaftslehre
- Sportökonomie: Eine volkswirtschaftliche Perspektive
- Besonderheiten der Produktion sportlicher Leistungen aus ökonomischer Sicht
- Ökonomische Besonderheiten von Teamsportligen
- Ökonomie des Arbeitsmarktes im Sport
- Sport und Staat

Qualifikationsziele des Moduls

Ökonomie und Sport

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen ökonomischen Zusammenhänge zu verstehen und auf praktische Beispiele zu übertragen.
- die Rolle des Staates und die Bedeutung des Sports aus ökonomischer Sicht zu bewerten.
- selbständig eigene volkswirtschaftliche Fragestellungen des Sports zu erläutern und wissenschaftlich fundiert darzulegen.
- interdisziplinare Fragestellungen des Sports in den Kontext der Ökonomie zu stellen und die wesentlichen Auswirkungen des Handelns auf den Sport zu übertragen.
- die Besonderheiten des Sports aus ökonomischer Sichtweise zu verstehen und adäquate Lösungsansätze zu erarbeiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sport & Fitness	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Ökonomie und Sport

Kurscode: DLBSMOKM01

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

Beschreibung des Kurses

Während Sportmanagement vornehmlich die betriebswirtschaftlichen Aspekte des Sports adressiert, wird den Studierenden in diesem Kurs die sportökonomische Perspektive nähergebracht, um die volkswirtschaftlichen Aspekte des Sports verstehen zu lernen. Das grundlegende Verständnis der ökonomischen Prinzipien und deren Bedeutung für den Sport sind elementar, um Handlungsempfehlungen für Fragestellungen aus dem Sportmanagement zu generieren. Das besondere Augenmerk liegt auf den ökonomischen Besonderheiten des Sports und der Akteur:innen. Dabei spielt die Produktion sportlicher Leistungen aus ökonomischer Sicht eine wesentliche Rolle. Darüber hinaus werden die Besonderheiten von Teamsportligen näher betrachtet. Neben diesen wesentlichen Bausteinen gehören auch die Themen des Arbeitsmarktes und die Bedeutung des Staates zum ökonomischen Gesamtkonstrukt des Sports.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen ökonomischen Zusammenhänge zu verstehen und auf praktische Beispiele zu übertragen.
- die Rolle des Staates und die Bedeutung des Sports aus ökonomischer Sicht zu bewerten.
- selbständig eigene volkswirtschaftliche Fragestellungen des Sports zu erläutern und wissenschaftlich fundiert darzulegen.
- interdisziplinare Fragestellungen des Sports in den Kontext der Ökonomie zu stellen und die wesentlichen Auswirkungen des Handelns auf den Sport zu übertragen.
- die Besonderheiten des Sports aus ökonomischer Sichtweise zu verstehen und adäquate Lösungsansätze zu erarbeiten.

Kursinhalt

1. Einführung in die Volkswirtschaftslehre
   - 1.1 Grundannahmen des Wirtschaftens und Wirtschaftssysteme
   - 1.2 Marktformen und Marktverhalten
   - 1.3 Marktversagen
2. Sportökonomie: Eine volkswirtschaftliche Perspektive
   - 2.1 Begriffsdefinition und Gegenstand der Sportökonomie
   - 2.2 Ökonomische Besonderheiten und Akteure des Sports

2.3 Markttheoretische sowie institutionenökonomische Grundlagen

3. Besonderheiten der Produktion sportlicher Leistungen aus ökonomischer Sicht
   - 3.1 Sportlicher Wettkampf aus ökonomischer Sicht
   - 3.2 Das Problem der Potenzialausschöpfung
   - 3.3 Potenzialstruktur als Unsicherheitsfaktor

4. Ökonomische Besonderheiten von Teamsportligen
   - 4.1 Zweistufige Produktionsstruktur im Teamsport
   - 4.2 Charakteristika attraktiver Meisterschaftsrennen im Teamsport
   - 4.3 Einbindung in ein hierarchisches Ligasystem
   - 4.4 Die Frage der Zusammenarbeit der Clubs zur Organisation einer Liga

5. Ökonomie des Arbeitsmarktes im Sport
   - 5.1 Grundlagen des Arbeitsmarktes im Sport aus ökonomischer Sicht
   - 5.2 Regulierungen auf dem Arbeitsmarkt für Sportlerinnen und Sportler
   - 5.3 Ökonomische Effekte ausgewählter Szenarien auf den Arbeitsmarkt

6. Sport und Staat
   - 6.1 Sportpolitik: Die Rolle staatlicher Institutionen im Breiten- und Profisport
   - 6.2 Sportgroßveranstaltungen als staatliche Aushängeschilder
   - 6.3 Doping als externer Effekt

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Daumann, F. (2015). Grundlagen der Sportökonomie (2. Aufl.). UVK.
- Mankiw, N. G. & Taylor, M. P. (2018). Grundzüge der Volkswirtschaftslehre (7. Aufl.). Schäffer-Poeschel.
- Nowak, G. (2019). Angewandte Sportökonomie des 21. Jahrhunderts: Wesentliche Aspekte des Sportmanagements aus Expertensicht. Springer Gabler.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Video	☑ Online Tests
☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Video	☑ Musterklausur
☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Video	☑ Musterklausur
☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Investition und Finanzierung

Modulcode: DLBLOFUI-02

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jessica Hastenteufel (Investition und Finanzierung)

Kurse im Modul

- Investition und Finanzierung (DLBLOFUI01-02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Duales Studium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Duales myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Finanzwirtschaftliche Grundlagen
- Statische Verfahren der Investitionsrechnung
- Dynamische Verfahren
- Finanzierungsarten
- Kapitalstruktur

Qualifikationsziele des Moduls

Investition und Finanzierung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fundamentalen Grundlagen der Finanzwirtschaft zu erläutern.
- zu verstehen wie und warum Investition und Finanzierung zusammenhängen.
- die statischen Verfahren der Investitionsrechnung zu beschreiben, anzuwenden und kritisch zu reflektieren.
- die klassischen dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung zu beschreiben, anzuwenden und kritisch zu reflektieren.
- Finanzierungsarten zu systematisieren.
- ausgewählte Arten der Eigen-, Fremd- und Mezzaninefinanzierung zu verstehen und zu beschreiben.
- die Bedeutung der Kapitalstruktur für Finanzierungsentscheidungen zu verstehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern	Alle Bachelor Programme im Bereich Wirtschaft

Investition und Finanzierung

Kurscode: DLBLOFUI01-02

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

Beschreibung des Kurses

Investition und Finanzierung sind als Bestandteile der Finanzwirtschaft untrennbar miteinander verbunden. Um ein klares Verständnis für finanzwirtschaftliche Sachverhalte zu schaffen, werden daher in diesem Modul zunächst die finanzwirtschaftlichen Grundlagen und in diesem Kontext auch der Zusammenhang von Investition und Finanzierung erläutert. Basierend darauf werden die statischen sowie die klassischen dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung vorgestellt, mit deren Hilfe Investitionsvorhaben auf ihre Vorteilhaftigkeit hin überprüft werden können, um so eine Investitionsentscheidung herbeizuführen. Dabei werden die einzelnen Verfahren detailliert vorgestellt und anhand von Beispielen verdeutlicht. Da zur Durchführung einer Investition stets finanzielle Mittel erforderlich sind, werden darauf aufbauend unterschiedliche Finanzierungsinstrumente – unterteilt nach der Rechtsstellung der Kapitalgeber in Eigen-, Fremd- und Mezzaninefinanzierung – vorgestellt und anhand von Beispielen erläutert. In diesem Kontext wird zudem auf die Kapitalstruktur und die Steuerung dieser mithilfe von Kennzahlen eingegangen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fundamentalen Grundlagen der Finanzwirtschaft zu erläutern.
- zu verstehen wie und warum Investition und Finanzierung zusammenhängen.
- die statischen Verfahren der Investitionsrechnung zu beschreiben, anzuwenden und kritisch zu reflektieren.
- die klassischen dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung zu beschreiben, anzuwenden und kritisch zu reflektieren.
- Finanzierungsarten zu systematisieren.
- ausgewählte Arten der Eigen-, Fremd- und Mezzaninefinanzierung zu verstehen und zu beschreiben.
- die Bedeutung der Kapitalstruktur für Finanzierungsentscheidungen zu verstehen.

Kursinhalt

1. Finanzwirtschaftliche Grundlagen
   - 1.1 Grundlagen der Finanzwirtschaft
   - 1.2 Grundprinzipien der Finanzwirtschaft
   - 1.3 Bestandteile der Finanzwirtschaft

2. Statische Verfahren der Investitionsrechnung
   - 2.1 Gemeinsamkeiten und Prämissen der statischen Verfahren
   - 2.2 Kostenvergleichsrechnung
   - 2.3 Gewinnvergleichsrechnung
   - 2.4 Rentabilitätsvergleichsrechnung
   - 2.5 Statische Amortisationsdauerrechnung

3. Klassische dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
   - 3.1 Gemeinsamkeiten und Prämissen der klassischen dynamischen Verfahren
   - 3.2 Kapitalwertmethode
   - 3.3 Annuitätenmethode
   - 3.4 Interne Zinsfußmethode
   - 3.5 Dynamische Amortisationsdauerrechnung

4. Ausgewählte Arten der Unternehmensfinanzierung
   - 4.1 Systematisierungsansätze von Finanzierungsarten
   - 4.2 Eigenfinanzierung
   - 4.3 Fremdfinanzierung
   - 4.4 Mezzaninefinanzierung

5. Kapitalstruktur
   - 5.1 Einführender Überblick
   - 5.2 Kapitalstruktur nach Finanzierungsregeln
   - 5.3 Kapitalstruktur nach dem Leverage-Effekt

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, H. P., & Peppmaier, A. (2022). Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft (9. Aufl.). SpringerGabler.
- Bieg, H., Kußmaul, H., & Waschbusch, G. (2016). Investition (3. Aufl.). Vahlen.
- Bieg, H., Kußmaul, H., & Waschbusch, G. (2023). Finanzierung (4. Aufl.). Vahlen.
- Bieg, H., Kußmaul, H., & Waschbusch, G. (2017). Finanzierung in Übungen (4. Aufl.). Vahlen.
- Bieg, H., Kußmaul, H., & Waschbusch, G. (2021). Investition in Übungen (4. Aufl.). Vahlen.
- Kruschwitz, L. (2019). Investitionsrechnung (15. Aufl.). De Gruyter Oldenbourg.
- Olfert, K. (2019). Investition (14. Aufl.). Kiehl.
- Perridon, L., Steiner, M., & Rathgeber, A. (2022). Finanzwirtschaft der Unternehmung (18. Aufl.). Vahlen.Wöhe, G., et al. (2013). Grundzüge der Unternehmensfinanzierung (11. Aufl.). Vahlen.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

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

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

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

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Projekt: Sportmärkte

Modulcode: DLBSMPSM

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Projekt: Sportmärkte)

Kurse im Modul

- Projekt: Sportmärkte (DLBSMPSM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: myStudium Portfolio Studienformat: Duales myStudium Portfolio Studienformat: Fernstudium Portfolio Studienformat: Kombistudium Portfolio	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Die Studierenden setzen sich in diesem Kurs mit den Entwicklungen auf den Sportmärkten auseinander. Sie beschäftigen sich mit Fragestellungen aus der fachlichen Praxis und erörtern geeignete Maßnahmen zur Abgrenzung unterschiedlicher Sportmärkte.

Qualifikationsziele des Moduls

Projekt: Sportmärkte

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unterschiedlichen Sportmärkte zu differenzieren.
- die Märkte im Sport sportartspezifisch zu analysieren.
- die gegenwärtigen nationalen und internationalen Sportmärkte zu erkennen und zu differenzieren.
- die B2C- von den B2B-Märkten zu unterscheiden sowie die jeweiligen Herausforderungen zu erkennen.
- Praxisbeispiele aus unterschiedlichen Sportmärkten mit aktuellen Marktdaten zu recherchieren und aufzuzeigen.
- relevante Best-Practice-Beispiele im Kontext erfolgreicher Sportmarktteilnehmende herauszuarbeiten.
- 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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sport & Fitness	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Projekt: Sportmärkte

Kurscode: DLBSMPSM01

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

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs behandelt die Vielseitigkeit des Sports in all seinen wirtschaftlichen und absatzgerichteten Facetten. Der Sportmarkt kann in sehr vielschichtige Bereiche gegliedert und differenziert werden. Es können grenzübergreifende Marktbedingungen, zum Beispiel im Kontext von Megaevents wie den Olympischen Spielen, genauso wie regionale und teils sportartspezifische Gegebenheiten des Marktes, analysiert werden.Speziell im dualen Fernstudium: Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unterschiedlichen Sportmärkte zu differenzieren.
- die Märkte im Sport sportartspezifisch zu analysieren.
- die gegenwärtigen nationalen und internationalen Sportmärkte zu erkennen und zu differenzieren.
- die B2C- von den B2B-Märkten zu unterscheiden sowie die jeweiligen Herausforderungen zu erkennen.
- Praxisbeispiele aus unterschiedlichen Sportmärkten mit aktuellen Marktdaten zu recherchieren und aufzuzeigen.
- relevante Best-Practice-Beispiele im Kontext erfolgreicher Sportmarktteilnehmende herauszuarbeiten.
- 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

- Für die Studierenden geht es in diesem Kurs um die Auseinandersetzung mit den Entwicklungen auf den Sportmärkten. Sie beschäftigen sich mit Fragestellungen aus der fachlichen Praxis und erörtern geeignete Maßnahmen zur Abgrenzung unterschiedlicher Sportmärkte, zum Beispiel:
- Markt für Sportartikel,

- Sportwettenmarkt,
- Sportmedienmarkt,
- Markt für Sportevents,
- Ticketing und Hospitality,
- Markt für Merchandising,
- E-Sport-Markt,
- Fußball-, Handball-, Volleyball-, Basketball-, Eishockey-Markt usw.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Galli, A., Elter, V.-C., Gömmel, R., Holzhäuser, W. & Straub, W. (Hg.) (2013). Sportmanagement. Franz Vahlen.
- Fink, N. (2020). Strategische Entwicklung von Sportvereinen. Wie Vereine nachhaltig zu starken Marken werden: Analyse, Planung, Umsetzung, Controlling. Springer Gabler.
- Herrmann, K. (2020). Sportwetten – Im Spannungsfeld zwischen Illusion, Risiko und Rationalität [Dissertation, Universität des Saarlandes]. Universitätsverlag des Saarlandes.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
0 h	0 h	30 h	0 h	120 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

2. Semester

Marketing

Modulcode: BMAR-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Carmen Horn (Marketing I) / Prof. Dr. Carmen Horn (Marketing II)

Kurse im Modul

- Marketing I (BMAR01-01)
- Marketing II (BMAR02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Marketing I • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten Marketing II • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Marketing I

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

Marketing II

- Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung
- Marketingbotschaft
- Kaufentscheidungsmodelle
- Marktforschung und Segmentierung
- Kundenzufriedenheit

Qualifikationsziele des Moduls

Marketing I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Zusammenhänge im Marketingmix zu erkennen.
- Grundbegriffe und Grundlagen im Marketing zu skizzieren.
- die Begriffe Markenmanagement und Positionierung zu erläutern.
- die Marketing-Instrumente (4 Ps) zu unterscheiden.

Marketing II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Konsumentenverhaltens zu verstehen.
- das Thema Kundensegmentierung differenziert zu betrachten.
- den Kaufentscheidungsprozess und die Einflussfaktoren auf diesen Prozess zu skizzieren.
- die Wichtigkeit der Kundenzufriedenheit sowie der Kundenbindung zu erfassen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb	Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Marketing I

Kurscode: BMAR01-01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die grundlegenden Konzepte und Begriffe des operativen Marketings zu vermitteln. Sie erhalten einen Einblick in die unterschiedlichen Ansätze des Marketings im Unternehmen und werden vertraut mit dem Management von Produkten und Marken sowie mit dem Begriff der Positionierung im Markt. Der Kurs vermittelt den Studierenden das Grundwerkzeug des Marketings anhand des Marketingmix. Im Detail wird auf die vier Elemente des Marketingmix eingegangen, also die Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Distributionspolitik. Die Zusammenhänge und das Zusammenspiel der einzelnen Elemente wird durch Beispiele aus der Praxis verdeutlicht. Die Studierenden lernen, dass der Erfolg eines Produkts von einer konsistenten und konsequenten Umsetzung der einzelnen Elemente im operativen Marketing abhängt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Zusammenhänge im Marketingmix zu erkennen.
- Grundbegriffe und Grundlagen im Marketing zu skizzieren.
- die Begriffe Markenmanagement und Positionierung zu erläutern.
- die Marketing-Instrumente (4 Ps) zu unterscheiden.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Marketings
   - 1.1 Begriffe des Marketings
   - 1.2 Markenführung, Positionierung und Wettbewerbsstrategien
   - 1.3 Marketingmanagement
2. Produktpolitik
   - 2.1 Begriffe der Produktpolitik
   - 2.2 Gestaltungsfelder der Produktpolitik
   - 2.3 Innovationsmanagement
3. Kommunikationspolitik
   - 3.1 Integrierte Marketingkommunikation.
   - 3.2 Kommunikationsinstrumente

4. Preispolitik
   - 4.1 Die Stellung der Preispolitik im Marketing
   - 4.2 Preispolitische Strategien
   - 4.3 Preisbestimmung und Konditionierung

5. Distributionspolitik
   - 5.1 Grundlagen der Distributionspolitik
   - 5.2 Vertikale Gestaltung des Vertriebssystems
   - 5.3 Horizontale Gestaltung des Vertriebssystems

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bruhn, M. (2022): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis. 15. Auflage. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kotler, P./Armstrong, G./Opresnik, M. O. (2021): Principles of Marketing. 18. Auflage, Pearson, Boston.
- Walsh, G./Deseniss, A./Kilian, T. (2020): Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies. 3. Auflage. Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
86,5 h	9 h	4,5 h	0 h	0 h	100 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	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Marketing II

Kurscode: BMAR02-01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist es, ein tieferes Verständnis für das Verhalten der unterschiedlichen Konsumenten zu wecken. Die Studierenden lernen die Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung kennen. Der Kurs geht auf verschiedene Kaufentscheidungsmodelle ein und untersucht die Faktoren der Konditionierung, Lernen und Emotionen, welche Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen. Auch hier dienen Beispiele dazu, die Verbindung zwischen Theorie und Praxis herzustellen.Das Thema Segmentierung des Marktes wird im Zusammenhang mit der Marktforschung detailliert beleuchtet. Hier werden die Studierenden mit den wichtigsten Instrumenten und Methoden vertraut. Ein weiterer wichtiger Themenbereich des Marketings ist die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung, welche eng miteinander verbunden sind. Hier werden Kundenerwartungen und verschiedene Maßnahmen zur Kundenbindung vorgestellt und vertieft.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Konsumentenverhaltens zu verstehen.
- das Thema Kundensegmentierung differenziert zu betrachten.
- den Kaufentscheidungsprozess und die Einflussfaktoren auf diesen Prozess zu skizzieren.
- die Wichtigkeit der Kundenzufriedenheit sowie der Kundenbindung zu erfassen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Konsumentenverhaltenforschung
   - 1.1 Relevanz und Begriffe der Konsumentenverhaltensforschung
   - 1.2 Private und professionelle Konsumenten
   - 1.3 Theoretische Grundlagen
2. Konsumenten und die Marketingbotschaft
   - 2.1 Aktivierende Prozesse
   - 2.2 Kognitive Prozesse
   - 2.3 Moderatoren aus der Umwelt
3. Kaufentscheidungsmodelle
   - 3.1 Der Kaufentscheidungsprozess

3.2 Arten von Kaufentscheidungen
3.3 Theorien zur Kaufentscheidungen

4. Marktforschung und Segmentierung
4.1 Relevanz und Begriffe der Marktforschung
4.2 Methoden und Instrumente der Marktforschung
4.3 Methoden der Segmentierung

5. Kudenzufriedenheit
5.1 Relevanz und Begriff der Kundenzufriedenheit
5.2 Kundenbindung
5.3 Beziehungsmarketing

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Boltz, M./Trommsdorff, V. (2022): Konsumentenverhalten. 9. Auflage, Beck, Berlin.
- Homburg, C. (2017): Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 6. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Walsh, G./Deseniss, A./Kilian, T. (2020): Marketing. Eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies. 3. Auflage. Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
43,25 h	4,5 h	2,25 h	0 h	0 h	50 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.

Kollaboratives Arbeiten

Modulcode: DLBKA

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Karin Halbritter (Kollaboratives Arbeiten)

Kurse im Modul

- Kollaboratives Arbeiten (DLBKA01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: myStudium Fachpräsentation Studienformat: Duales myStudium Fachpräsentation Studienformat: Kombistudium Fachpräsentation Studienformat: Fernstudium Fachpräsentation	

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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Kollaboratives Arbeiten

Kurscode: DLBKA01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Eventmanagement I

Modulcode: BWEM1

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Sommer (Eventmanagement I)

Kurse im Modul

- Eventmanagement I (BWEM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Kombistudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Duales myStudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung Eventmanagement
- Eventformate
- Organisationen und Institutionen in der Eventbranche
- Eventplanung
- Finanzmanagement von Events
- Personal Management von Events
- Eventumsetzung
- Risikomanagement und rechtliche Aspekte
- Eventevaluierung

Qualifikationsziele des Moduls

Eventmanagement I

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.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Eventmanagement	Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Eventmanagement I

Kurscode: BWEM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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 Eventbrance 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. Eventevaluirung
   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	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Sportevents

Modulcode: DLBEMLE1

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Sportevents)

Kurse im Modul

- Sportevents (DLBEMLE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: Kombistudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Geschichtlicher Hintergrund von Sportevents
- Grundlagen der Sportindustrie
- Analyse der an Sportevents beteiligten Personen und Organisationen
- Organisatorische Prozesse und Abläufe bei der Planung und Umsetzung von Sportevents
- Grundlagen des Sponsorings
- Sponsoring versus Ambush Marketing bei Sportevents

Qualifikationsziele des Moduls

Sportevents

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklung von Sportevents im Laufe der Geschichte und Bedeutung von Sportevents in der Gesellschaft zu beurteilen.
- die Hauptakteure, die an der Organisation von internationalen Sportevents beteiligt sind, zu benennen.
- die Aufgaben sowie die Bedeutung von Verbänden bei der Organisation von internationalen Sportevents zu erläutern.
- die Herausforderungen, die zukünftig an internationale Sportevents gestellt werden, darzustellen.
- die aktuelle Rolle von Sponsoren bei Sportevents zu erklären und den Begriff Sponsorship Management zu definieren.
- die Formen des Sponsorings und die damit verbundenen Sponsoringrechte zu erläutern.
- den Planungsprozess zur Entwicklung eines erfolgreichen Sponsorings sowie zur Implementierung desselben in seinen Einzelschritten darzustellen.
- den Begriff Ambush Marketing zu erklären und dieses „Kommunikationsphänomen“ kritisch zu analysieren und zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Eventmanagement	Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Sportevents

Kurscode: DLBEMLE01

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

Beschreibung des Kurses

Seit Jahrtausenden spielen Sportevents in der Geschichte der Menschheit eine wichtige Rolle im gesellschaftlichen Leben. Verfolgten diese Wettkämpfe zunächst das Ziel, sich auf den Kampf oder die Jagd vorzubereiten, so entwickelte sich der sportliche Wettkampf im Laufe der Zeit auch immer mehr zum Event mit gesellschaftlicher und kultureller Bedeutung. Seit der medialen Verbreitung via Radio und TV im 20. Jahrhundert werden Sportevents immer populärer. Heutzutage spielen internationale Sportevents sowohl im Amateur- als auch im Profisport eine der bedeutendsten Rollen in der Eventindustrie.Der Kurs vermittelt den Studierenden ein fundiertes wissenschaftliches Verständnis der Merkmale des Sportmanagements und entwickelt einen sozialwissenschaftlichen Ansatz für die Analyse der Entwicklung der Sportindustrie. Dabei konzentriert sich der Kurs auf das Wachstum und die Besonderheiten des Sports, seine Abhängigkeit von spezifischen sozio-historischen, wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Faktoren. Der Kurs ermöglicht den Studierenden, die Herausforderungen, Praktiken und Strukturen des Sports und die sich wandelnden sozioökonomischen Umgebungen, kulturellen Ressourcen und politischen Interessen zu erkennen. Zudem erfahren sie, wie sich diese auf die Welt des Sports (Management) auswirken. Eine Erforschung der politischen Ökonomie des Sports und der globalen Sport-Netzwerke ist ein weiteres wichtiges Thema dieses Kurses.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklung von Sportevents im Laufe der Geschichte und Bedeutung von Sportevents in der Gesellschaft zu beurteilen.
- die Hauptakteure, die an der Organisation von internationalen Sportevents beteiligt sind, zu benennen.
- die Aufgaben sowie die Bedeutung von Verbänden bei der Organisation von internationalen Sportevents zu erläutern.
- die Herausforderungen, die zukünftig an internationale Sportevents gestellt werden, darzustellen.
- die aktuelle Rolle von Sponsoren bei Sportevents zu erklären und den Begriff Sponsorship Management zu definieren.
- die Formen des Sponsorings und die damit verbundenen Sponsoringrechte zu erläutern.
- den Planungsprozess zur Entwicklung eines erfolgreichen Sponsorings sowie zur Implementierung desselben in seinen Einzelschritten darzustellen.
- den Begriff Ambush Marketing zu erklären und dieses „Kommunikationsphänomen“ kritisch zu analysieren und zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Sportevents: Grundlagen
   - 1.1 Geschichte und Entwicklung von Sportevents
   - 1.2 Bedeutung von Sportevents in der Gesellschaft – Kult und Rituale
   - 1.3 Sportveranstaltung vs. Sportevent: Der Event-Begriff

2. Sportevents im nationalen und internationalen Kontext
   - 2.1 Globale Organisationen und Mega-Sportevents
   - 2.2 Nationale und internationale Sportevents
   - 2.3 Spezielle Sportevents

3. Sportevents als Mega-Events
   - 3.1 Grundlagen von Mega-Sportevents
   - 3.2 Die Olympischen Spiele der Neuzeit – Ein zentraler Meilenstein internationaler Sportevents
   - 3.3 Effekte von Mega-Events

4. Sportevents und Kommunikation
   - 4.1 Kommunikation und Massenmedien
   - 4.2 Klassische Medien bei Sportevents
   - 4.3 Digitale Medien bei Sportevents
   - 4.4 Die Bedeutung der Kommunikation bei Sportevents

5. Sport-Event-Sponsoring
   - 5.1 Grundlagen des Sportsponsorings
   - 5.2 Formen des Sponsorings bei Sportevents
   - 5.3 Auswahlkriterien für ein Sponsorship bei einer Sportveranstaltung
   - 5.4 Imagetransfer durch Sportevents

6. Sportevents als Marketinginstrument
   - 6.1 Ambush Marketing
   - 6.2 Side-Events im Sport
   - 6.3 Erlebnischarakter von Sportevents

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Behringer, W. (2012): Kulturgeschichte des Sports. Vom antiken Olympia bis zur Gegenwart. Beck, München.
- Bruhn, M. (2010): Sponsoring. Systematische Planung und integrativer Einsatz. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Galli, A. (Hrsg.) (2012): Sportmanagement. Rechnungswesen und Finanzierung, Lizenzmangement und Marketing, Recht und Steuern, Unternehmens- und Vereinsführung. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Giulianotti, R. (1999): Football. Sociology of the Global Game. Polity Press, Cambridge.
- Hebbel-Seeger, A./Förster, J. (Hrsg.) (2008): Eventmanagement und Marketing im Sport. Emotionale Erlebnisse und kommerzieller Erfolg. ESV, Berlin.
- Horne, J./Manzenreiter, W. (Hrsg.) (2006): Sports Mega-Events. Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon. Blackwell Publishing, Oxford.
- Horne, J./Tomlinson, A./Whannel, G. (1999): Understanding Sport. An introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport. Routledge, London.
- Houlihan, B. (Hrsg.) (2003): Sport and Society. A Student Introduction. SAGE Publications, London.
- Nufer, G./ Bühler, A. (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur. Konzepte - Fallbeispiele – Trends. ESV, Berlin.
- Schmid, U. (2006): Event-Management im Spitzen-Wettkampfsport. Entwicklungen, Ziele und Organisationsprinzipien. Verlag Dr. Kovac, Hamburg.
- Senn, A. (1999): Power, Politics and the Olympic Games. Human Kinetics, Champaign (Ill.).
- Sleap, M. (1998): Social Issues in Sport. Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Event Partner
- Events
- European Sport Management Quarterly
- International Journal of Sport Management
- Sciamus – Sport und Management
- Sport Management Review

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessi-ons/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Digital Skills

Modulcode: DLBDS-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Bernhard Wecke (Digital Skills)

Kurse im Modul

- Digital Skills (DLBDS01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Advanced Workbook Studienformat: Kombistudium Advanced Workbook Studienformat: Fernstudium Advanced Workbook Studienformat: myStudium Advanced Workbook	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Digitale Transformation und Digitale Kommunikation
- Methoden für digitales, agiles und kollaboratives Arbeiten
- Social Media und Mobile
- Digital im Unternehmen: Ausgewählte Szenarien
- Ausgewählte Technologien
- Trends und Ausblick

Qualifikationsziele des Moduls

Digital Skills

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das erworbene Grundlagenwissen anzuwenden und einzuordnen.
- methodisches Wissen zur Steuerung und Begleitung von digitalen Prozessen anzuwenden.
- das erworbene tiefere Verständnis von digitalen Technologien in der Praxis anzuwenden.
- das Digitale ganzheitlich einzuordnen und Schnittstellen innovativ auszugestalten.
- die erlernten Digital Skills 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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Digital Skills

Kurscode: DLBDS01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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 – Digital Skills – entwickelt, mit der Digitalisierung in verschiedenen (beruflichen) Kontexten umgehen zu können. Grundlegend werden Aspekten der digitalen Transformation und digitalen Kommunikation erörtert und dargestellt, wie sich Wirtschaft, Gesellschaft und Kommunikation verändert haben und verändern. Das betrifft unter anderem die Arbeit und Zusammenarbeit. Methoden wie Design Thinking, Tools wie Slack oder Content-Management-Systeme wie WordPress haben interdisziplinäre Relevanz. Social Media und Mobile sind fester Bestandteil des Alltags, prägen die (Medien-)Sozialisation und das digitale Marketing. Unter dem Aspekt „Digital im Unternehmen" werden ausgewählte Szenarien betrachtet, wie zum Beispiel Digital HR oder Digital und Sozial. Ein grundlegendes Verständnis für digitale Technologien wie Cloud Computing oder Big Data ist essenziell, um digitale Prozesse begleiten und Steuern sowie Trends wie Quantencomputing beurteilen zu können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das erworbene Grundlagenwissen anzuwenden und einzuordnen.
- methodisches Wissen zur Steuerung und Begleitung von digitalen Prozessen anzuwenden.
- das erworbene tiefere Verständnis von digitalen Technologien in der Praxis anzuwenden.
- das Digitale ganzheitlich einzuordnen und Schnittstellen innovativ auszugestalten.
- die erlernten Digital Skills 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
   - 1.1 Grundlagen, Ursachen, Folgen
   - 1.2 Infrastruktur und Technologien
   - 1.3 Auswirkungen für Wirtschaft und Gesellschaft

- 1.4 Konzepte

2. Digitale Kommunikation
   - 2.1 Grundlagen
   - 2.2 Der Onlinekommunikationsprozess
   - 2.3 Kommunikationstools
   - 2.4 Bot-Kommunikation
   - 2.5 Text vs. Voice

3. Methoden für digitale Arbeit
   - 3.1 Agile Methoden: Agile Grundlagen, SCRUM, Kanban
   - 3.2 Design Thinking
   - 3.3 Game Thinking
   - 3.4 Lean Start-up und Lean Management

4. Verteiltes und kollaboratives Arbeiten
   - 4.1 Grundlagen
   - 4.2 Tools und Systeme
   - 4.3 (Green) Web Design und Content-Management-Systeme
   - 4.4 Präsentationstechniken

5. Social Media und Mobile
   - 5.1 Social Media und Social-Media-Marketing
   - 5.2 Social-Media-Kanäle
   - 5.3 Responsive Design und Mobile Websites
   - 5.4 Apps und Messenger
   - 5.5 QR-Codes und Location-Based Services
   - 5.6 Mobile First und Mobile Only

6. Ausgewählte Technologien
   - 6.1 Cloud Computing
   - 6.2 Big Data/Data Analytics
   - 6.3 KI/Machine Learning
   - 6.4 Internet of Things
   - 6.5 APIs
   - 6.6 Smart Services
   - 6.7 Robotics
   - 6.8 Blockchain

6.9 Virtual und Augmented Reality
6.10 3-D/4-D-Druck

7. Digital im Unternehmen: Ausgewählte Szenarien
   7.1 Digital Business
   7.2 Digital Marketing
   7.3 Digital Design
   7.4 Digital HR
   7.5 Digital und Sozial

8. Trends und Ausblick
   8.1 Erwerb und Ausbau der Kompetenzen für das digitale Zeitalter
   8.2 Trends und Ausblick für die digitale Kommunikation, Social Media und Mobile
   8.3 Trends und Ausblick für verteiltes und kollaboratives Arbeiten
   8.4 Trends und Ausblick für ausgewählte Technologien

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Appelfeller, W./Feldmann, C. (2018). Die digitale Transformation des Unternehmens. Systematischer Leitfaden mit zehn Elementen zur Strukturierung und Reifegradmessung. Berlin Springer Gabler.
- Bauer, M. J./Müßle, T. (2020). Psychologie der digitalen Kommunikation. Utzverlag München.
- Bosch, U./Hentschel, S./Kramer, S. (2018). Digital Offroad. Erfolgsstrategien für die digitale Transformation. Haufe Lexware Verlag München.
- Hofert, S. (2018). Das agile Mindset. Mitarbeiter entwickeln, Zukunft der Arbeit gestalten. Springer Gabler Wiesbaden.
- Kreutzer, R.T. (2021). Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte –Instrumente –Checklisten (4.Auflage). Springer Gabler Wiesbaden.
- Specht, P. (2018). Die 50 wichtigsten Themen der Digitalisierung. Künstliche Intelligenz, Blockchain, Robotik, Virtual Reality und vieles mehr verständlich erklärt. Redline München.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Projekt: Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive

Modulcode: DLBCCPNKP

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Susanne O´Gorman (Projekt: Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive)

Kurse im Modul

- Projekt: Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive (DLBCCPNKP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Projektpräsentation Studienformat: Fernstudium Projektpräsentation Studienformat: myStudium Projektpräsentation	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

In diesem Modul erarbeiten die Studierenden eigenständig theoretisches Wissen zum Thema Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive und wenden es praktisch an. Nachhaltigkeit ist in der breiten Masse angekommen und hat auch einen deutlichen Einfluss auf Kaufprozesse. Nachhaltige Aspekte sind Konsument:innen weltweit zunehmend wichtig und zwar angefangen bei der Produktion bis hin zur Vermarktung von Produkten. Gleichzeitig unterscheiden sich Konsument:innen stark in Bezug auf ihre Bedürfnisse und Motive, nachhaltig zu agieren. Damit Organisationen und Marken sich in diesem Umfeld erfolgreich positionieren können, ist ein detailliertes Wissen über die Erwartungen und Ansprüche von Konsument:innen in Bezug auf Nachhaltigkeit entscheidend. Die wichtigsten Theorien und Instrumente für ein besseres Verständnis über Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive stehen daher in diesem Kurs im Fokus.

Qualifikationsziele des Moduls

Projekt: Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Zusammenhänge von Nachhaltigkeit und Konsum einzuordnen.
- den Consumer Need Nachhaltigkeit greifbar zu machen und für strategische Maßnahmen zu nutzen.
- Nachhaltigkeit entlang der unternehmensspezifischen Customer Journey zu integrieren.
- die Wirkung von Medien und Kommunikation im Nachhaltigkeitsmanagement einzuschätzen und Kanäle entsprechend zu selektieren.
- Nachhaltigkeit als Segmentierungskriterium zur Differenzierung von Zielgruppen anzuwenden.
- die Wirkung von Nachhaltigkeitsaktivitäten entlang der Customer Journey zu überprüfen.
- 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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Marketing & Vertrieb	Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Projekt: Nachhaltigkeit aus Konsumentenperspektive

Kurscode: DLBCCPNKP01

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

Beschreibung des Kurses

Nachhaltigkeit ist einer der elementarsten gesellschaftlichen Trends unserer Zeit und prägt auch das Konsumentenverhalten maßgeblich. Für Unternehmen zahlt sich ein nachhaltiges Handeln auch aus ökonomischer Sicht aus. Doch bevor Unternehmen ihre Strategien und Aktivitäten neugestalten oder anpassen, lohnt sich ein genauerer Blick auf das Thema Nachhaltigkeit.
Denn das Bedürfnis, nachhaltig zu konsumieren, variiert enorm. Nach Ländern, Alter, Geschlecht, Bildungsstand und weiteren zielgruppenspezifischen Faktoren sowie der Produktkategorie und Branche, in der sich ein Unternehmen bewegt. Für Unternehmen ergeben sich grundlegende Fragstellungen, wie Produkte und Marken als Nachhaltigkeits-Agenten gestaltet und positioniert werden sollten. Mit dem Kurs erlernen die Studierenden daher neben Grundlagen des nachhaltigen Konsums auch verschiedene Einflussfaktoren, um Konsument:innen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsbedürfnisse zu differenzieren. So wird beispielsweise eigenständig erarbeitet wie Zielgruppen auf Basis von Nachhaltigkeitsaspekten segmentiert werden können. Die Studierenden werden verstehen, dass Nachhaltigkeit ein zentraler Erfolgsfaktor der Konsumentenpolitik geworden ist, da nachhaltiger Konsum besonders positive Emotionen, Erlebnissen und Erfahrungen hervorrufen kann. Speziell im dualen Fernstudium:Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Zusammenhänge von Nachhaltigkeit und Konsum einzuordnen.
- den Consumer Need Nachhaltigkeit greifbar zu machen und für strategische Maßnahmen zu nutzen.
- Nachhaltigkeit entlang der unternehmensspezifischen Customer Journey zu integrieren.
- die Wirkung von Medien und Kommunikation im Nachhaltigkeitsmanagement einzuschätzen und Kanäle entsprechend zu selektieren.
- Nachhaltigkeit als Segmentierungskriterium zur Differenzierung von Zielgruppen anzuwenden.
- die Wirkung von Nachhaltigkeitsaktivitäten entlang der Customer Journey zu überprüfen.
- 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

- Das gesellschaftliche Bewusstsein zu nachhaltigem Wirtschaften und Zusammenleben steigt und nachhaltig hergestellte Produkte und Marken werden in Kaufentscheidungsprozessen für viele Konsument:innen immer wichtiger. Das gezielte Management von Nachhaltigkeit ist daher für Unternehmen und Marken besonders relevant geworden und geht weit über das Thema Klimaschutz und Umweltschonung hinaus. Konsument:innen interessieren sich zunehmend auch für soziale und wirtschaftliche Aspekte wie Arbeitsbedingungen, oder Menschenrechte, die hinter Unternehmen und deren Produkte und Marken stehen. Die Studierenden gewinnen in dem eigens durchgeführten Projekt einen umfassenden Überblick zu dem Thema Nachhaltigkeit und Konsum. Von der Definition von Nachhaltigkeitsmotiven und -bedürfnissen, über eine nachhaltige Consumer Journey bis hin zur Analyse von Nachhaltigkeitsaktivitäten bei Kaufentscheidungsprozessen. Ein zentraler Bestandteil des Kurses ist die praktische Umsetzung eines Nachhaltigkeits-Projekts in Bezug auf einen Kaufentscheidungsprozess. Dabei kann es sich um z.B. die Definition einer nachhaltigen Consumer-Journey-Analyse, eine Bewertung verschiedener Nachhaltigkeitsstrategien für das Unternehmen, die Differenzierung von Konsument:innen auf Basis von Nachhaltigkeit oder den Einsatz von Medien und Kommunikation im Management von Nachhaltigkeit und Konsum handeln. Unabhängig vom Inhalt selbst muss die Arbeit im Kontext von konsumentenpolitischen und nachhaltigen Strategien betrachtet und durchgeführt werden. Neben der praktischen Umsetzung eines nachhaltigen Konsumenten-Projekts sollen die Studierenden ihre Arbeit selbst reflektieren, die Potenziale und Grenzen von bestehenden Ansätzen kritisch beleuchten und den Erfolg der Arbeit durch klar definierte Ziele beschreiben.

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Lorenz, S. (2022). Licht und Schatten der Wahlfreiheit: Minimalismus und nachhaltiger Konsum in der sozial-ökologischen Transformation. In: H. Derwanz (Ed.), Minimalismus - Ein Reader (pp. 57-68). transcript Verlag., Bielefeld. ▪ Schäfer, M., Rückert-John, J., & Jaeger-Erben, M. (2017). Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum [electronic resource] : Wissenschaftliche Perspektiven, Strategien der Förderung und gelebte Praxis. Springer Fachmedien, Wiesbaden. ▪ Wellbrock, W. & Ludin, D. (2021). Nachhaltiger Konsum: Best Practices aus Wissenschaft, Unternehmenspraxis, Gesellschaft, Verwaltung und Politik: Vol. 1. Aufl. 2021. Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
0 h	0 h	30 h	0 h	120 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
☑ Course Feed
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

3. Semester

Digitales Sportmarketing

Modulcode: DLBSMDISP

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Nicolas Heidtke (Digitales Sportmarketing)

Kurse im Modul

- Digitales Sportmarketing (DLBSMDISP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Kombistudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Duales myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Digitalisierung des Marketings
- Besonderheiten des Sportmarketings
- Digital Public Relations im Sport
- Digitales Sportsponsoring
- Digitales Brand Management im Sport
- Real Time Marketing im Sport

Qualifikationsziele des Moduls

Digitales Sportmarketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Digitalen Marketings zu erläutern und die Unterschiede zum analogen Marketing zu benennen.
- die Besonderheiten des Sportmarketings zu verstehen und das spezifische Marketinginstrumentarium anzuwenden.
- Konzepte zum digitalen Public Relations im Sportbereich zu entwickeln, zu implementieren und anzuwenden.
- die Besonderheiten des digitalen Sportsponsorings und der digitalen Markenbildung (Branding) im Sport zu verstehen und das dazugehörige Instrumentarium anzuwenden.
- grundlegende Feedback- und Evaluationsergebnisse zu verschiedenen digitalen Marketingaktivitäten im Sportbereich auf Grundlage von Big Data zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Online & Social Media Marketing	Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Digitales Sportmarketing

Kurscode: DLBSMDISP01

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

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs verknüpft die wesentlichen Aspekte des Digitalen Marketings mit den Bedürfnissen der erfolgreichen Sportvermarktung und geht hierbei insbesondere auf die Besonderheiten des Digitalen Marketings und des Sportmarketings im Allgemeinen ein. Hierbei werden zunächst die Erfolgsfaktoren von Internetauftritten sowie verschiedener Social Media-Aktivitäten aufgezeigt und die Möglichkeiten von viralem Marketing über die digitalen Marketingkanäle im Sportbereich beleuchtet sowie die Einsatzmöglichkeiten des Marketinginstrumentariums dargelegt.Der Aufbau einer Marke aus Vereins- und Sportlerperspektive vor dem Hintergrund der digitalen Welt werden ebenso thematisiert wie die Grundlagen zu digitalem Sportsponsoring und die damit verbundenen Herausforderungen. Schließlich wird noch das Instrumentarium des Real Time Marketings vorgestellt, wobei hierbei insbesondere auf die Möglichkeiten eingegangen wird, um mithilfe von Big Data erfolgreiche Evaluation- und Feedbackprozesse im Rahmen des Digitalen Sportmarketings anzustoßen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Digitalen Marketings zu erläutern und die Unterschiede zum analogen Marketing zu benennen.
- die Besonderheiten des Sportmarketings zu verstehen und das spezifische Marketinginstrumentarium anzuwenden.
- Konzepte zum digitalen Public Relations im Sportbereich zu entwickeln, zu implementieren und anzuwenden.
- die Besonderheiten des digitalen Sportsponsorings und der digitalen Markenbildung (Branding) im Sport zu verstehen und das dazugehörige Instrumentarium anzuwenden.
- grundlegende Feedback- und Evaluationsergebnisse zu verschiedenen digitalen Marketingaktivitäten im Sportbereich auf Grundlage von Big Data zu analysieren.

Kursinhalt

1. Digitalisierung des Marketings
   - 1.1 Begriffsdefinition
   - 1.2 Gegenstand des Digitalen Marketings
   - 1.3 Instrumente des Digitalen Marketings
2. Besonderheiten des Sportmarketings

2.1 Im Spannungsfeld zwischen sportlichem Wettbewerb und Kommerz
2.2 Zielgruppensegmentierung
2.3 Zielgruppenspezifisches Marketing

3. Digital Public Relations im Sport
3.1 Internetauftritt von Verein und Sportler
3.2 Einsatz von Social-Media-Kanälen im Sport
3.3 Virales Marketing im Sport

4. Digitales Sportsponsoring und Digitales Brand Management
4.1 Sportsponsoring im digitalen Zeitalter
4.2 Verein und Sportler als Marke im Netz

5. Realtime-Marketing im Sport
5.1 Big Data im Marketing
5.2 Realtime-Marketing im Sport

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Adjouri, N./Stastny, P. (2015): Sport-Branding. Mit Sport-Sponsoring zum Markenerfolg. 2. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Blakey, P. (2011): Sport Marketing. Learning Matters, Exceter.
- Busch, O. (Hrsg.) (2014): Realtime Advertising. Digitales Marketing in Echtzeit. Strategien, Konzepte und Perspektiven. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hermanns, A./Riedmüller, F. (2011): Management-Handbuch Sport-Marketing. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Johnsen, M. (2016): Digitales Marketing. Werden Sie zum Marktführer. CreateSpace, North Charleston (SC).
- Mullin, B. J./ Hardy, S./Sutton, W. A. (2014): Sport Marketing. 4. Auflage, Human Kinetics, Champaign.
- Nufer, G./Bühler, A. (Hrsg.) (2013): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing. 3. Auflage, ESV, Berlin.
- Theobald, E. (Hrsg.) (2017): Brand Evolution. Moderne Markenführung im digitalen Zeitalter. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen

Modulcode: DLBIHK

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jürgen-Matthias Seeler (Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen)

Kurse im Modul

- Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen (DLBIHK01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Studienformat: Duales myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Studienformat: Kombistudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- 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

Qualifikationsziele des Moduls

Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen

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.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen

Kurscode: DLBIHK01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Personalwesen

Modulcode: BPER-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Katharina Rehfeld (Personalwesen I) / Prof. Dr. Katharina Rehfeld (Personalwesen II)

Kurse im Modul

- Personalwesen I (BPER01-01)
- Personalwesen II (BPER02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Personalwesen I • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten Personalwesen II • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Personalwesen I

- Grundlagen des Personalwesens
- Arbeitsrechtliche Grundlagen
- Personalplanung
- Personalbeschaffung und -auswahl
- Personalentlohnung

Personalwesen II

- Personalentwicklung
- Personalführung
- Personalfreisetzung
- Personalcontrolling
- Personalorganisation

Qualifikationsziele des Moduls

Personalwesen I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Begrifflichkeiten des Personalwesens zu kennen.
- die Ziele des Personalmanagements darzulegen und den Funktionsbereich zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen abzugrenzen.
- die wichtigsten arbeitsrechtlichen Grundlagen im Sinne des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts anzuwenden.
- die Personalplanung, ihre Bedeutung und ihr Instrumentarium in Grundzügen zu verstehen.
- die Grundidee des Personalmarketings und Employer Brandings zu erklären.
- interne und externe Wege der Personalbeschaffung zu kennen und diese im Hinblick auf ihre Effektivität und Effizienz zu bewerten.
- Instrumente der Personalauswahl darzustellen und zu beurteilen.
- den Prozess der Einführung neuer Mitarbeiter zu kennen.
- alternative Möglichkeiten der Personalentlohnung aufzuzeigen.

Personalwesen II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Personalentwicklung zu kennen und deren Methoden und Instrumente auf konkrete Entwicklungsbedarfe hin anzuwenden.
- die Bedeutung und den Prozess der Personalführung und Mitarbeitermotivation im Sinne der direkten Interaktion zwischen Mitarbeitern und Führungskräften zu verstehen.
- verschiedene Führungstheorien und Führungsstile darzustellen und voneinander zu differenzieren.
- alternative Wege der Personalfreisetzung zu erklären und im Hinblick auf die Vor- und Nachteile zu beurteilen.
- um die Bedeutung und das Kerninstrumentarium des Personalcontrollings zu wissen.
- die wichtigsten Anforderungen interner und externer Stakeholder an die Organisation des Personalwesens zu kennen und zu verstehen.
- alternative Wege der Strukturierung des Personalwesens darzulegen, zu analysieren und zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Personalwesen	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Personalwesen I

Kurscode: BPER01-01

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

Beschreibung des Kurses

Unabhängig von Unternehmensgröße und Branche kommt dem Personal eines Unternehmens vor dem Hintergrund des demographischen Wandels eine immer größere und zum Teil sogar existenzielle Rolle zu. Die Personalarbeit im Unternehmen, welche in der heutigen Zeit meist als das Human Resource Management bezeichnet wird, stellt daher einen überaus wichtigen Funktionsbereich dar. Der vorliegende Kurs ist eine Einführung in das Personalmanagement und thematisiert wichtige Kernprozesse dieser Funktion. Aufbauend auf den begrifflichen Grundlagen und der generellen Einordnung und Abgrenzung des Personalmanagements in Lektion 1 werden in Lektion 2 die arbeitsrechtlichen Grundlagen abgebildet. Weiterhin werden in Lektion 3, 4 und 5 die grundlegenden Prozesse, Konzepte und Instrumente der Personalplanung, der Personalbeschaffung und -auswahl sowie der Personalentlohnung dargestellt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Begrifflichkeiten des Personalwesens zu kennen.
- die Ziele des Personalmanagements darzulegen und den Funktionsbereich zu anderen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen abzugrenzen.
- die wichtigsten arbeitsrechtlichen Grundlagen im Sinne des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts anzuwenden.
- die Personalplanung, ihre Bedeutung und ihr Instrumentarium in Grundzügen zu verstehen.
- die Grundidee des Personalmarketings und Employer Brandings zu erklären.
- interne und externe Wege der Personalbeschaffung zu kennen und diese im Hinblick auf ihre Effektivität und Effizienz zu bewerten.
- Instrumente der Personalauswahl darzustellen und zu beurteilen.
- den Prozess der Einführung neuer Mitarbeiter zu kennen.
- alternative Möglichkeiten der Personalentlohnung aufzuzeigen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Personalwesens
   - 1.1 Begriff und Bedeutung des Personalwesens
   - 1.2 Ziele und Aufgabenfelder des Personalwesens
   - 1.3 Rahmenbedingungen des Personalwesens
2. Arbeitsrechtsrechtliche Grundlagen

2.1 Grundbegriffe des Arbeitsrechts
2.2 Individualarbeitsrecht
2.3 Kollektivarbeitsrecht

3. Personalplanung
3.1 Begriff und Bedeutung der Personalplanung
3.2 Quantitative Personalbedarfsermittlung
3.3 Qualitative Personalbedarfsermittlung
3.4 Zeitliche und räumliche Personalbedarfsermittlung

4. Personalbeschaffung und -auswahl
4.1 Personalmarketing und Employer Branding
4.2 Interne und externe Personalbeschaffung
4.3 Verfahren der Personalauswahl (Bewerbungsunterlagen, Interviews, Testverfahren, Assessment Center)
4.4 Einführung von neuen Mitarbeitern

5. Personalentlohnung
5.1 Klassische Vergütungsmodelle
5.2 Moderne Vergütungsmodelle
5.3 Mitarbeiterbeteiligungsmodelle

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berthel, J./Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Bröckermann, R. (2016): Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management. 7. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Holtbrügge, D. (2015): Personalmanagement. 6. Auflage, Springer Verlag, Wiesbaden.
- Huber, A. (2010): Personalmanagement. Vahlen, München.
- Jung, H. (2010): Personalwirtschaft. 9. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, München.
- Oechsler, W. A. (2011): Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen. 9. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2015): Personalwirtschaft. 16. Aufl., NWB Verlag, Ludwigshafen.
- Scherm, E./Süß, S. (2016): Personalmanagement. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Scholz, Christian (2014): Grundzüge des Personalmanagements. 2. Aufl., Vahlen, München.
- Schreyögg, G./ Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 6. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Personalwesen II

Kurscode: BPER02-01

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden relevante Themen des Personalwesens aufbauend auf Kurs 1 vertieft. Dazu wird in der ersten Lektion zunächst die Personalentwicklung thematisiert, die wichtigsten Methoden und Instrumente derselben sowie die überaus bedeutsame Erfolgskontrolle der Personalentwicklung dargestellt. Darauf folgt die Personalführung in Lektion 2, bei der es vordergründig um die direkte Interaktion zwischen Mitarbeitern und Führungskräften geht. Die Personalfreisetzung gehört zu den klassischen personalwirtschaftlichen Aufgabenfeldern und hierbei wird zwischen der internen und externen Freisetzung unterschieden. Das Personalcontrolling ist Kern der Lektion 4 und zielt auf die betriebswirtschaftliche Perspektive des Personalwesens ab. Es wird vermittelt, mit Hilfe welcher Instrumente, Ansätze und Kennzahlen die personalwirtschaftliche Basisarbeit geplant, unterstützt und in Bezug auf ihre Wirtschaftlichkeit kontrolliert werden kann. Der Kurs schließt mit den Grundlagen der Personalorganisation. Es wird aufgezeigt, wie der Funktionsbereich organisiert und strukturiert werden kann, um die Anforderungen der internen und externen Kunden bestmöglich zu erfüllen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Personalentwicklung zu kennen und deren Methoden und Instrumente auf konkrete Entwicklungsbedarfe hin anzuwenden.
- die Bedeutung und den Prozess der Personalführung und Mitarbeitermotivation im Sinne der direkten Interaktion zwischen Mitarbeitern und Führungskräften zu verstehen.
- verschiedene Führungstheorien und Führungsstile darzustellen und voneinander zu differenzieren.
- alternative Wege der Personalfreisetzung zu erklären und im Hinblick auf die Vor- und Nachteile zu beurteilen.
- um die Bedeutung und das Kerninstrumentarium des Personalcontrollings zu wissen.
- die wichtigsten Anforderungen interner und externer Stakeholder an die Organisation des Personalwesens zu kennen und zu verstehen.
- alternative Wege der Strukturierung des Personalwesens darzulegen, zu analysieren und zu bewerten.

Kursinhalt

1. Personalentwicklung
   - 1.1 Begriff, Bedeutung und Ziele der Personalentwicklung

- 1.2 Methoden und Instrumente der Personalentwicklung
- 1.3 Erfolgskontrolle der Personalentwicklung

2. Personalführung
   - 2.1 Begriff, Merkmale und Beteiligte der Führung
   - 2.2 Mitarbeitermotivation
   - 2.3 Führungstheorien und Führungsstile

3. Personalfreisetzung
   - 3.1 Begriff, Ziele und Ursachen von Personalfreisetzung
   - 3.2 Interne und externe Personalfreisetzung
   - 3.3 Abwicklung und Organisation Personalfreisetzung

4. Personalcontrolling
   - 4.1 Begriff, Ziele und Aufgaben des Personalcontrollings
   - 4.2 Ebenen, Methoden und Instrumente
   - 4.3 Grenzen des Personalcontrollings

5. Personalorganisation
   - 5.1 Anforderungen an die Personalorganisation
   - 5.2 Alternative Organisationsformen des Personalbereichs
   - 5.3 Personalmanagementinformationssysteme

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berthel, J./Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Bröckermann, R. (2016): Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management. 7. Aufl., Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Holtbrügge, D. (2015): Personalmanagement. 6. Auflage, Springer Verlag, Wiesbaden.
- Huber, A. (2010): Personalmanagement. Vahlen, München.
- Jung, H. (2010): Personalwirtschaft. 9. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, München.
- Oechsler, W. A. (2011): Personal und Arbeit. Grundlagen des Human Resource Management und der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen. 9. Aufl., De Gruyter Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2015): Personalwirtschaft. 16. Aufl., NWB Verlag, Ludwigshafen.
- Scherm, E./Süß, S. (2016): Personalmanagement. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Scholz, Christian (2014): Grundzüge des Personalmanagements. 2. Aufl., Vahlen, München.
- Schreyögg, G./ Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 6. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Sportpsychologie

Modulcode: DLBSMSPOP

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr.Insa Nixdorf (Sportpsychologie)

Kurse im Modul

- Sportpsychologie (DLBSMSPOP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Kombistudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Strukturen und Prozessen des psychischen Systems
- Personelle Einflussfaktoren
- Situative Einflussfaktoren
- Entwicklung und Lernen
- Sportpsychologie in praktischen Anwendungsfeldern

Qualifikationsziele des Moduls

Sportpsychologie

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Teilgebiete der Sportpsychologie – bestehend aus Psychologie (insbesondere Sozialpsychologie) und Sportwissenschaft – in ihren Grundzügen zu skizzieren.
- den erforderlichen Mehrperspektivenansatz im Rahmen der Sportpsychologie zu verstehen.
- differenziert die Grundlagen der Sportpsychologie in der Praxis anzuwenden.
- analytisch den sportpsychologischen Zustand eines Sportlers grundlegend zu bewerten.
- ein gesamtheitliches sportpsychologisches Betreuungssystem für einen Sportler zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Psychologie	Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Sportpsychologie

Kurscode: DLBSMSPOP01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs stellt eine inhaltliche Brücke zwischen den für Sportmanagement sehr relevanten wissenschaftlichen Teilgebieten der Sportwissenschaften und der Psychologie (insbesondere Sozialpsychologie) her. Hierbei werden sowohl Grundlagen zu den Strukturen und Prozessen des psychischen Systems gelegt als auch personelle (z. B. eigene Persönlichkeit) sowie situative Einflussfaktoren (z. B. Zuschauer) beleuchtet. Diese Einflussfaktoren werden aber nicht nur als statische Größen im Rahmen des Kurses thematisiert, sondern – wie in der Praxis üblich – als dynamische Einflussgrößen, die ständigen Veränderungen im Zeitablauf unterworfen sind und daher sich wiederholende Evaluationsprozesse in Bezug auf ihren Einfluss erfordern. Schließlich sollen die erlangten theoretischen Kenntnisse in praktischen Problemstellungen bei der Problemlösung Anwendung finden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Teilgebiete der Sportpsychologie – bestehend aus Psychologie (insbesondere Sozialpsychologie) und Sportwissenschaft – in ihren Grundzügen zu skizzieren.
- den erforderlichen Mehrperspektivenansatz im Rahmen der Sportpsychologie zu verstehen.
- differenziert die Grundlagen der Sportpsychologie in der Praxis anzuwenden.
- analytisch den sportpsychologischen Zustand eines Sportlers grundlegend zu bewerten.
- ein gesamtheitliches sportpsychologisches Betreuungssystem für einen Sportler zu entwickeln.

Kursinhalt

1. Strukturen und Prozesse des psychischen Systems
   - 1.1 Kognition
   - 1.2 Emotionen und Stress
   - 1.3 Motivation und Volition
2. Personelle Einflussfaktoren
   - 2.1 Persönlichkeit
   - 2.2 Das Selbstkonzept
3. Situative Einflussfaktoren

3.1 Gruppe und Team
3.2 Trainer-Athleten-Interaktion
3.3 Zuschauer

4. Personale Veränderungen
4.1 Entwicklung
4.2 Lernen

5. Sportpsychologische Diagnostik
5.1 Verfahren, Grundprinzipien und Methoden

6. Sportpsychologie in der praktischen Anwendung
6.1 Sportpsychologische Anwendungsfelder
6.2 Sportpsychologische Interventionen
6.3 Kompetenzen und Rollenverständnis des Sportpsychologen

7. Meilensteine in der Sportkarriere
7.1 Karriere im Leistungssport

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Alfermann, D./Stoll, O. (2017): Sportpsychologie. Ein Lehrbuch in 12 Lektionen. 5. Auflage, Meyer & Meyer, Aachen.
- Aronson, E./Wilson, T./Akert, R. (2014): Sozialpsychologie. 8. Auflage, Pearson Studium, Hallbergmoos.
- Baumann, S. (2015): Psychologie im Sport. 6. Auflage, Meyer & Meyer, Aachen.
- Brand, R. (2010): Sportpsychologie. VS Verlag, Wiesbaden.
- Hänsel, F. et al. (2016): Sportpsychologie. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Karageorghis, C./Terry, P. (2011): Inside Sport Psychology. Human Kinetics, Champaign.
- Kogler, A. (2006): Die Kunst der Höchstleistung. Sportpsychologie, Coaching, Selbstmanagement. Springer, Wien/New York.
- Stoll, O./Pfeffer, I./Alfermann, D. (Hrsg.) (2010): Lehrbuch Sportpsychologie. Huber, Bern.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Video	☑ Online Tests
☑ Audio	
☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Sportrecht

Modulcode: DLBSMSPOR

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

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

Modulverantwortliche(r)

Christina Bellmann-Nguessan (Sportrecht)

Kurse im Modul

- Sportrecht (DLBSMSPOR01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Duales myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Kombistudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Sportrechts
- Die Wechselwirkungen zwischen Sport und Staat
- Institutionen und organisatorischer Aufbau des Sports
- Besonderheiten des Arbeitsrechts im Sport
- Haftungsfragen im Sport
- Strafbarkeit im Sport
- Vermarktungsrechte im Sport
- Steuerrechtliche Besonderheiten im Sport

Qualifikationsziele des Moduls

Sportrecht

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle des Staates im Sportbereich zu verstehen.
- Organisationsstrukturen im Sport nachzuvollziehen.
- arbeitsrechtliche und haftungsrechtliche Problemstellungen im Sport zu analysieren und zu bewerten.
- strafrechtliche Aspekte im Sport zu identifizieren und zu bewerten.
- Lösungsansätze zu rechtlichen Fragen im Rahmen der Vermarktung und dem Sponsoring zu bewerten.
- steuerrechtliche Besonderheiten im Sport zu identifizieren und zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Recht	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sportrecht

Kurscode: DLBSMSPOR01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs widmet sich der Vorstellung wesentlicher Rechtsthemen im Sportbereich und stellt zunächst die sportrechtlichen Grundlagen (z. B. Historie der Sportrechtsbesprechung, wesentliche Akteure etc.) in den Mittelpunkt der Betrachtung. Schließlich werden im Folgenden die Beziehungen zwischen Staat und Sport sowie die Organisationsstrukturen des Sports aus rechtlicher Perspektive näher beleuchtet. Arbeits-, haftungs- und strafrechtliche Besonderheiten im Sportrecht werden in diesem Kurs ebenso thematisiert wie wesentliche rechtliche Fragen zu Sportvermarktung, Sponsoring und Steuerbehandlung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle des Staates im Sportbereich zu verstehen.
- Organisationsstrukturen im Sport nachzuvollziehen.
- arbeitsrechtliche und haftungsrechtliche Problemstellungen im Sport zu analysieren und zu bewerten.
- strafrechtliche Aspekte im Sport zu identifizieren und zu bewerten.
- Lösungsansätze zu rechtlichen Fragen im Rahmen der Vermarktung und dem Sponsoring zu bewerten.
- steuerrechtliche Besonderheiten im Sport zu identifizieren und zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Sportrechts
   - 1.1 Geschichte der Sportrechtsprechung
   - 1.2 Relevante Akteure
   - 1.3 Übergeordnete Rechtsgrundlagen
   - 1.4 Staatliches und verbandsspezifisches Recht
2. Sport und Staat
   - 2.1 Staatliche Interessen und Pflichten
   - 2.2 Sportverwaltung und Sportpolitik
   - 2.3 Sportförderung
3. Organisation des Sports

- 3.1 Organisationsaufbau des Sports
- 3.2 Die Organisation von Sportvereinen und Sportverbänden
- 3.3 Rechtsschutz und Rechtssicherheit gegenüber Vereins- und Verbandsentscheidungen

4. Arbeitsrecht im Sport
   - 4.1 Rechtsgrundlagen
   - 4.2 Dienstverhältnisse im Sport
   - 4.3 Arbeitnehmerschutz

5. Haftung im Sport
   - 5.1 Haftung von Sportlern und Trainern
   - 5.2 Haftung von Vereinen und Verbänden in ihrer Rolle als Veranstalter
   - 5.3 Haftung von Zuschauern und Fans

6. Strafbarkeit im Sport
   - 6.1 Doping
   - 6.2 Fangewalt
   - 6.3 Wettmanipulation

7. Vermarktungsrecht und Sponsoring
   - 7.1 Vermarktung von Sportrechten
   - 7.2 Rechtseinräumung durch Vertrag
   - 7.3 Vermarktungsbereiche

8. Steuerrecht und Sport
   - 8.1 Steuerrechtliche Behandlung von Sportvereinen und Sportverbänden
   - 8.2 Besonderheiten des Einkommenssteuerrecht bei Sportlern und Trainern

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Adolphsen, J. et al. (Hrsg.) (2011): Sportrecht in der Praxis. Kohlhammer, Stuttgart.
- Anderson, J. (Hrsg.) (2013): Leading Cases in Sports. Asser Press/Springer, Den Haag.
- Fechner, F./Arnhold, J./Brodführer, M. (2014): Sportrecht. Mohr Siebeck, Tübingen.
- Fritzweiler, J. /Pfister, B./Summerer, T. (2014): Praxishandbuch Sportrecht. 3. Auflage, C.H.Beck, München.
- Gutheil, U. (1996): Doping. Die haftungsrechtliche und sportrechtliche Verantwortung von Sportler, Trainer, Arzt und Sportverband. Kovac, Hamburg.
- Haas, U./Martens, D.-R. (2012): Sportrecht – Eine Einführung in die Praxis. Boorberg, München.
- Hilpert, H. (2007): Sportrecht und Sportrechtsprechung im In- und Ausland. De Gruyter, Berlin.
- Senkel, K. (2014): Wirksamkeitschance des „Anti-Doping-Rechts“ – Eine interdisziplinäre Analyse zu den Anforderungen an Dopingbekämpfungsmechanismen und deren Umsetzung. Dissertation Universität des Saarlandes, Saarbrücken.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Projekt: Social Media Kampagne

Modulcode: DLBOMPSMK1

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

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

Modulverantwortliche(r)

Florian Perst (Projekt: Social Media Kampagne)

Kurse im Modul

- Projekt: Social Media Kampagne (DLBOMPSMK01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: myStudium Portfolio Studienformat: Fernstudium Portfolio Studienformat: Duales myStudium Portfolio Studienformat: Kombistudium Portfolio	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

In diesem Kurs transferieren die Studierenden ihre Kenntnisse im Bereich Social Media Marketing in die Praxis. Zu diesem Zweck werden eigenständig Projekte durchgeführt und ihre (Zwischen-)Ergebnisse dokumentiert.

Qualifikationsziele des Moduls

Projekt: Social Media Kampagne

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unterschiedlichen Instrumente des Social Media Marketings und deren spezifische Vor- und Nachteile zu erläutern.
- die Instrumente zum Aufbau eines Social Media-Marketings anzuwenden.
- relevante Praxis- und Best Practice-Beispiele zum Social Media-Marketing zu benennen.
- einen Case praktisch nachzuweisen, sodass sie ein Projekt mit allen Phasen eigenständig bearbeiten, dokumentieren und in ihrem Portfolio präsentieren können.
- 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 Module aus dem Bereich Online & Social Media Marketing

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Projekt: Social Media Kampagne

Kurscode: DLBOMPSMK01

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden in diesem Kurs eine praktische Einführung in das Social Media Marketing erhalten. Hierzu werden die theoretischen Inhalte an einem Beispielprojekt eingeübt und eine Social Media Kampagne mit strategischer Planung und operativer Umsetzung entworfen. Speziell im dualen Fernstudium: Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unterschiedlichen Instrumente des Social Media Marketings und deren spezifische Vor- und Nachteile zu erläutern.
- die Instrumente zum Aufbau eines Social Media-Marketings anzuwenden.
- relevante Praxis- und Best Practice-Beispiele zum Social Media-Marketing zu benennen.
- einen Case praktisch nachzuweisen, sodass sie ein Projekt mit allen Phasen eigenständig bearbeiten, dokumentieren und in ihrem Portfolio präsentieren können.
- 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 werden in diesem Kurs eine praktische Einführung in das Social Media Marketing erhalten. Hierzu werden die theoretischen Inhalte an einem Beispielprojekt eingeübt und eine Social Media Kampagne mit strategischer Planung und operativer Umsetzung entworfen.
- Mögliche Kurs- und Projektinhalte sind:
  - Grundlagen des Social Media-Marketings
  - Social Media Marketing-Ziele und -Strategien
  - Methoden/Instrumente des Social Media-Marketings
  - Praxis-Beispiele und Best-Practice
  - Social Media Marketing Controlling

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Beilharz , F. (2014): Social Media Marketing im B2B- O'Reilly Verlag , Köln. ▪ Kreutzer, R.T. (2014): Praxisorientiertes Online-Marketing. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Kreutzer, R.T./Rumler, A./Wille-Baumkauff, B. (2015): B2B-Online-Marketing und Social Media: Ein Praxisleitfaden. Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Lemmenett, E. (2017): Praxiswissen Online-Marketing, Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR. 6. Auflage, Springer, Wiesbaden. ▪ Weinberg, T. (2015): Social Media Marketing – Strategien für Twitter, Facebook & Co. 4. Auflage, O'Reilly Verlag , Köln.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint		
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint		
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint		
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

4. Semester

Sportfinanzierung und -lizenzierung

Modulcode: DLBSMSFL

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Sportfinanzierung und -lizenzierung)

Kurse im Modul

- Sportfinanzierung und -lizenzierung (DLBSMSFL01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: Kombistudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen
- Finanzierungsformen
- Staatliche Sportförderung
- Regulierung und Kommerzialisierung im professionellen Ligasport
- Lizensierung im professionellen Ligasport

Qualifikationsziele des Moduls

Sportfinanzierung und -lizenzierung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Charakteristika verschiedener Finanzierungsinstrumente zu analysieren und die Relevanz für Sportvereine und Sportverbände einzuschätzen.
- die besonderen Finanzierungsbedürfnisse von Sportvereinen zu erkennen.
- die Bedeutung der staatlichen Sportförderung in Deutschland zu analysieren.
- die ökonomischen Besonderheiten des Sports zu verstehen.
- die Vermarktungsrechte im professionellen Ligasport genau zu verstehen und diese sowohl auf Sportler:innen-, Vereins- und Liga- als auch Verbandsebene anzuwenden.
- die Rahmenbedingungen von Lizenzierungsregularien zu verstehen und diese praxisbezogen anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sport & Fitness	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sportfinanzierung und -lizenzierung

Kurscode: DLBSMSFL01

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

Beschreibung des Kurses

Die Finanzierung des Sports wird anhand der typischen finanzierungstheoretischen Kategorisierung von Innen- und Außenfinanzierung sowie eigen- und fremdkapitalbasierten Finanzierungsformen erörtert. Außerdem werden relevante Finanzierungsinstrumente für Sportvereine und Sportverbände detailliert vorgestellt. Hierbei wird insbesondere auch die Sportförderung in Deutschland gewürdigt. Zudem werden sowohl die Ausgaben- als auch die Einnahmenperspektive beleuchtet, durch z.B. Staat und Sponsoren auf der einen sowie mediale Rechtevermarktung und Werbeeinnahmen auf der anderen Seite. Darüber hinaus widmet sich der Kurs Fragestellungen im Bereich der Lizenzierung und Regulierung des Sports und bezieht Digitalisierung sowie Internationalisierung im Kontext des Titels mit ein.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Charakteristika verschiedener Finanzierungsinstrumente zu analysieren und die Relevanz für Sportvereine und Sportverbände einzuschätzen.
- die besonderen Finanzierungsbedürfnisse von Sportvereinen zu erkennen.
- die Bedeutung der staatlichen Sportförderung in Deutschland zu analysieren.
- die ökonomischen Besonderheiten des Sports zu verstehen.
- die Vermarktungsrechte im professionellen Ligasport genau zu verstehen und diese sowohl auf Sportler:innen-, Vereins- und Liga- als auch Verbandsebene anzuwenden.
- die Rahmenbedingungen von Lizenzierungsregularien zu verstehen und diese praxisbezogen anzuwenden.

Kursinhalt

1. Grundlagen
   - 1.1 Der soziale und wirtschaftliche Stellenwert des Sports in Deutschland
   - 1.2 Bedeutung und Besonderheiten der Sportfinanzierung
   - 1.3 Wichtige Rechtsformen und Strukturen im Sport
2. Finanzierungsformen
   - 2.1 Grundlagen der Finanzierung
   - 2.2 Beispiele der Innenfinanzierung im Sport
   - 2.3 Beispiele der Außenfinanzierung im Sport

2.4 Fremdkapitalfinanzierung

3. Staatliche Sportförderung
   - 3.1 Grundsätze und Gründe staatlicher Sportfinanzierung
   - 3.2 Finanzierung des Sports durch den Bund
   - 3.3 Finanzierung des Sports durch die Länder
   - 3.4 Finanzierung des Sports durch die Kommunen
   - 3.5 Steuerbegünstigung des Sports

4. Regulierung und Kommerzialisierung im professionellen Ligasport
   - 4.1 Ligaorganisation
   - 4.2 Transfermarkt-Regelungen
   - 4.3 Vermarktung und Verteilung im Ligasport

5. Lizensierung im professionellen Ligasport
   - 5.1 Lizensierungsregeln im deutschen Handball
   - 5.2 Lizensierungsregeln im deutschen Fußball
   - 5.3 Die 50+1 Regel und Kapitalgesellschaften
   - 5.4 Regelungen der UEFA

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bezold, T. & Lurk, T. (2016). Fan-Anleihen als Finanzierungsinstrument im Profifußball. Erich Schmidt.
- Dworak, A. (2010). Finanzierung für Fußballunternehmen. Erfolgreiche Wege der Kapitalbeschaffung. Erich Schmidt.
- Galli, A. (2013). Klub-Lizenzierung – DFL. In T. Bezold, L. Thieme, G. Trosien & R. Wadsack (Hg.), Handwörterbuch des Sportmanagements (2. Auflage) (S. 126–129). Peter Lang.
- Müller, C. (2019). Lizenzierungsverfahren und Finanzregulierung im Teamsport. In S. Walzel & V. Römisch (Hrsg.), Teamsport Management. Eine umfassende und interdisziplinäre Betrachtung (S. 301–339). Springer Gabler.
- Walzel, S. (2019). Sportsponsoring – Kommunizieren und finanzieren. In G. Nowak (Hg.), Angewandte Sportökonomie des 21. Jahrhunderts. Wesentliche Aspekte des Sportmanagements aus Expertensicht (S. 241–262). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26968-5.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Buchführung und Bilanzierung

Modulcode: BBUB-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Broens (Buchführung und Bilanzierung I) / Prof. Dr. Michael Broens (Buchführung und Bilanzierung II)

Kurse im Modul

- Buchführung und Bilanzierung I (BBUB01-01)
- Buchführung und Bilanzierung II (BBUB02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Buchführung und Bilanzierung I • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten Buchführung und Bilanzierung II • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Buchführung und Bilanzierung I

- Die Aufgaben und Ziele der Finanzbuchhaltung
- Die Bilanz als Ausgangspunkt der doppelten Buchführung
- Die Buchungen des Warenverkehrs
- Die Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle
- Die Erstellung des Jahresabschlusses

Buchführung und Bilanzierung II

- Basiselemente der Bilanzierung
- Ansatz und Bewertung des Anlagevermögens nach HGB
- Ansatz und Bewertung des Umlaufvermögens nach HGB
- Ansatz und Bewertung des Fremdkapitals nach HGB
- Jahresabschlussanalyse nach HGB

Qualifikationsziele des Moduls

Buchführung und Bilanzierung I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fundamentalen Grundlagen des externen Rechnungswesens zu skizzieren.
- die einschlägigen Fachbegriffe auf dem Gebiet der Bilanzierung zu erläutern.
- den Stellenwert der externen Rechnungslegung im Gesamtunternehmenskontext zu beurteilen.
- die Elemente der Rechnungslegung in der Buchhaltungspraxis zu unterscheiden und anzuwenden.
- Geschäftsvorfälle selbstständig unter Anwendung der Methode der doppelten Buchführung, dazurstellen und zu analysieren.
- selbstständig einfache Jahresabschlüsse zu erstellen.

Buchführung und Bilanzierung II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Positionen der Aktiv- und Passivseite der Bilanz zu erläutern.
- die Grundregeln der Bilanzierung und Bewertung der verschiedenen Positionen der Bilanz zu benennen.
- Transaktionen, welche die genannten Bilanzpositionen betreffen, zu erfassen und selbstständig zu verbuchen.
- die wichtigsten Instrumente der Bilanzanalyse selbstständig zu benennen und anzuwenden.
- die Jahresabschlüsse von verschiedenen Unternehmen zu vergleichen und zu evaluieren.
- selbstständig komplexere Jahresabschlüsse zu erstellen und zu werten.
- basierend auf dem Jahresabschluss den Erfolg eines Unternehmens zu beurteilen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Finanzen & Steuern	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Buchführung und Bilanzierung I

Kurscode: BBUB01-01

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs erhalten die Studierenden einen praxisorientierten Überblick über das externe Rechnungswesen sowie die Grundbegriffe und verrechnungstechnischen Grundlagen der doppelten Buchführung. Es folgen Abschnitte über Bilanzierungsgrundsätze, die Erfassung von Geschäftsvorfällen und die Aufstellung von Finanzberichten. Der Kurs orientiert sich am Handelsgesetzbuch (HGB).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fundamentalen Grundlagen des externen Rechnungswesens zu skizzieren.
- die einschlägigen Fachbegriffe auf dem Gebiet der Bilanzierung zu erläutern.
- den Stellenwert der externen Rechnungslegung im Gesamtunternehmenskontext zu beurteilen.
- die Elemente der Rechnungslegung in der Buchhaltungspraxis zu unterscheiden und anzuwenden.
- Geschäftsvorfälle selbstständig unter Anwendung der Methode der doppelten Buchführung, dazurstellen und zu analysieren.
- selbstständig einfache Jahresabschlüsse zu erstellen.

Kursinhalt

1. Funktionen und Grundsätze des Rechnungswesens
   - 1.1 Begriffe und Funktionen des Rechnungswesens
   - 1.2 Adressaten und Teilgebiete des betrieblichen Rechnungswesens
   - 1.3 Gesetzliche Vorschriften und Rahmenbedingungen
   - 1.4 Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
   - 1.5 Rechengrößen des Rechnungswesens

2. Technik und Organisation der doppelten Buchführung nach HGB
   - 2.1 Inventar und Inventur
   - 2.2 Bilanz
   - 2.3 Gewinn-und Verlust-Rechnung
   - 2.4 Verbuchung von Geschäftsvorfällen

2.5 Organisation der Buchführung

3. Buchungen des Warenverkehrs nach HGB
   - 3.1 Umsatzsteuer
   - 3.2 Sachkonten beim Einkauf und Verkauf
   - 3.3 Lieferanten- und Kundenskonti, Rabatte und Boni

4. Verbuchung ausgewählter Geschäftsvorfälle nach HGB
   - 4.1 Buchungen im Personalbereich
   - 4.2 Buchungen im Anlagevermögen
   - 4.3 Darlehen und Zinsen
   - 4.4 Steuern

5. Erstellung eines Jahresabschlusses nach HGB
   - 5.1 Periodenabgrenzung
   - 5.2 Bestandteile des Jahresabschlusses

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A. G. et al. (2016): Einführung in das Rechnungswesen. Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Eisele, W./Knobloch, A. P. (2011): Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen. 8. Auflage, Vahlen, München.
- Möller, H.P./Hüfner, B./Ketteniß, H. (2012): Buchführung und Finanzberichte. Grundlagen, Anwendung. 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Weber, J./Weißenberger, B. E. (2010): Einführung in das Rechnungswesen. Bilanzierung und Kostenrechnung. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Wöhe, G. (2011): Bilanzierung und Bilanzpolitik. Betriebswirtschaft, Handelsrecht und Steuerrecht. 10. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
86,5 h	9 h	4,5 h	0 h	0 h	100 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Online Tests
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Buchführung und Bilanzierung II

Kurscode: BBUB02-01

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

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs befasst sich – aufbauend auf Grundlagenwissen – mit den wesentlichen Elementen des Jahresabschlusses. Insbesondere werden die einzelnen Bilanzpositionen im Hinblick auf die Bilanzierung dem Grunde nach wie auch in ihrer Erst- und Folgebewertung näher analysiert. Darauffolgend werden Ziele und Methoden der Bilanzanalyse dargestellt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Positionen der Aktiv- und Passivseite der Bilanz zu erläutern.
- die Grundregeln der Bilanzierung und Bewertung der verschiedenen Positionen der Bilanz zu benennen.
- Transaktionen, welche die genannten Bilanzpositionen betreffen, zu erfassen und selbstständig zu verbuchen.
- die wichtigsten Instrumente der Bilanzanalyse selbstständig zu benennen und anzuwenden.
- die Jahresabschlüsse von verschiedenen Unternehmen zu vergleichen und zu evaluieren.
- selbstständig komplexere Jahresabschlüsse zu erstellen und zu werten.
- basierend auf dem Jahresabschluss den Erfolg eines Unternehmens zu beurteilen.

Kursinhalt

1. Grundfragen der Bilanzierung
   - 1.1 Ansatz von Vermögensgegenständen und Schulden
   - 1.2 Ausweis von Vermögensgegenständen und Schulden
   - 1.3 Bewertung von Vermögensgegenständen und Schulden
2. Bilanzierung des Anlagevermögens nach HGB
   - 2.1 Grundsätze der Bilanzierung des Anlagevermögens
   - 2.2 Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens
   - 2.3 Sachanlagevermögen
   - 2.4 Finanzanlagen
3. Bilanzierung des Umlaufvermögens nach HGB
   - 3.1 Grundsätze der Bilanzierung des Umlaufvermögens

3.2 Vorräte
3.3 Forderungen
3.4 Wertpapiere und flüssige Mittel

4. Bilanzierung der Schulden nach HGB
4.1 Grundsätze der Bilanzierung der Schulden
4.2 Bewertung von Verbindlichkeiten und Rückstellungen
4.3 Behandlung des Disagios

5. Jahresabschlussanalyse
5.1 Ziele und Grundlagen der Jahresabschlussanalyse
5.2 Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A. G. et al. (2016): Einführung in das Rechnungswesen. Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart
- Eisele, W./Knobloch, A. P. (2011): Technik des betrieblichen Rechnungswesens. Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen. 8. Auflage, Vahlen, München.
- Möller, H. P./Hüfner, B./Ketteniß, H. (2012): Buchführung und Finanzberichte. Grundlagen, Anwendung. 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Weber, J./Weißenberger, B. E. (2010): Einführung in das Rechnungswesen. Bilanzierung und Kostenrechnung. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Wöhe, G. (2011): Bilanzierung und Bilanzpolitik. Betriebswirtschaft, Handelsrecht und Steuerrecht. 10. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	Kursart
Duales Studium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
43,25 h	4,5 h	2,25 h	0 h	0 h	50 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 myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Buchhaltung und Bilanzierung in Österreich

Modulcode: DLBBUBOE

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

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

Modulverantwortliche(r)

Günter Lichtner (Buchhaltung und Bilanzierung in Österreich)

Kurse im Modul

- Buchhaltung und Bilanzierung in Österreich (DLBBUBOE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Kombistudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Ziele, Funktionen und Adressaten des Rechnungswesens
- Gesetzliche Vorschriften und Rahmenbedingungen
- Instrumente des Jahresabschlusses
- Verbuchung von Geschäftsfällen und Abschlussarbeiten
- Einnahmen- und Ausgabenrechnung
- Sonderfälle des österreichischen Steuerrechts

Qualifikationsziele des Moduls

Buchhaltung und Bilanzierung in Österreich

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fundamentalen Grundlagen des Rechnungswesens zu kennen.
- die Instrumente des Jahresabschlusses zu kennen.
- die gesetzlichen Vorschriften und Rahmenbedingungen gemäß UGB und BAO zu kennen.
- die Zusammenhänge zwischen Bilanz, GuV und Kapitalflussrechnung zu erkennen und zu verstehen.
- einfache Geschäftsfälle selbstständig zu verbuchen, nachzuvollziehen und zu interpretieren.
- einfache Jahresabschlüsse selbstständig zu erstellen und zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Buchhaltung und Bilanzierung in Österreich

Kurscode: DLBBUBOE01

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs erhalten die Studierenden einen praxisorientierten Überblick über das Rechnungswesen sowie die Funktionsweise der Buchhaltung in Österreich. Es folgen Abschnitte über die Instrumente des Jahresabschlusses, die Grundsätze der ordnungsgemäßen Buchhaltung, die Verbuchung von Geschäftsfällen, den Gewinnfreibetrag, die steuerliche Mehr-Weniger-Rechnung sowie der Einnahmen- und Ausgabenrechnung. Der Kurs orientiert sich am UGB und der BAO.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fundamentalen Grundlagen des Rechnungswesens zu kennen.
- die Instrumente des Jahresabschlusses zu kennen.
- die gesetzlichen Vorschriften und Rahmenbedingungen gemäß UGB und BAO zu kennen.
- die Zusammenhänge zwischen Bilanz, GuV und Kapitalflussrechnung zu erkennen und zu verstehen.
- einfache Geschäftsfälle selbstständig zu verbuchen, nachzuvollziehen und zu interpretieren.
- einfache Jahresabschlüsse selbstständig zu erstellen und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Buchhaltung und Rechnungslegung
   - 1.1 Ziele und Funktionen des Rechnungswesens
   - 1.2 Adressaten und Teilgebiete des betrieblichen Rechnungswesens
   - 1.3 Gesetzliche Vorschriften und Rahmenbedingungen
   - 1.4 Grundsätze ordnungsgemäßer Buchhaltung
2. Instrumente des Jahresabschlusses
   - 2.1 Bilanz
   - 2.2 Gewinn- und Verlustrechnung
   - 2.3 Kapitalflussrechnung
   - 2.4 Inventur und Inventar
   - 2.5 Überblick über den Zusammenhang der Instrumente

3. Die doppelte Buchhaltung
   - 3.1 Gewinnermittlungsarten
   - 3.2 Grundlagen und Hilfsmittel der Buchhaltung
   - 3.3 Bücher der doppelten Buchhaltung

4. Buchungen des Warenverkehrs
   - 4.1 Das geteilte Warenkonto
   - 4.2 Grenzüberschreitende Warenbewegungen
   - 4.3 Wareneinsatz
   - 4.4 Kunden- und Lieferantenskonti, Rabatte
   - 4.5 Eigenverbrauch – Privatentnahme

5. Verbuchung ausgewählter Geschäftsfälle
   - 5.1 Verbuchung von An- und Vorauszahlungen
   - 5.2 Verbuchung von Fremdwährungen
   - 5.3 Verbuchung von Steuern und Abgaben
   - 5.4 Verbuchung von Reisekosten
   - 5.5 Verbuchung von Darlehen, Krediten und Zinszahlungen

6. Abschlussbuchungen und Abschreibungen
   - 6.1 Anlagenbewertung
   - 6.2 Bewertung von Verbindlichkeiten und Forderungen
   - 6.3 Rechnungsabgrenzungen
   - 6.4 Rückstellungen
   - 6.5 Besonderheiten bei PKWs und Kombis

7. Die Einnahmen- und Ausgaben-Rechnung
   - 7.1 Grundlagen der Einnahmen- und Ausgaben-Rechnung
   - 7.2 Aufzeichnungen zur Umsatzsteuer

8. Sonderfälle des österreichischen Steuerrechts
   - 8.1 Gewinnfreibetrag
   - 8.2 Die steuerliche Mehr-Weniger-Rechnung

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Auer K. V. (2005): Buchhaltung – Bilanzierung – Analyse. Linde Verlag, Wien. ▪ Auer K.V. (2006): Jahresabschluss. ▪ Doralt W. (2016): Kodex des österreichischen Rechts. Steuergesetz 2016/2017. Linde Verlag, Wien. ▪ Geirhofer S., Hebrank C. (2016): Grundlagen Buchhaltung und Bilanzmanagement. Linde Verlag, Wien.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Digitale Business-Modelle

Modulcode: DLBLODB-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Hajck Karapetjan (Digitale Business-Modelle)

Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLBLODB01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
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	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen und Begriffswelt digitaler Geschäftsmodelle
- Trends und Technologien digitaler Geschäftsmodelle
- Werkzeuge, Frameworks und Muster digitaler Geschäftsmodelle
- Digitale Plattform-Geschäftsmodelle
- Design und Management digitaler Geschäftsmodelle

Qualifikationsziele des Moduls

Digitale Business-Modelle

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.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management	Alle Bachelor Programme im Bereich Wirtschaft

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	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Kosten- und Leistungsrechnung

Modulcode: BKLR-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michael Broens (Kosten- und Leistungsrechnung I) / Prof. Dr. Michael Broens (Kosten- und Leistungsrechnung II)

Kurse im Modul

- Kosten- und Leistungsrechnung I (BKLR01-01)
- Kosten- und Leistungsrechnung II (BKLR02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung**
	Kosten- und Leistungsrechnung I • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten Kosten- und Leistungsrechnung II • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 45 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 45 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Kosten- und Leistungsrechnung I

- Einführung in das betriebliche Rechnungswesen
- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung

Kosten- und Leistungsrechnung II

- Teilkostenrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung
- Prozesskostenrechnung
- Plankostenrechnung
- Weitere Instrumente der Kostenrechnung

Qualifikationsziele des Moduls

Kosten- und Leistungsrechnung I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kosten- und Leistungsrechnung im betrieblichen Rechnungswesen einzuordnen.
- die verschiedenen Kosten- und Leistungs- bzw. Erlösbegriffe zu unterscheiden.
- die Grundbegriffe der Kostentheorie zu formulieren und anzuwenden.
- die Kostenarten zu unterscheiden und aufzuschlüsseln.
- eine Kostenstellenrechnung aufzubauen und durchzuführen.
- eine geeignete Methode der Kostenträgerrechnung auszuwählen und anzuwenden.

Kosten- und Leistungsrechnung II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kritik an der Vollkostenrechnung nachzuvollziehen.
- die grundlegenden Elemente der Teilkostenrechnung zu beschreiben.
- eine Deckungsbeitragsrechnung zur Entscheidungsoptimierung anzuwenden.
- eine Prozesskostenrechnung zu konzipieren und zu implementieren.
- eine Plankostenrechnung zu strukturieren und durchzuführen.
- neuere Instrumente der Kostenrechnung aufzuzählen und zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Planung & Controlling	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Kosten- und Leistungsrechnung I

Kurscode: BKLR01-01

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

Beschreibung des Kurses

Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) ist wesentlicher Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens und dient – im Gegensatz zum externen Rechnungswesen – vornehmlich der unternehmerischen Selbstinformation. Dafür wird das Geschehen im Unternehmen und der betriebliche Kombinationsprozess zahlenmäßig abgebildet, um somit beispielsweise eine Wirtschaftlichkeit oder den kalkulatorischen Erfolg ermitteln zu können. Die KLR ist damit unverzichtbarer Bestandteil einer wirtschaftlich sinnvollen Entscheidungsfindung in Unternehmen.Der Kurs Kosten- und Leistungsrechnung I dient der Einführung in das Thema. Zu Beginn des Kurses wird die KLR zunächst im Kontext des betrieblichen Rechnungswesens eingeordnet um folgend die Aufgaben, Systeme und den Aufbau der KLR näher zu erläutern. Im nächsten Schritt werden die Grundlagen der Kostenbegriffe, Kostentheorie und Kostenverrechnung beschrieben, um die theoretische Basis abzurunden. Darauf aufbauend werden die drei wesentlichen Bestandteile der KLR unter Betrachtung von Vollkosten aufgezeigt. Zunächst werden die Kosten in der Kostenartenrechnung erfasst und systematisiert. Sodann werden die Kosten verursachungsgerecht im Rahmen der Kostenstellenrechnung auf die entsprechenden Betriebsteile verteilt. Im letzten Schritt werden die Kosten durch die Kostenstellenträgerrechnung einem Kostenträger (z. B. einem Unternehmensprodukt auf Zeit- oder Mengenbasis) zugeordnet um damit beispielsweise eine Verkaufspreiskalkulation durchführen zu können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kosten- und Leistungsrechnung im betrieblichen Rechnungswesen einzuordnen.
- die verschiedenen Kosten- und Leistungs- bzw. Erlösbegriffe zu unterscheiden.
- die Grundbegriffe der Kostentheorie zu formulieren und anzuwenden.
- die Kostenarten zu unterscheiden und aufzuschlüsseln.
- eine Kostenstellenrechnung aufzubauen und durchzuführen.
- eine geeignete Methode der Kostenträgerrechnung auszuwählen und anzuwenden.

Kursinhalt

1. Einführung in das betriebliche Rechnungswesen
   - 1.1 Überblick: Notwendigkeit und Einordnung des betrieblichen Rechnungswesens
   - 1.2 Gliederung des betrieblichen Rechnungswesens
2. Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung

2.1 Der Kosten- und Leistungsbegriff
2.2 Grundlagen der Kostentheorie
2.3 Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
2.4 Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung auf Vollkostenbasis

3. Kostenartenrechnung
3.1 Aufgabe und Gegenstand der Kostenartenrechnung
3.2 Vorgehen der Kostenartenrechnung
3.3 Erfassung und Bewertung von Materialkosten
3.4 Erfassung und Bewertung von Personalkosten, Dienstleistungskosten und Abgaben
3.5 Erfassung und Bewertung von kalkulatorischen Kosten

4. Kostenstellenrechnung
4.1 Aufgaben und Vorgehen der Kostenstellenrechnung
4.2 Verteilung der primären Gemeinkosten
4.3 Innerbetriebliche Leistungsverrechnung
4.4 Bildung von Gemeinkostensätzen
4.5 Kostenkontrolle

5. Kostenträgerrechnung
5.1 Aufgaben und Arten der Kostenträgerrechnung
5.2 Kostenträgerstückrechnung I: Divisionskalkulation
5.3 Kostenträgerstückrechnung II: Äquivalenzziffernverfahren
5.4 Kostenträgerstückrechnung III: Zuschlagskalkulation
5.5 Kostenträgerzeitrechnung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. W. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 11. Auflage, NWB, Herne.
- Jórasz, W. (2009): Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Olfert, K. (2018): Kostenrechnung. 18. Auflage, NWB, Herne.
- Plinke, W. et al. (2015): Industrielle Kostenrechnung. 8. Auflage, Springer Vieweg, Berlin/Heidelberg.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
86,5 h	9 h	4,5 h	0 h	0 h	100 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	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Online Tests
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
54 h	0 h	18 h	18 h	0 h	90 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Kosten- und Leistungsrechnung II

Kurscode: BKLR02-01

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

Beschreibung des Kurses

Aufbauend auf den Kenntnissen des Kurses KLR I wird das Wissen zur Kosten- und Leistungsrechnung im Kurs KLR II erweitert und vertieft. Im Vordergrund steht dabei nicht mehr nur die Abbildung des betrieblichen Geschehens, sondern vielmehr die Unterstützung und Verbesserung von Entscheidungen wie z. B. Produkt-, Produktions- oder Preisentscheidungen. In einem ersten Schritt wird die Aussagekraft der bisher genutzten Vollkostenbetrachtung diskutiert und diese um die Teilkostenrechnung ergänzt. Nachfolgend werden verschiedene Anwendungsmöglichkeiten der Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnung aufgezeigt und angewendet. So lassen sich mit ihr beispielsweise Break-Even-Analyse oder eine Optimierung des Produktionsprogramms durchführen. Im Anschluss wird mit der Prozesskostenrechnung eine alternative Form der KLR-Methodik eingeführt und deren Anwendung und Aussagekraft erläutert. In einem weiteren Schritt wird das bisher genutzte System der IST-Kostenrechnung um die Plankostenrechnung erweitert. Daraufhin wird ein Einblick in sonstige, praxisrelevante Kostenmanagementmethoden wie z. B. dem Target Costing gegeben und deren Nutzen diskutiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kritik an der Vollkostenrechnung nachzuvollziehen.
- die grundlegenden Elemente der Teilkostenrechnung zu beschreiben.
- eine Deckungsbeitragsrechnung zur Entscheidungsoptimierung anzuwenden.
- eine Prozesskostenrechnung zu konzipieren und zu implementieren.
- eine Plankostenrechnung zu strukturieren und durchzuführen.
- neuere Instrumente der Kostenrechnung aufzuzählen und zu erläutern.

Kursinhalt

1. Teilkostenrechnung
   - 1.1 Schwächen der Vollkostenrechnung
   - 1.2 Aufgabe und Grundlagen der Teilkostenrechnung
2. Deckungsbeitragsrechnung
   - 2.1 Systeme der Deckungsbeitragsrechnung
   - 2.2 Break-Even-Analyse
   - 2.3 Produktions- und Absatzprogramm

2.4 Weitere Anwendungsbereiche der einstufigen Deckungsbeitragsrechnung
2.5 Anwendung der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung

3. Prozesskostenrechnung
3.1 Begriff und Gegenstand der Prozesskostenrechnung
3.2 Ermittlung der Prozesse und Prozessgrößen
3.3 Prozesskostenrechnung in der Kostenstellenrechnung
3.4 Kalkulation mit der Prozesskostenrechnung
3.5 Aussagekraft der Prozesskostenrechnung

4. Plankostenrechnung
4.1 Aufgabe und Vorgehen der Prozesskostenrechnung
4.2 Starre Plankostenrechnung
4.3 Flexible Plankostenrechnung auf Vollkostenrechnung
4.4 Grenzplankostenrechnung

5. Weitere Instrumente der Kostenrechnung
5.1 Target Costing
5.2 Life Cycle Costing

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. W. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 1: Grundlagen. 11. Auflage, NWB, Herne.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 2: Deckungsbeitragsrechnung. 10. Auflage, NWB, Herne.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2015): Kostenrechnung 3: Plankostenrechnung und Kostenmanagment. 9. Auflage, NWB, Herne.
- Jórasz, W. (2009): Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Olfert, K. (2018): Kostenrechnung. 18. Auflage, Kiehl, Herne.
- Plinke, W./Rese, M./Utzig, P. (2015): Industrielle Kostenrechnung. 8. Auflage, Springer Vieweg, Berlin/Heidelberg.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
43,25 h	4,5 h	2,25 h	0 h	0 h	50 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	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Online Tests
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
36 h	0 h	12 h	12 h	0 h	60 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Repetitorium
	☑ Audio	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Leadership 4.0

Modulcode: DLBWPLS-01

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sonja Würtemberger (Leadership 4.0)

Kurse im Modul

- Leadership 4.0 (DLBWPLS01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Kombistudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Führungsbegriffs
- Leadership in der Praxis / Führungsinstrumente
- Leadership und Management
- Persönliche Faktoren für erfolgreiches Leadership
- Leadership 4.0-Modelle
- Organisationale Faktoren für erfolgreiches Leadership

Qualifikationsziele des Moduls

Leadership 4.0

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die klassischen Theorien des Führungsverständnisses und neue Leadership-Modelle zu erläutern.
- die Begriffe Management und Leadership voneinander abzugrenzen.
- auf dem Verständnis erfolgreicher Führungsmodelle diese vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Veränderungen zu reflektieren.
- ein Verständnis für die Notwendigkeit anderer Formen der organisationalen Lenkung zu entwickeln.
- je nach Reifegrad eines Unternehmens entsprechende Leadership-Methoden zu implementieren.
- über ein fundiertes theoretisches Wissen zu verfügen, das sie auf anwendungsbezogene Fragestellungen anwenden können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Leadership 4.0

Kurscode: DLBWPLS01-01

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

Beschreibung des Kurses

Wettbewerbsfähigkeit hängt heute mehr denn je von konstanter Innovationsfähigkeit ab. Das stellt neue Anforderungen an das Management von Firmen. Die Aufgabe erfolgreicher Innovations- und Unternehmenslenkende besteht nicht mehr darin, Richtung und Lösungen vorzugeben, sondern einen Rahmen zu schaffen, in dem Andere Innovationen entwickeln. Dieser Wandel, der sich derzeit mit voller Kraft in Unternehmen vollzieht, erfordert eine Weiterentwicklung des klassischen Führungsbegriffs und dessen Prinzipien. Geschäftsmodelle stehen vor dem Hintergrund des Digitalen Wandels sowie dem Vormarsch der Künstlichen Intelligenz permanent auf dem Prüfstand. Es gilt daher, einerseits an mehreren Projekten gleichzeitig zu arbeiten, sich jederzeit flexibel veränderten Rahmenbedingungen anzupassen; auf der anderen Seite wollen Mitarbeiter anders in den Arbeitsprozess eingebunden werden. Sinn und Flexibilität für deren persönliche und familiäre Situation spielen dabei zunehmend eine Rolle. Innovations- und Unternehmenslenker können all diesen vielfältigen Herausforderungen nur mit Leadership begegnen, indem sie andere inspirieren, weiter zu denken und bereichsübergreifend zu handeln, also visionär zu sein. Ein Verständnis, Wissen und Instrumentarien hierzu sollen in dem Kurs vermittelt werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die klassischen Theorien des Führungsverständnisses und neue Leadership-Modelle zu erläutern.
- die Begriffe Management und Leadership voneinander abzugrenzen.
- auf dem Verständnis erfolgreicher Führungsmodelle diese vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Veränderungen zu reflektieren.
- ein Verständnis für die Notwendigkeit anderer Formen der organisationalen Lenkung zu entwickeln.
- je nach Reifegrad eines Unternehmens entsprechende Leadership-Methoden zu implementieren.
- über ein fundiertes theoretisches Wissen zu verfügen, das sie auf anwendungsbezogene Fragestellungen anwenden können.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Führungsbegriffs
   - 1.1 Definition des Führungsbegriffs und der Führungstätigkeit

- 1.2 Entwicklung des Verständnisses von Führung
- 1.3 Neue Herausforderungen von Führung

2. Leadership 4.0-Modelle
   - 2.1 Klassische Führungsmodelle
   - 2.2 New Leadership

3. Leadership und Management
   - 3.1 Definition und Abgrenzung der Konstrukte
   - 3.2 Leadership und Management in einer digitalen Arbeitswelt

4. Organisationale Faktoren für erfolgreiches Leadership
   - 4.1 Aufbau der Unternehmensorganisation
   - 4.2 Rolle der Unternehmenskultur
   - 4.3 Modelle menschlichen Verhaltens
   - 4.4 Organisationale Resilienz

5. Persönliche Faktoren für erfolgreiches Leadership
   - 5.1 Persönliche Kompetenzen
   - 5.2 Digitale Kompetenzen
   - 5.3 Methodische Kompetenzen
   - 5.4 Zukunftskompetenzen

6. Leadership in der Praxis
   - 6.1 Direkte und indirekte Führungsinstrumente
   - 6.2 Kommunikation und Führung
   - 6.3 Führungsdilemmata
   - 6.4 Führungskräfteentwicklung
   - 6.5 Grenzen des Leadership

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Blessin, B., & Wick, A. (2017). Führen und führen lassen [electronic resource]: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung (8., überarbeitete Auflage). UVK Verlagsgesellschaft mbH. ▪ Hagemann, M. (2023). Eclectic Leadership as a New and Summarising Model of Effective Leadership. Springer Fachmedien Wiesbaden. ▪ Kauffeld, S. (Hrsg.) (20194): Arbeits- Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. 32. Auflage, Springer, Berlin. ▪ Northouse, P. G. (2019). Leadership: Theory and practice (8. Aufl.). Sage. ▪ Rybnikova, I. (2021). Aktuelle Führungstheorien und -konzepte. Springer Gabler.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Projekt: Sport und Digitalisierung

Modulcode: DLBSMPSD

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Projekt: Sport und Digitalisierung)

Kurse im Modul

- Projekt: Sport und Digitalisierung (DLBSMPSD01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht Studienformat: Duales myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht Studienformat: Kombistudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Für die Studierenden ist es wichtig, sich mit Sport im Kontext der Digitalisierung auseinander zu setzen. Es geht dabei um den Einfluss der Digitalisierung auf den Sport, um Momentaufnahmen und Trends. Gleichzeitig gehören dazu auch die Chancen und Herausforderungen, die sich diesbezüglich im Sportmanagement bieten.

Qualifikationsziele des Moduls

Projekt: Sport und Digitalisierung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den aktuellen Stand der Digitalisierung im Sport zu erfassen.
- digitale Geschäftsmodelle im Kontext des Sports zu identifizieren, zu verstehen und zu bewerten.
- die Digitalisierung des Sports sowohl innerhalb sportlicher Institutionen als auch nach außen in der Vermarktung zu verstehen und zu analysieren.
- Produkte und Dienstleistungen im Sport auf digitale Trends zu untersuchen.
- Herausforderungen zu verschiedenen Themen und Inhalten der Digitalisierung im Sport zu erkennen, zu verstehen und zu bewerten.
- Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen zu aktuellen Herausforderungen der Digitalisierung im Sport zu entwickeln.
- 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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sport & Fitness	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Projekt: Sport und Digitalisierung

Kurscode: DLBSMPSD01

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

Beschreibung des Kurses

Die Digitalisierung schreitet voran, und das betrifft auch den Sport. Einerseits erhält der Sport selbst, als digitaler Sport bzw. als E-Sport, zunehmend mehr Zuspruch, andererseits nimmt die Digitalisierung verstärkt Einfluss auf die vielseitigen Bereiche des Sports und die Sportvermarktung. Sportvereine und -Verbände beschäftigen sich mit Digitalstrategien, die sich mitunter auf virtuelle Mitgliederversammlungen und digitale Mitgliederverwaltung beziehen. Ferner ändern sich die Bedingungen in der Vermarktung des Sports durch neue Möglichkeiten der virtuellen und erweiterten Realitäten oder durch Big Data. Auch die mediale Nutzung und der Streaming-Boom von Sportangeboten bieten den Studierenden viel Spielraum, sich mit Sport und Digitalisierung auseinander zu setzen.Speziell im dualen Fernstudium: Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den aktuellen Stand der Digitalisierung im Sport zu erfassen.
- digitale Geschäftsmodelle im Kontext des Sports zu identifizieren, zu verstehen und zu bewerten.
- die Digitalisierung des Sports sowohl innerhalb sportlicher Institutionen als auch nach außen in der Vermarktung zu verstehen und zu analysieren.
- Produkte und Dienstleistungen im Sport auf digitale Trends zu untersuchen.
- Herausforderungen zu verschiedenen Themen und Inhalten der Digitalisierung im Sport zu erkennen, zu verstehen und zu bewerten.
- Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen zu aktuellen Herausforderungen der Digitalisierung im Sport zu entwickeln.
- 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

- Für die Studierenden ist es wichtig, sich mit Sport im Kontext der Digitalisierung auseinander zu setzen. Es geht dabei um den Einfluss der Digitalisierung auf den Sport, um Momentaufnahmen und Trends. Gleichzeitig gehören dazu auch die Chancen und Herausforderungen, die sich diesbezüglich im Sportmanagement bieten. Mögliche Kursinhalte sind:
- Digitalisierung im Breitensport,
- Cloud Computing im Sport,
- Digitalisierungsstrategien der Sportanbieter,
- Big Data im Sportbusiness,
- Fan-Kommunikation,
- Wertschöpfung durch Digitalisierung,
- Der Einsatz von Wearables im Sportbereich,
- Virtual Reality (VR) in der Vermarktung des Sports,
- Augmented Reality (AR) als Erweiterung des Sporterlebnisses.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Haupt, T. & Herberth, C. (2017). Fan-Kommunikation 3.0: Neue und innovative Möglichkeiten der Fan-Kommunikation im Zeitalter der digitalen Medien. In A. Schneider, J. Köhler & F. Schumann (Hg.), Fanverhalten im Sport: Phänomene, Herausforderungen und Perspektiven. Wiesbaden (S. 159–173). Springer Fachmedien.
- Stamer, K. (2019). Stand der Digitalisierung in den Sportvereinen. In R. Wadsack & G. Wach (Hg.), Digitale Disruption und Sportmanagement (S. 119–146). Peter Lang.
- Uhlig, E. L. (2019). Digitalisierung im Fußballstadion – Was will der Fan wirklich. In R. Wadsack & G. Wach (Hg.), Digitale Disruption und Sportmanagement (S. 185–205). Peter Lang.
- Volkmann, L. (2019). Sportverein 4.0 – Eine Potenzialanalyse der digitalen Transformation für den Breitensport. In G. Nowak (Hg.), Angewandte Sportökonomie des 21. Jahrhunderts. Wesentliche Aspekte des Sportmanagements aus Expertensicht (S. 241–262). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26968-5.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
0 h	0 h	30 h	0 h	120 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

5. Semester

Interkulturelles Management

Modulcode: DLBLOIM

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Florian Hummel (Interkulturelles Management)

Kurse im Modul

- Interkulturelles Management (DLBLOIM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Kombistudium Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten Studienformat: Duales myStudium Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in die Theorien des interkulturellen Managements
- Interkulturelles Management in der Wirtschaft
- Personalmanagement in internationalen Unternehmen
- Innovationsmanagement in internationalen Unternehmen

Qualifikationsziele des Moduls

Interkulturelles Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Theorien des interkulturellen Managements zu erinnern.
- Themenkomplexe und Diskussionen des interkulturellen Managements zu verstehen.
- das erarbeitete Wissen des interkulturellen Managements anzuwenden.
- Fakten, Daten und Informationen aus wissenschaftlichen Quellen systematisch zu analysieren.
- Argumente, Ideen, Informationen, Probleme und Lösungsansätze aus dem Themenbereich des interkulturellen Managements zu bewerten.
- kritische Argumente in Bezug auf Themenstellungen des interkulturellen Managements zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Interkulturelles Management

Kurscode: DLBLOIM01

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden lernen die wichtigsten interkulturellen Disziplinen und Arbeitsbereiche kennen und erwerben Kenntnisse über relevante sozialwissenschaftliche, betriebswirtschaftliche und naturwissenschaftliche Rahmenbedingungen und Grundlagen. Dabei wird auch Bezug genommen auf die unterschiedlichen beruflichen Rollen, Pflichten und Handlungsspielräume in international agierenden Unternehmen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Theorien des interkulturellen Managements zu erinnern.
- Themenkomplexe und Diskussionen des interkulturellen Managements zu verstehen.
- das erarbeitete Wissen des interkulturellen Managements anzuwenden.
- Fakten, Daten und Informationen aus wissenschaftlichen Quellen systematisch zu analysieren.
- Argumente, Ideen, Informationen, Probleme und Lösungsansätze aus dem Themenbereich des interkulturellen Managements zu bewerten.
- kritische Argumente in Bezug auf Themenstellungen des interkulturellen Managements zu entwickeln.

Kursinhalt

1. Einführung und Übersicht
   - 1.1 Einordnung und Abgrenzung des Interkulturellen Managements
   - 1.2 Interkulturelles Management als Wissenschaft
2. Einführung in die Theorien des interkulturellen Managements
   - 2.1 Interkulturelle Kerntheorie
   - 2.2 Kultur und Psychologie
   - 2.3 Die Bedeutung von Kontext, Kultur, Religion und Sprache
   - 2.4 Kulturkonzepte von Hofstede, Trompenaars und GLOBE
3. Interkulturelles Management in der Wirtschaft
   - 3.1 Kultur und Globalisierung
   - 3.2 Internationale Kulturen und globale Trends

3.3 Organisationskulturen bei KMUs und MNCs
3.4 Fallbeispiele internationaler Verhandlungen

4. Personalmanagement in internationalen Unternehmen
4.1 Grundlagen des Personalmanagements
4.2 Funktionen des Personalmanagements

5. Innovationsmanagement in internationalen Unternehmen
5.1 Grundlagen des Innovationsmanagements
5.2 Strukturen und Prozesse des Innovationsmanagements

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Ahlstrom, D./Bruton, G. D. (2010): International Management. Strategy and Culture in the Emerging World. South-Western Cengage Learning, Boston.
- Geertz, C. (1987): Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Suhrkamp, Frankfurt a. M.
- Hofstede, G./Hofstede, G. J./Minkow, M. (2010): Cultures and Organizations. Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. 3. Auflage, McGraw-Hill, New York City.
- Holden, N. J. (2002): Cross-Cultural Management. A Knowledge Management Perspective. FT Prentice Hall, Harlow.
- March, R. F. (1992): Working for a Japanese company. Insights into the Multicultural Workplace. Kodansha International, Tokyo.
- Trompenaars, F. (2012): Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Global Business. 3. Auflage, N. Brealey Publishing. London/Boston.
- Usunier, J.-C./Lee, J. A. (2009): Marketing across cultures. 5. Auflage, FT Prentice Hall, Harlow.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Organisation von Sportvereinen und Verbänden

Modulcode: DLBSMMSV1

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

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

Modulverantwortliche(r)

Dr. Tim Alexander Herberger (Organisation von Sportvereinen und Verbänden)

Kurse im Modul

- Organisation von Sportvereinen und Verbänden (DLBSMMSV01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten Studienformat: myStudium Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten Studienformat: Fernstudium Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen der Organisationslehre im sportwirtschaftlichen Kontext
- Verbände und Vereine als Akteure im Sport
- Die Innenorganisation von Sportvereinen und Sportverbänden
- Sportvereins- und Sportverbandsentscheidungen und deren Auswirkungen
- Beispiele für Organisationsstrukturen aus der sportwirtschaftlichen Praxis

Qualifikationsziele des Moduls

Organisation von Sportvereinen und Verbänden

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Organisation in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die jeweiligen ökonomischen Motivations- und Interessenlagen von Sportvereinen sowie Sportfachverbänden, internationalen Dachverbänden und sportartübergreifender Verbände zu erkennen und situationsabhängig zu bewerten.
- die Innenorganisationen von Sportvereinen, professionalisierten Sportvereinen und deren Profiabteilungen sowie von nationalen und internationalen Sportverbänden zu analysieren und Handlungsempfehlungen für eine mögliche Optimierung zu geben.
- die Auswirkungen von sportinstitutionellen Entscheidungen und deren mögliche Überprüfbarkeit zu verstehen.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Organisation von Sportvereinen und Sportverbänden zu erarbeiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sport & Fitness	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Organisation von Sportvereinen und Verbänden

Kurscode: DLBSMMSV01

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

Beschreibung des Kurses

Zunächst werden die Grundlagen zur Organisationslehre in einen sportwirtschaftlichen Kontext gesetzt. Ausgehend hiervon werden die die Akteure Sportvereine und Sportverbände in deren jeweiliger unterschiedlicher Ausgestaltung näher vorgestellt und deren grundsätzliche Motivations- und Interessenlage situationsbedingt vorgestellt. Im Weiteren werden die Innenorganisationen und damit assoziierte Prozesse von Sportvereinen und Sportverbänden (national wie international) näher beleuchtet. Zudem erfolgt eine Diskussion über die möglichen Auswirkungen von Vereins- und Verbandsentscheidungen auf betreffende Akteure sowie deren Überprüfbarkeit vor unabhängigen Institutionen. Abschließend werden die theoriebezogenen Grundlagen mit einem praktischen Anwendungsbezug versehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Organisation in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die jeweiligen ökonomischen Motivations- und Interessenlagen von Sportvereinen sowie Sportfachverbänden, internationalen Dachverbänden und sportartübergreifender Verbände zu erkennen und situationsabhängig zu bewerten.
- die Innenorganisationen von Sportvereinen, professionalisierten Sportvereinen und deren Profiabteilungen sowie von nationalen und internationalen Sportverbänden zu analysieren und Handlungsempfehlungen für eine mögliche Optimierung zu geben.
- die Auswirkungen von sportinstitutionellen Entscheidungen und deren mögliche Überprüfbarkeit zu verstehen.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Organisation von Sportvereinen und Sportverbänden zu erarbeiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Organisation im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 1.1 Der Organisationsbegriff
   - 1.2 Aufgabenformulierung in der jeweiligen Sportorganisation
   - 1.3 Das Individuum und die jeweilige Sportorganisation
   - 1.4 Die Sportorganisation im Kontext ihre Umwelt
   - 1.5 Unternehmenskultur in der jeweiligen Sportorganisation

2. Akteure und deren jeweilige Motivations- und Interessenlage: Verbände und Vereine
   - 2.1 Sportfachverbände und internationale Dachverbände
   - 2.2 Sportartübergreifende Verbände
   - 2.3 Sportvereine

3. Die Innenorganisation der Sportvereine und Sportverbände
   - 3.1 Organisationsstrukturen und -prozesse in Sportvereinen
   - 3.2 Organisationsstrukturen und -prozesse in professionalisierten Sportvereinen und deren Profiabteilungen
   - 3.3 Organisationstrukturen und -prozesse in nationalen und internationalen Sportverbänden

4. Sportvereins- und Sportverbandsentscheidungen
   - 4.1 Sportinstitutionelle Entscheidungen
   - 4.2 Überprüfung von Sportvereins- und Sportverbandsentscheidungen
   - 4.3 Mediation im Sport

5. Fallbeispiele für die Organisation von Sportvereinen und Sportverbänden
   - 5.1 FC Bayern München
   - 5.2 Brose Bamberg
   - 5.3 Deutscher Fußballbund
   - 5.4 FIFA
   - 5.5 Deutscher Olympischer Sportbund

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Beech, J./Chadwick, S. (Hrsg.) (2013): The Business of Sport Management. 2. Auflage, Person Education, Essex. ▪ Breuer, C./Thiel, A. (Hrsg.) (2009): Handbuch Sportmanagement. 2. Auflage, Hofmann, Schorndorf. ▪ Fahrner, M. (2014): Grundlagen des Sportmanagements. 2. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, München. ▪ Fechner, F./Arnhold, J./Brodführer, M. (2014): Sportrecht. Mohr Siebeck, Tübingen. ▪ Masteralexis, L. P./Barr, C. A./Hums, M. (2014): Principles and Practice of Sport Management. 5. Auflage, Jones and Bartlett, Burlington. ▪ Picot, A. et al. (2015): Organisation. Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Schreyögg, G. (2016): Grundlagen der Organisation. Basiswissen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Schütte, N. (2016): Grundwissen Sportmanagement. UVK, Konstanz/München.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Video	☑ Online Tests
☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Aktuelle Themen im Sportmanagement

Modulcode: DLBSMATSM

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Aktuelle Themen im Sportmanagement)

Kurse im Modul

- Aktuelle Themen im Sportmanagement (DLBSMATSM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Duales myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit Studienformat: Kombistudium Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit Studienformat: myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Das Modul bietet Studierenden und Dozenten die Gelegenheit, gemeinsam zu entscheiden, welche Themenbereiche aus dem Sportmanagement zu diesem Zeitpunkt des Studiums besonders wichtig sind und eine besondere Würdigung durch ein konkretes Seminarthema erfahren sollen. Die inhaltlichen Schwerpunkte hängen damit sowohl von den aktuellen Entwicklungen im Sportmanagement als auch vom Verlauf des Studiums und den gemeinsamen Entscheidungen von Studierenden und Dozenten ab.

Qualifikationsziele des Moduls

Aktuelle Themen im Sportmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die gegenwärtigen nationalen und internationalen Trends im Sportmanagement zu erkennen und zu verstehen.
- den aktuellen Stand der Entwicklungen aller zuvor im Rahmen anderer Module vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu erfassen.
- Herausforderungen zu verschiedenen Themen und Inhalten aus dem Sportmanagement zu erkennen, zu verstehen und zu bewerten.
- Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen zu aktuellen Herausforderungen im Sportmanagement zu entwickeln und relevanten Stakeholdergruppen gegenüber zu kommunizieren.
- mit den interdisziplinären Schnittstellen im Sportmanagement umzugehen und verstehen die Leistungen und Tätigkeitsfelder relevanter Bereiche der systemischen (externen und internen sowie ökonomischen und ökologischen) Umwelt.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Sport & Fitness	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Aktuelle Themen im Sportmanagement

Kurscode: DLBSMATSM01

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

Beschreibung des Kurses

Das Seminar bietet Einblicke in diverse Bereiche des Sportmanagements und dient der Thematisierung aktueller Geschehnisse, Trends und Zukunftsperspektiven. Somit dient der Kurs den Studierenden als Möglichkeit, bisherige erlernte und diskutierte Themen sportartenspezifisch zu vertiefen und auf aktuelle Entwicklungen im Sportmanagement und Sportarten hin anzuwenden. Aufgrund der Aktualität sind die inhaltlichen Schwerpunkte zwischen Studierenden und Dozenten festzulegen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die gegenwärtigen nationalen und internationalen Trends im Sportmanagement zu erkennen und zu verstehen.
- den aktuellen Stand der Entwicklungen aller zuvor im Rahmen anderer Module vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu erfassen.
- Herausforderungen zu verschiedenen Themen und Inhalten aus dem Sportmanagement zu erkennen, zu verstehen und zu bewerten.
- Lösungsansätze und Handlungsempfehlungen zu aktuellen Herausforderungen im Sportmanagement zu entwickeln und relevanten Stakeholdergruppen gegenüber zu kommunizieren.
- mit den interdisziplinären Schnittstellen im Sportmanagement umzugehen und verstehen die Leistungen und Tätigkeitsfelder relevanter Bereiche der systemischen (externen und internen sowie ökonomischen und ökologischen) Umwelt.

Kursinhalt

- Der Kurs verfolgt das Ziel, Trends und Entwicklungen aufzuzeigen sowie Einblicke in spezielle Bereiche und Nischen des Sportmanagements zu gewähren. Dabei werden jedoch nicht nur Themen und Konzepte aufgegriffen, die aus Sicht der bisherigen Lehre gänzlich neu sind. Der Kurs bietet auch die Chance, die Studierenden in Bezug auf alle bisher unterrichteten Themen auf den neusten Stand der Dinge zu bringen. Besonderes Augenmerk kann dabei auch auf einzelne Sportarten gelegt werden, sodass auch sportartenspezifische Besonderheiten besonders gewürdigt werden können. Die inhaltlichen Schwerpunkte hängen damit sowohl von den aktuellen Entwicklungen im Sport und Sportmanagement als auch

vom Verlauf des Studiums und den gemeinsamen Entscheidungen von Studierenden und Dozenten ab. Der Kurs deckt ein breites Themenspektrum im Bereich des Sportmanagements ab und kann daher als Vorbereitung auf die Bachelorarbeit dienen.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Daumann, F. (2015): Grundlagen der Sportökonomie. 2. Auflage, UVK, Konstanz/München.
- Downward, S./Dawson, A./Dejonghe, T. (2009): Sports Economics. Theory, Evidence and Policy. Routledge, London/New York.
- Fahrner, M. (2014): Grundlagen des Sportmanagements. 2. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, München.
- Horch, H.-D./Schubert, M./Walzel, S. (2014): Besonderheiten der Sportbetriebslehre. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Regelmäßig erscheinende Zeitschriften:
- International Journal of Sport Finance
- Journal of Sports Economics
- Journal of Sport Management
- Sport und Gesellschaft. Zeitschrift für Sportsoziologie, Sportphilosophie, Sportökonomie, Sportgeschichte.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint		
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint		
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Seminar

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Projekt: Agiles Projektmanagement

Modulcode: DLBDBAPM

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Martin Barth (Projekt: Agiles Projektmanagement)

Kurse im Modul

- Projekt: Agiles Projektmanagement (DLBDBAPM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Kombistudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht Studienformat: Duales Studium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht Studienformat: myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht Studienformat: Duales myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

In diesem Kurs erlangen die Studierenden Handlungskompetenzen im Bereich des agilen Projektmanagements durch die eigenständige Bearbeitung eines Projekts. Hierbei wenden sie unter anderem die Werte, Aktivitäten, Rollen und Artefakte agiler Vorgehensweisen am Beispiel Scrum an.

Qualifikationsziele des Moduls

Projekt: Agiles Projektmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen agilem und plangetriebenem Projektmanagement zu erläutern.
- agile Prinzipien zu erläutern.
- nach den in Scrum definierten Werten agil zusammenzuarbeiten.
- die in Scrum definierten Aktivitäten anzuwenden.
- die in Scrum definierten Rollen zu verantworten.
- die in Scrum definierten Artefakte zu erstellen und zu pflegen.
- 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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Projektmanagement	Alle Bachelor-Programm im Bereich Management

Projekt: Agiles Projektmanagement

Kurscode: DLBDBAPM01

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

Beschreibung des Kurses

Unter Anwendung bekannter Methoden und Techniken aus dem Themengebiet des agilen Projektmanagements bearbeiten die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine praktische Fragestellung und erhalten so eine praktische Einführung in das agile Projektmanagement. Dabei erfolgt die Anwendung der einzelnen Grundprinzipien auch in Gegenüberstellung zu plangetriebenem Projektmanagement. Um agiles Projektmanagement nicht nur zu verstehen, sondern auch zu erfahren, werden Werte, Aktivitäten, Rollen und Artefakte typischer agiler Vorgehensweisen am Beispiel Scrum vertieft und an einem Beispielprojekt umgesetzt. Speziell im dualen Fernstudium: Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen agilem und plangetriebenem Projektmanagement zu erläutern.
- agile Prinzipien zu erläutern.
- nach den in Scrum definierten Werten agil zusammenzuarbeiten.
- die in Scrum definierten Aktivitäten anzuwenden.
- die in Scrum definierten Rollen zu verantworten.
- die in Scrum definierten Artefakte zu erstellen und zu pflegen.
- 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

- In diesem Kurs werden den Studierenden verschiedene Kompetenzen im Bereich des agilen Projektmanagements durch die praktische Anwendung im Rahmen eines Projektberichts vermittelt. Im Gegensatz zu plangetriebenem Projektmanagement werden dabei vor allem die aus der modernen Softwareentwicklung bekannten Prinzipien der Agilität genutzt. Am Beispiel von SCRUM sollen sich die Studierenden eine agile Vorgehensweise selbst aneignen. Das Wissen um die jeweiligen Rollen und Aktivtäten werden die Studierenden dann in einem

einfachen Projekt einsetzen und auf diese Weise erste praktische Erfahrungen sammeln und im Projektbericht dokumentieren. Die Inhalte der Projekte ergeben sich aus den individuellen Fähigkeiten und Voraussetzungen der Studierenden.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Röpstorff, S./Wiechmann, R. (2012). Scrum in der Praxis. Erfahrungen, Problemfelder und Erfolgsfaktoren. dpunkt.verlag Heidelberg.
- Rubin, K. S. (2014). Essential Scrum. Umfassendes Scrum-Wissen aus der Praxis. Mitp Verlag Frechen.
- Roock, A. (2011). Software-Kanban. Eine Einführung. In: Projektmagazin, Heft 4,
- Leffingwell, D. et al. (o. J.) (2015). Scaled Agile Framework. http://scaledagileframework.com
- Schwaber, K./Sutherland, J. (o. J.) (2015). The Scrum Guide™ - The definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game. https://www.scrumguides.org.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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 myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
0 h	0 h	30 h	0 h	120 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Management im Sport

Modulcode: DLBSMWMS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Arda Alan Isik (Sports Venue Management) / Prof. Dr. Dirk Stöppel (Buchführung und Bilanzierung im Sport)

Kurse im Modul

- Sports Venue Management (DLBSMSVM01)
- Buchführung und Bilanzierung im Sport (DLBSMMSV02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Sports Venue Management • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten Buchführung und Bilanzierung im Sport • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten (50) • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Sports Venue Management

- Grundlagen des Sports Venue Managements
- Charakteristika von Sportstätten
- Nutzungsplanung von Sportstätten
- Organisation von Sportstätten
- Organisation und Erfolgsmessung des Personalmarketings
- Aktuelle Entwicklungen im Sports Venue Managements

Buchführung und Bilanzierung im Sport

- Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext
- Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext
- Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport
- Besonderheiten bei der Bewertung von Vermögensgegenständen und Unternehmen im
- sportwirtschaftlichen Kontext
- Beispiele der Buchführung und Bilanzierung aus der sportwirtschaftlichen Praxis

Qualifikationsziele des Moduls

Sports Venue Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe Facility Management und Sports Venue Management zu differenzieren und die Besonderheiten des Sports Venue Managements zu verstehen.
- die verschiedenen Sportstättentypen zu benennen und ihre besonderen Charakteristika zu erklären.
- ein Anforderungsprofil für eine Sportstätte in Abhängigkeit der geplanten Nutzung zu erstellen.
- die Erlösquellen von Sportstätten zu identifizieren sowie den sportstättenabhängigen Personalbedarf und die technischen Besonderheiten im Betriebsablauf zu erkennen.
- in Abhängigkeit des jeweiligen Sportstättentyps relevante operationelle Risiken zu identifizieren und ein funktionierendes Risikomanagement zu entwickeln.
- aktuelle Trends im Sports Venue Management zu erkennen und deren Auswirkungen zu bewerten.

Buchführung und Bilanzierung im Sport

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext anzuwenden.
- die wichtigsten Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext zu skizzieren und diese anzuwenden.
- die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport zu erläutern und adressatenbezogen umsatz- und Cashflow-relevante Informationen aufzubereiten.
- die Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen – insbesondere die Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände – im sportwirtschaftlichen Kontext zu erklären und geeignete Bewertungsverfahren anzuwenden.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Buchführung und Bilanzierung von Sportvereinen zu erarbeiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus den Bereichen Sport & Fitness und Planung & Controlling auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sports Venue Management

Kurscode: DLBSMSVM01

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

Beschreibung des Kurses

Aufbauend auf den Grundlagen zum Facility Management lernen die Studierenden die Besonderheiten des Sport Venue Managements kennen. Neben der Präsentation verschiedener Sportstättentypen, die jeweils völlig unterschiedliche Anforderungen an das Sport Venue Management stellen, beschäftigt sich der Kurs mit der Nutzungsplanung von Sportstätten (z. B. Anforderungsprofile in Abhängigkeit der Nutzung oder die Finanzierung von Sportstätten) sowie die Organisation der jeweiligen Sportstätte, wobei hier besonderes Augenmerk auf verschiedene Erlösquellen, technische Besonderheiten sowie Personalanforderungen in Abhängigkeit des Sportstättentyps und dem Risikomanagement gelegt wird. Schließlich werden die vermittelten Grundlagen zum Sport Venue Management vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen praxisnah beleuchtet (z. B. Nachhaltigkeit und computerunterstützende Facility Management-Systeme).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe Facility Management und Sports Venue Management zu differenzieren und die Besonderheiten des Sports Venue Managements zu verstehen.
- die verschiedenen Sportstättentypen zu benennen und ihre besonderen Charakteristika zu erklären.
- ein Anforderungsprofil für eine Sportstätte in Abhängigkeit der geplanten Nutzung zu erstellen.
- die Erlösquellen von Sportstätten zu identifizieren sowie den sportstättenabhängigen Personalbedarf und die technischen Besonderheiten im Betriebsablauf zu erkennen.
- in Abhängigkeit des jeweiligen Sportstättentyps relevante operationelle Risiken zu identifizieren und ein funktionierendes Risikomanagement zu entwickeln.
- aktuelle Trends im Sports Venue Management zu erkennen und deren Auswirkungen zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Sports Venue Managements
   - 1.1 Was ist Facility Management?
   - 1.2 Relevante Stakeholder
   - 1.3 Managementfunktionen

1.4 Was sind die Besonderheiten am Sports Venue Management?

2. Charakteristika von Sportstätten
   - 2.1 Sportplätze
   - 2.2 Sportstadien bzw. -arenen
   - 2.3 (Mehrzweck-)Sporthallen
   - 2.4 Multifunktionshallen

3. Nutzungsplanung von Sportstätten
   - 3.1 Identifikation des Bedarfs an die Sportstätte
   - 3.2 Anforderung an die Sportstätte
   - 3.3 Bestandsimmobilie oder Neubau?
   - 3.4 Finanzierung von Sportstätten

4. Organisation von Sportstätten
   - 4.1 Das Betreiben von Sportstätten und deren Erlösquellen
   - 4.2 Technische Besonderheiten von Sportstätten
   - 4.3 Sportstättenabhängige Personalanforderungen
   - 4.4 Risikomanagement

5. Aktuelle Entwicklungen im Sport Venue Management
   - 5.1 Nachhaltiges Sportstättenmanagement
   - 5.2 Computer Aided Facility Management (CAFM)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Ammon, R./Southall, R./Nagel, M. (2016): Sport Facility Management. Organizing Events and Mitigating Risks. 3. Auflage, Fitness Information Technology, Morgantown.
- Bach, L. (2004): Sportstätten-Management. Neue Wege für vereinseigene und kommunale Sportstätten. Landesportbund Hessen, Frankfurt a. M.
- Biedermann, K. (2005): Sportvereine als Betreiber von Sportstätten. Konzepte und Perspektiven. ibidem, Stuttgart.
- Eßig, N. et al. (2015) Leitfaden nachhaltiger Sportstättenbau. Kriterien für den Neubau nachhaltiger Sporthallen. Bundesinstitut für Sportwissenschaft/Sportverlag Strauß, Bonn/Köln.
- Fried, G. (2015): Managing Sport Facilities. 3. Auflage, Human Kinetics, Champaign.
- Krämer. T. (Hrsg.) (2013): Indoor-Sportstätten. Ratgeber Planung & Bau, Ausstattung, Betrieb. Stadionwelt Verlag, Brühl.
- Krämer, T. (Hrsg.) (2013): Outdoor-Sportstätten. Ratgeber Planung & Bau, Ausstattung, Betrieb. Stadionwelt Verlag, Brühl.
- Nävy, J. (2012): Facility Management. Grundlagen, Computerunterstützung, Systemeinführung, Anwendungsbeispiele. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Sawyer, T. (Hrsg.) (2009): Facility Management for Physical Activity and Sport. Sagamore, Champaign.
- Schlesiger, G. (2010): Sportplätze. Sportfreianlagen: Planung – Bau – Ausstattung – Pflege. Bundesinstitut für Sportwissenschaft/Sportverlag Strauß, Köln/Köln.
- Wehr, P. (2001): Handbuch Sportstättenmanagement. Landesportbund Hessen, Frankfurt a. M.
- Wimmer, M. (2014): Stadionbauten. Handbuch und Planungshilfe. DOM, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Buchführung und Bilanzierung im Sport

Kurscode: DLBSMMSV02

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

Beschreibung des Kurses

Zunächst werden die Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung sowie der Jahresabschlussanalyse vorgestellt und in einen sportwirtschaftlichen Kontext gesetzt. Ausgehend hiervon werden die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport herausgearbeitet, wobei das Augenmerk besonders auf die verschiedenen Adressaten einer ordnungsgemäßen Buchführung und Bilanzierung, auf die Spannungsfelder unterschiedlicher Rechnungslegungsanforderungen im Sport sowie auf das Revenue und Cashflow Management im sportwirtschaftlichen Kontext gelenkt wird. Im Weiteren werden die Besonderheiten der Unternehmensbewertung im sportwirtschaftlichen Kontext sowie relevante Bewertungsverfahren vorgestellt. Abschließend werden die theoriebezogenen Grundlagen mit einem praktischen Anwendungsbezug versehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext anzuwenden.
- die wichtigsten Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext zu skizzieren und diese anzuwenden.
- die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport zu erläutern und adressatenbezogen umsatz- und Cashflow-relevante Informationen aufzubereiten.
- die Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen – insbesondere die Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände – im sportwirtschaftlichen Kontext zu erklären und geeignete Bewertungsverfahren anzuwenden.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Buchführung und Bilanzierung von Sportvereinen zu erarbeiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen zur Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 1.1 Basiselemente der Bilanzierung
   - 1.2 Bilanzierung von immateriellen Vermögen (insbesondere Humankapital) und Sachanlagen
   - 1.3 Bilanzierung von Vorräten
   - 1.4 Bilanzierung von Finanzanlagen

- 1.5 Bilanzierung von Eigenkapital
- 1.6 Bilanzierung von Fremdkapital
- 1.7 Der Jahresabschluss

2. Grundlagen zur Analyse des Jahresabschlusses im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 2.1 Grundlagen
   - 2.2 Finanzwirtschaftliche Bilanzanalyse
   - 2.3 Erfolgswirtschaftliche Bilanzanalyse
   - 2.4 Strategische Bilanzanalyse

3. Besonderheiten der Buchführung und der Bilanzierung im Sport
   - 3.1 Adressaten
   - 3.2 Spannungsfelder unterschiedlicher Rechnungslegungsanforderungen im Sport
   - 3.3 Revenue und Cashflow Management von Sportvereinen, insbesondere als Kapitalgesellschaft

4. Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen und der Unternehmensbewertung im Sport
   - 4.1 Anlass der Bewertung
   - 4.2 Bewertungsverfahren

5. Beispiele für Buchführung und Bilanzierung aus der sportwirtschaftlichen Praxis
   - 5.1 Buchführung und Bilanzierung eines Sportvereins als eingetragener Verein
   - 5.2 Buchführung und Bilanzierung eines Sportvereins als Kapitalgesellschaft

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W. (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS. 24. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Dreyer, D. (2004): Bewertung personalintensiver Dienstleistungsunternehmen. Die Integration von Intellektuellem Kapital in die Unternehmensbewertung. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Heno, R. (2016): Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards (IFRS). 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Huwer, E. (2013): Der Jahresabschluss von Fußballunternehmen. Branchenspezifische Rechnungslegung nach HGB im Lizenzfußball. ESV, Berlin.
- Korthals, J. P. (2005): Bewertung von Fußballunternehmen. Eine Untersuchung am Beispiel der deutschen Fußballbundesliga. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Sport Media Management

Modulcode: DLBSMSMM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Fernando Teixeira (Sportmedienmanagement) / Fernando Teixeira (Public Relations Management im Sport)

Kurse im Modul

- Sportmedienmanagement (DLBSMSMM01)
- Public Relations Management im Sport (DLBSMSMM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Sportmedienmanagement • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten Public Relations Management im Sport • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Sportmedienmanagement

- Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext
- Adressaten des Sportmedienmanagements und deren situationsabhängige Erwartungshaltung
- Relevante Außenkommunikationsinstrumente einer sportlichen Institution
- Relevante Innenkommunikationsinstrumente einer sportlichen Institution
- Relevante Kommunikationskanäle eines Beraters

Public Relations Management im Sport

- Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements
- Customer Relations im Kontext der Public Relations
- Partner Relations im Kontext der Public Relations
- Investor Relations im Kontext der Public Relations
- Societal Relations als Leitmotiv

Qualifikationsziele des Moduls

Sportmedienmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die Adressaten des Sportmedienmanagements zu identifizieren, deren jeweilige Motivations- und Interessenlage zu bewerten und adäquate grundlegende Medienstrategien situationsabhängig zu entwickeln.
- unterschiedliche Kanäle in der Außenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Innenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Kommunikation eines mandatierten Beraters für seinen Kunden (in Form eines Profisportlers) zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.

Public Relations Management im Sport

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Public Relations im sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen und sowohl den Adressatenkreis als auch deren perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage zu erkennen.
- verschiedene Kundengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Partnergruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Investorengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- Societal Relations in ihren Grundzügen zu erläutern und die Rolle einer „gelebten“ Kultur einer sportwirtschaftlichen Institution zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sportmedienmanagement

Kurscode: DLBSMSMM01

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden mit den Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext vertraut gemacht. Hierbei werden sowohl grundlegende Begrifflichkeiten definiert als auch Sportmedienmanagement als branchenspezifisches Medienmanagement etabliert. Im Anschluss werden mögliche Adressaten des Sportmedienmanagements (Sender und Empfänger) der Informationen vorgestellt sowie ihre perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage dargelegt. Darüber hinaus widmet sich der Kurs der Vorstellung relevanter Kanäle der Außen- und Innenkommunikation sportlicher Institutionen sowie der Kommunikationsoptionen von mandatierten Beratern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die Adressaten des Sportmedienmanagements zu identifizieren, deren jeweilige Motivations- und Interessenlage zu bewerten und adäquate grundlegende Medienstrategien situationsabhängig zu entwickeln.
- unterschiedliche Kanäle in der Außenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Innenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Kommunikation eines mandatierten Beraters für seinen Kunden (in Form eines Profisportlers) zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen zum Medienmanagement im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 1.1 Begriffsdefinition Medienmanagement
   - 1.2 Medienmanagement als Instrument im Marketingmix
   - 1.3 Sportmedienmanagement als branchenspezifisches Medienmanagement
   - 1.4 Anspruchsgruppen im Sportmedienmanagement
2. Relevante Kanäle der klassischen Kommunikation einer sportlichen Institution
   - 2.1 Live-Auftritt

2.2 Der Weg von der Pressemitteilung zu den Medienanstalten
2.3 Funk und Fernsehen
2.4 Printmedien

3. Bedeutung des New Media Management für eine sportliche Institution
3.1 Digitale Medien
3.2 Digitale Darstellungsformen
3.3 Digitale Touchpoints und Crossmedia

4. Mobile und Social Media im Hinblick auf sportliche Institutionen
4.1 Mobile Media
4.2 Social-Media-Kanäle
4.3 Aufbau von Brand und Branded Communities

5. Relevante Kommunikationskanäle eines mandatieren Beraters
5.1 Allgemeine Betreuungsfelder
5.2 Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit von Sportlern durch Berater
5.3 Die Privatsphäre von Sportlern im Hinblick auf das Medienmanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, T. (2014): Medienmanagement und öffentliche Kommunikation. Der Einsatz von Medien in Unternehmensführung und Marketing. Springer VS, Wiesbaden.
- Bölz, M. (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Daumann, F. (2014): Grundlagen der Sportökonomie. 2. Auflage, UVK, Konstanz/München.
- Gläser, M. (2014): Medienmanagement. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Kratochvil, J. (2011): Modernes Marketing für Sportvereine. Ein Praxishandbuch. Meyer & Meyer, Aachen.
- Sigler, C. (2010): Online-Medienmanagement. Grundlagen – Konzepte – Herausforderungen. Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Public Relations Management im Sport

Kurscode: DLBSMSMM02

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden mit den Grundlagen der Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements vertraut gemacht. Im Anschluss daran wird die Öffentlichkeit segmentiert und perspektivenindividuell Verbraucher, Partner und Investoren als mögliche Adressaten der Public Relations-Aktivitäten vorgestellt sowie relevante Instrumente von Public Relations situationsabhängig präsentiert.Abschließend werden die Grundlagen der Societal Relations auf den sportwirtschaftlichen Kontext übertragen und wesentliche Implikationen für die Implementierung einer „gelebten“ Kultur der jeweiligen sportwirtschaftlichen Institution geliefert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Public Relations im sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen und sowohl den Adressatenkreis als auch deren perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage zu erkennen.
- verschiedene Kundengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Partnergruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Investorengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- Societal Relations in ihren Grundzügen zu erläutern und die Rolle einer „gelebten“ Kultur einer sportwirtschaftlichen Institution zu bewerten.

Kursinhalt

1. Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements
   - 1.1 Sportlicher Erfolg in Kombination mit kommunikativer Herausforderung
   - 1.2 Begriffsabgrenzungen
   - 1.3 Public Relations als Teil des strategischen Managements
2. Consumer und Societal Relations
   - 2.1 Consumer Relations
   - 2.2 Societal Relations

3. Sponsor- und Kooperationspartner Relations
   - 3.1 Kooperationspartner Relations
   - 3.2 Sponsor Relations

4. Themenbereiche der Sport-PR
   - 4.1 Der PR-Prozess
   - 4.2 Anwendungsansätze der Sport-PR

5. Praktische Anwendungen der Sport-PR
   - 5.1 PR für Sportvereine
   - 5.2 PR für Sportler
   - 5.3 PR für Sportverbände

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, T. (2014): Medienmanagement und öffentliche Kommunikation. Der Einsatz von Medien in Unternehmensführung und Marketing. Springer VS, Wiesbaden.
- Bölz, M. (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Grupe, S. (2011): Public Relations. Ein Wegweiser für die PR-Praxis. Springer, Heidelberg et al.
- Hoffjann, O. (2013): Vertrauen in Public Relations. Springer VS, Wiesbaden.
- Kratochvil, J. (2011): Modernes Marketing für Sportvereine. Ein Praxishandbuch. Meyer & Meyer, Aachen.
- McKee, K. B./Lamb, L. (2009): Applied Public Relations. Cases in Stakeholder Management. 2. Auflage, Routledge, New York/London.
- Oliver, S. (2010): Public Relations Strategy. 3. Auflage, Kogan Page, London/Philadelphia.
- Stoldt, G. C./Dittmore, S. W./Branvold, S. E. (2012): Sport Public Relations. Managing Stakeholder Communication. 2. Auflage, Human Kinetics, Champaign.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Fußballmanagement

Modulcode: DLBSMWFM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Oliver Kempfer (Fußballmarketing) / Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Fußball Brand Management)

Kurse im Modul

- Fußballmarketing (DLBSMWFM01)
- Fußball Brand Management (DLBSMWFM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Fußballmarketing • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Fußball Brand Management • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation • Studienformat "Duales myStudium": Fachpräsentation

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Fußballmarketing

- Fußballmarkt
- Marketinginstrumente im Fußball
- Sponsoring im Fußball
- Digitalisierung im Fußball

Fußball Brand Management

- Besonderheiten der Markenführung im Sport
- Strategische Markenführung im Fußball
- Operative Markenführung im Fußball
- Wirkungsebene der Markenführung im Fußball
- Brands im Profifußball
- Markenführung mit Fußball

Qualifikationsziele des Moduls

Fußballmarketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden produktpolitischen Zusammenhänge im Fußball Business einzuordnen und in den Kontext zuvor vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu stellen.
- die grundlegenden preispolitischen Besonderheiten und Preisstrategien im Fußball zu erörtern.
- kommunikationspolitische Maßnahmen im Fußball zu verstehen und die Medienlandschaft in diesem Kontext näher kennen zu lernen.
- die vertriebspolitischen Ziele, Instrumente und Methoden im Fußball Business zu identifizieren und zu analysieren.
- Angebots- und Kaufentscheidungsprozesse auf Seite von Anbietenden und Nachfragenden im Fußball nachzuvollziehen.
- die Rolle der Fans im Fußball Marketing zu analysieren, Kundensegmentierungs- und Kundenbindungsmaßnahmen zu differenzieren.

Fußball Brand Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Markenführung und Markenphilosophie im Bereich des Fußballs richtig einzuordnen.
- die Markeninszenierung vor dem Hintergrund einer dynamischen Medienlandschaft zu bewerten.
- Markenwerte und Markenstärke im Profifußball kennen zu lernen und zu vertiefen.
- Vereine und Spieler:innen als Marken respektive Markenbotschafter:innen zu verstehen.
- die Testimonialvermarktung im Fußball und den Brand Fit zwischen Marke und Testimonial zu identifizieren und zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Fußballmarketing

Kurscode: DLBSMWFM01

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

Beschreibung des Kurses

Fußball mobilisiert Menschen und Unternehmen auf der ganzen Welt. Mit und durch den Fußball werden Milliardenbeträge umgesetzt. Der Kurs beschäftigt sich mit der Verortung des Fußballs im Kontext von Marketing und Sport. Es werden sowohl die Anbietenden als auch die Nachfragenden des Fußballmarktes identifiziert. Darüber hinaus werden aus Sicht der Verbände, Clubs, Spieler:innen und Sportausrüstenden die Instrumente des Marketings zur Vermarktung des Fußballs beschrieben. Aus einer anderen Perspektive wird die Instrumentalisierung des Fußballs am Beispiel von strategischen Partnerschaften und insbesondere des Sponsorings behandelt. Abschließend wird auf die Digitalisierung im Fußball und diesbezüglich auf neue Optionen in der Vermarktung eingegangen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden produktpolitischen Zusammenhänge im Fußball Business einzuordnen und in den Kontext zuvor vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu stellen.
- die grundlegenden preispolitischen Besonderheiten und Preisstrategien im Fußball zu erörtern.
- kommunikationspolitische Maßnahmen im Fußball zu verstehen und die Medienlandschaft in diesem Kontext näher kennen zu lernen.
- die vertriebspolitischen Ziele, Instrumente und Methoden im Fußball Business zu identifizieren und zu analysieren.
- Angebots- und Kaufentscheidungsprozesse auf Seite von Anbietenden und Nachfragenden im Fußball nachzuvollziehen.
- die Rolle der Fans im Fußball Marketing zu analysieren, Kundensegmentierungs- und Kundenbindungsmaßnahmen zu differenzieren.

Kursinhalt

1. Begriffliche Einordnung
   - 1.1 Marketing und Sportmarketing
   - 1.2 Marketing und Profifußball
2. Fußballmarkt: Angebot

2.1 Fußball als Produkt
2.2 Verbände und Ligen
2.3 Teilhabe am Erfolg

3. Fußballmarkt: Nachfrage
3.1 Fans
3.2 Business-Kund:innen
3.3 Konsument:innen
3.4 Medien

4. Marketing im Fußball
4.1 Verbandsmarketing
4.2 Clubmarketing
4.3 Spielermarketing
4.4 Fußball als Absatzmarkt

5. Marketing mit Fußball
5.1 Strategische Partnerschaften
5.2 Eventmarketing
5.3 Sponsoring
5.4 Ambush-Marketing
5.5 Testimonials

6. Digitalisierung im Fußball
6.1 Fußball wird digitaler
6.2 Neue Optionen für Vermarktung und Erlebnis
6.3 Digitaler Fußball (E-Sport)

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ DFL Deutsche Fußball Liga (2021). Wirtschaftsreport 2021. https://media.dfl.de/sites/2/2021/03/D_DFL_Wirtschaftsreport_2021_M.pdf ▪ Freyer, W. (2018). Sport-Marketing. Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft (5. Auflage). Erich Schmidt Verlag. ▪ Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. & Eisenbeiß, M. (2019). Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele (13. Auflage). Springer Gabler. ▪ Nufer, G. (2018). Ambush Marketing im Sport. Grundlagen - Best Practice – Evaluation (2. Auflage). Erich Schmidt Verlag. ▪ Renz, M. (2020). Wettbewerb europäischer Profifußballligen. Ökonomisch-rechtliche Analyse der Wettbewerbskonzentration und Ligenstrukturen [Dissertation, Universität Bayreuth]. Springer Gabler.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Fußball Brand Management

Kurscode: DLBSMWFM02

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden die Besonderheiten der Markenführung im Sport beleuchtet und darauf aufbauend drei Ebenen der Markenführung im Profifußball näher betrachtet, die strategische, die operative sowie die Resultats- respektive die Wirkungsebene. Es geht darum, die wesentlichen Grundlagen des Markenmanagements im Kontext von Fußball-Clubs, Fußballspieler:innen, Fußballligen und Fußballevents zu veranschaulichen. Neben der Markenführung im Fußball werden über dies Partner und Sponsoren behandelt, die den Profifußball im Rahmen ihrer eigenen Markenführung instrumentalisieren und mitunter Fußballer:innen als Testimonials in ihrer Werbung einsetzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Markenführung und Markenphilosophie im Bereich des Fußballs richtig einzuordnen.
- die Markeninszenierung vor dem Hintergrund einer dynamischen Medienlandschaft zu bewerten.
- Markenwerte und Markenstärke im Profifußball kennen zu lernen und zu vertiefen.
- Vereine und Spieler:innen als Marken respektive Markenbotschafter:innen zu verstehen.
- die Testimonialvermarktung im Fußball und den Brand Fit zwischen Marke und Testimonial zu identifizieren und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen zum Markenmanagement
   - 1.1 Marke und Markenmanagement
   - 1.2 Die identitätsorientierte Markenführung
   - 1.3 Besonderheiten der Markenführung im Sport
2. Die Bedeutung von Marken im Fußball
   - 2.1 Fußballvereine als Marken
   - 2.2 Fußballer und Fußballerinnen als Marken
   - 2.3 Fußballevents und Brand Communities im Fußball
3. Markenführung im Fußball
   - 3.1 Die strategische Ebene der Markenführung

3.2 Die operative Ebene der Markenführung
3.3 Die Wirkungsebene der Markenführung

4. Markenführung mit Fußball
   4.1 Sponsoring und Sport-Branding
   4.2 Brand Marketing mit Fußball
   4.3 Fußballer und Fußballerinnen als Testimonials

5. Herausforderungen und Chancen im Fußball Brand Management
   5.1 Digitale Markenführung
   5.2 Internationalisierung von Fußballmarken
   5.3 Nachhaltige Markenführung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bühler, A. & Nufer, G. (2016). Markenmanagement mit Social Media – dargestellt am Beispiel deutscher Fußballmarken. In S. Regier, H. Schunk & T. Könecke (Hrsg.), Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06934-6_32
- Diegel, M. (2021). Markterweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Rückwirkungseffekte von Markentransfer- und Co-Branding-Strategien auf das Markenimage. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-33100-9
- Preuß, H., Huber, F., Schunk, H. & Könecke, T. (Hrsg.) (2014). Marken und Sport. Aktuelle Aspekte der Markenführung im Sport und mit Sport. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-3695-0
- Regier, S., Schunk, H. & Könecke, T. (Hrsg.) (2016). Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06934-6

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

E-Sport-Management

Modulcode: DLBSMWESM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Thorsten Zippan (E-Sport-Events) / Thorsten Zippan (E-Sport-Marketing)

Kurse im Modul

- E-Sport-Events (DLBSMWESM01)
- E-Sport-Marketing (DLBSMWESM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	E-Sport-Events • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten E-Sport-Marketing • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

E-Sport-Events

- Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport
- Events im E-Sport
- Planung von E-Sport-Events
- Vermarktung von E-Sport-Events
- Herausforderungen bei der Durchführung von E-Sport-Events

E-Sport-Marketing

- Die Grundlagen des E-Sport Marketings
- Potenziale des E-Sports aus Sicht von Unternehmen und Sportvereinen
- Markenführung im E-Sport und mit E-Sport
- E-Sport Marketing Strategien
- Zielgruppenorientiertes Sponsoring im E-Sport
- Die Zukunft des E-Sport Marketing

Qualifikationsziele des Moduls

E-Sport-Events

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklungen der E-Sport Events international einschätzen zu können.
- die Akteur:innen und ihre Ziele im E-Sport zu identifizieren und abzugrenzen.
- virtuelle und analoge Events sowie internationale Meisterschaften im E-Sport zu kennen.
- die unterschiedlichen Gaming-Kategorien im E-Sport zu differenzieren.
- die Entwicklung der Preisgelder und Zahlungsflüsse zu analysieren.
- E-Sport Events mit klassischen Sportevents zu vergleichen sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu diskutieren.

E-Sport-Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den E-Sport Markt international zu verstehen und Trends zu erkennen.
- zwischen klassischem Marketing, Sportmarketing und E-Sport Marketing zu differenzieren.
- Marketing auf Livestreamplattformen wie Twitch zu bewerten.
- Markenführung im E-Sport und Markenführung mit E-Sport zu erkennen und adäquat abzugrenzen.
- den Brand Fit im E-Sport zu analysieren und auch im Kontext des Influencer-Marketings zu diskutieren.
- die Möglichkeiten des zielgruppenorientierten Sponsorings im E-Sport, auch in Bezug auf die Internationalisierung, zu erörtern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

E-Sport-Events

Kurscode: DLBSMWESM01

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

Beschreibung des Kurses

Events spielen im E-Sport eine herausragende Rolle. In diesem Kurs werden die Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport ausgearbeitet und zum klassischen Eventmanagement in Beziehung gesetzt. Um das System der E-Sport Events zu verstehen, werden die wesentlichen Eventarten auf nationaler und internationaler Bühne näher betrachtet. Weiterhin gilt es die verschiedenen Locations kennenzulernen und zu bewerten. Das Kernthema ist die Planung von E-Sport Events mit allen Facetten. Darüber hinaus werden die möglichen Vermarktungsstrategien und Kommunikationskanäle erläutert. Zum Abschluss gilt es, die einzelnen Herausforderungen zu beschreiben und Lösungsstrategien zu beherrschen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklungen der E-Sport Events international einschätzen zu können.
- die Akteur:innen und ihre Ziele im E-Sport zu identifizieren und abzugrenzen.
- virtuelle und analoge Events sowie internationale Meisterschaften im E-Sport zu kennen.
- die unterschiedlichen Gaming-Kategorien im E-Sport zu differenzieren.
- die Entwicklung der Preisgelder und Zahlungsflüsse zu analysieren.
- E-Sport Events mit klassischen Sportevents zu vergleichen sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu diskutieren.

Kursinhalt

1. Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport
   - 1.1 E-Sport-Events
   - 1.2 Abgrenzung zum klassischen Eventmanagement
2. Events im E-Sport
   - 2.1 Vergleich von klassischem Sport und E-Sport
   - 2.2 Betrachtung nationaler Events
   - 2.3 Analyse der globalen Big Events
   - 2.4 Locations für E-Sport-Turniere
   - 2.5 Arten von Events
3. Planung von E-Sport-Events

3.1 Eventkonzeption
3.2 Event-Projektmanagement
3.3 Eventfinanzierung

4. Vermarktung von E-Sport-Events
4.1 Besonderheiten beim Teammanagement
4.2 Kommunikation mit der E-Sport-Community
4.3 Media-Management bei E-Sport-Events

5. Herausforderungen bei der Durchführung von E-Sport-Events
5.1 Cheating durch Soft- und Hardware
5.2 Onlineplattformen finden und analysieren
5.3 Gaming-Peripherie

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Diegel, M. (2021). Markenerweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Springer Gabler.
- Hoffmann, A. (2020). Das Phänomen E-Sport. Meyer und Meyer Verlag.
- Görlich, D. & Breuer, M. (2020). eSport: Status Quo und Entwicklungspotenziale. Springer Gabler.
- Ströh, J. H. (2017). The eSports Market and eSports Sponsoring. Tectum Verlag.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

E-Sport-Marketing

Kurscode: DLBSMWESM02

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

Beschreibung des Kurses

Das E-Sport Marketing ist eine junge Teildisziplin des Marketings bzw. des Sportmanagements. Die Digitalisierung im Sport schreitet voran. Dies betrifft nicht ausschließlich den analogen Sport und die damit verbundenen Veränderungen, sondern vielmehr auch die Veränderung des Sportverständnisses. Diese Veränderung führt zum erweiterten Sportbegriff, dem E-Sport. Aufgrund dieser Entwicklungen sind spezielle Themen des E-Sport Marketing entstanden. Zunächst gilt es zu klären, was genau E-Sport Marketing ist und inwieweit es sich vom klassischen Sportmarketing abgrenzt. Weiterhin gilt es zu analysieren, welche Potentiale im E-Sport Marketing für die einzelnen Stakeholder stecken und wie diese in der Praxis umgesetzt werden. Das Thema der Markenführung spielt im E-Sport Marketing eine zentrale Rolle. Zur Zielerreichung können verschiedene E-Sport Marketingstrategien angewendet werden und auf die Zielgruppen und die Plattformen angepasst werden. Durch eine klare Abgrenzung der Zielgruppen können zudem gezielte Sponsoringmaßnahmen initiiert werden. Der E-Sport Markt ist ein sehr dynamischer Markt, weshalb es sehr wichtig ist, auch die zukünftigen Entwicklungen zu betrachten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den E-Sport Markt international zu verstehen und Trends zu erkennen.
- zwischen klassischem Marketing, Sportmarketing und E-Sport Marketing zu differenzieren.
- Marketing auf Livestreamplattformen wie Twitch zu bewerten.
- Markenführung im E-Sport und Markenführung mit E-Sport zu erkennen und adäquat abzugrenzen.
- den Brand Fit im E-Sport zu analysieren und auch im Kontext des Influencer-Marketings zu diskutieren.
- die Möglichkeiten des zielgruppenorientierten Sponsorings im E-Sport, auch in Bezug auf die Internationalisierung, zu erörtern.

Kursinhalt

1. Die Grundlagen des E-Sport Marketings
   - 1.1 E-Sport als Produkt
   - 1.2 Begriffsbestimmung des E-Sport Marketing
   - 1.3 Abgrenzung zum klassischen Sportmarketing
2. Potenziale des E-Sports aus Sicht von Unternehmen und Sportvereinen

2.1 Analyse des Marktes und der Potenziale
2.2 Das Unternehmen im E-Sport
2.3 Der Sportverein im E-Sport

3. Markenführung im E-Sport und mit E-Sport
3.1 Markenführung im E-Sport
3.2 Markenführung mit E-Sport

4. E-Sport Marketing Strategien
4.1 Zielgruppen des E-Sport Marketings
4.2 Plattformen des E-Sport Marketings
4.3 Inhalte des E-Sport Marketings
4.4 Strategien des E-Sport Marketings

5. Zielgruppenorientiertes Sponsoring im E-Sport
5.1 Zielgruppe des Sponsorings im E-Sport
5.2 Vorteile von Sponsoring im E-Sport Markt
5.3 Herausforderungen für das Sponsoring im E-Sport Markt
5.4 Vergleich des E-Sport Sponsorings mit klassischen Sponsoringmaßnahmen im Sport

6. Die Zukunft des E-Sport Marketing
6.1 Entwicklungspotentiale im professionellen Sport
6.2 Breitensport und E-Sport Marketing
6.3 Aktuelle Themen des E-Sport Marketings

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Diegel, M. (2021). Markenerweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Springer Gabler.
- Hoffmann, A. (2020). Das Phänomen E-Sport. Meyer und Meyer Verlag.
- Görlich, D. & Breuer, M. (2020). eSport: Status Quo und Entwicklungspotenziale. Springer Gabler.
- Ströh, J. H. (2017). The eSports Market and eSports Sponsoring. Tectum Verlag.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

6. Semester

Business Consulting

Modulcode: BWCN

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Hellmann (Business Consulting I) / Prof. Dr. Andreas Hellmann (Business Consulting II)

Kurse im Modul

- Business Consulting I (BWCN01)
- Business Consulting II (BWCN02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Business Consulting I • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten Business Consulting II • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Business Consulting I

- Formen und Funktionen der Unternehmensberatung
- Der Markt für Unternehmensberatung
- Geschichte, Pioniere und Konzepte
- Beratungsfelder

Business Consulting II

- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Das Management der Unternehmensberatung
- Vermarktung von Beratungsdienstleistungen
- Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht
- Das Beratungsprojekt

Qualifikationsziele des Moduls

Business Consulting I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.
- die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.
- die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.
- die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.
- die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.

Business Consulting II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.
- die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.
- die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.
- die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Business Consulting I

Kurscode: BWCN01

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

Beschreibung des Kurses

Die Unternehmensberatung ist eine professionelle Dienstleistung, deren gesamtwirtschaftliche Bedeutung zunehmend ansteigt. Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftragsgebende Unternehmen an. Dies setzt die Fähigkeit voraus, spezifische Unternehmens- und Marktsituationen mithilfe moderner Managementkonzepte analysieren und bewerten zu können. Auf Basis ihrer Analysen sprechen Unternehmensberater Empfehlungen zur Optimierung von Unternehmensstrategien, -strukturen und -prozessen aus und begleiten diese – soweit gewünscht – in der Implementierung und Umsetzung. Um die verschiedenen Funktionen und Aufgaben der Unternehmensberatung erfolgreich zu erfüllen, benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Im Mittelpunkt fachlicher Kompetenzen stehen die Grund- und Spezialkenntnisse in der Beratung und der Betriebswirtschaftslehre. Sie umfassen u. a. analytische Kompetenzen zum Verständnis von Unternehmens- und Marktsituationen sowie die Fähigkeit zur Planung, Implementierung und Kontrolle von Beratungsprojekten. Die Entwicklung persönlicher und sozialer Kompetenzen zielt auf die Klienten-Zentrierung der Studierenden i. S. der Fähigkeit, sich auf die individuellen Beratungsbedürfnisse von Klienten einstellen zu können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.
- die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.
- die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.
- die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.
- die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.

Kursinhalt

1. Einführung in die Unternehmensberatung
   - 1.1 Business Consulting – Management Consulting – Unternehmensberatung
   - 1.2 Unternehmensberatung als Gegenstand der Wissenschaft
2. Formen und Funktionen der Unternehmensberatung
   - 2.1 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
   - 2.2 Funktionen der Unternehmensberatung

2.3 Inhouse Consulting

3. Der Markt für Unternehmensberatung
   - 3.1 Daten, Strukturen und Trends
   - 3.2 Beratungsunternehmen in Deutschland

4. Geschichte, Pioniere und Konzepte
   - 4.1 Geschichte der Unternehmensberatung
   - 4.2 Konzepte der Unternehmensberatung

5. Beratungsfelder
   - 5.1 Strategieberatung
   - 5.2 Organisations- und Transformationsberatung
   - 5.3 IT-Beratung
   - 5.4 Personalberatung/HR-Beratung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Blanke, E./Uhlhorn, F. (2011): Wie ist Beratung möglich? Vom Dirigieren der Selbstbeobachtung. Carl-Auer Verlag, Heidelberg.
- Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn.
- FEACO (Hrsg.) (2009): Survey of the European Management Consultancy Market 2007/08. (URL: http://www.feaco.org/sites/default/files/Feaco%20Survey%202007-2008.pdf. [letzter Zugriff: 14.02.2017]).
- Fink, D. (2004): Management Consulting. Die Ansätze der großen Unternehmensberater. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Fink, D./Knoblach, B. (2003): Die großen Management Consultants. Ihre Geschichte, ihre Konzepte, ihre Strategien. Vahlen, München.
- Höselbarth, F./Lay, R./Lopez de Arriortua, J. I. (Hrsg.) (2000): Die Berater. Einstieg, Aufstieg, Wechsel. FAZ-Institut, Frankfurt a. M.
- Mohe, M./Heinecke, H. J./Pfriehm, R. (Hrsg.) (2002): Consulting. Problemlösung als Geschäftsmodell. Theorie, Praxis, Markt. Klett-Cotta, Stuttgart.
- Moscho, A.(Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (2012): Das Beratungsunternehmen. Gründung, Aufbau und Strategie, Führung, Nachfolge. Oldenbourg, München.
- Walger, G. (Hrsg.) (1995): Formen der Unternehmensberatung. Systemische Unternehmensberatung, Organisationsentwicklung, Expertenberatung und gutachterliche Beratungstätigkeit in Theorie und Praxis. Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Business Consulting II

Kurscode: BWCN02

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

Beschreibung des Kurses

Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftrag-gebende Unternehmen an. Gegenstand der Unternehmensberatung ist demnach die Akquisition, Planung und Durchführung von Unternehmensberatungsprojekten. Der Inhalt dieser Beratungsprojekte ist vielfältig und kann je nach Aufgabenstellung Aspekte der strategischen Unternehmensführung, Herausforderungen im Bereich der Finanzierung und Kostensenkung, die Einführung neuer Technologien, Arbeitsmethoden und Systeme, interne Kommunikation, Umstrukturierungen, Fusionen/Übernahmen oder Auslagerungen von Unternehmen bzw. einzelner Unternehmensbereiche umfassen.Beratungsprojekte und Beratungsprozesse sind durch wiederkehrende Elemente gekennzeichnet, deren Verständnis und Anwendung den Erfolg einer Beratungsleistung maßgeblich beeinflusst. Die Kompetenz und Qualität von Auftragsakquisition und Projektmanagement wird durch das Management der Beratungsunternehmung selbst bestimmt. Je nach Beratungsphilosophie, Beratungskonzept, Beratungsorganisation und Leistungsvermarktung stellt sich in Berater-Klienten-Beziehungen Erfolg oder Misserfolg ein.Eine Teilnahme am Kurs setzt den erfolgreichen Abschluss des Kurses Business Consulting I voraus.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.
- die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.
- die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.
- die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.

Kursinhalt

1. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
   - 1.1 Die Unternehmensberatung als Professional Service Firm
   - 1.2 Das Wertschöpfungsmodell der Unternehmensberatung
   - 1.3 Das Marktumfeld der Beratungsfirma
2. Das Management der Unternehmensberatung
   - 2.1 Handlungs- und Entscheidungsfelder für das Management der Unternehmensberatung

2.2 Normative und strategische Handlungs- und Entscheidungsfelder
2.3 Personal- und HR-Management im Beratungsunternehmen

3. Vermarktung von Beratungsdienstleistungen
3.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
3.2 Strategisches Beratungs-Marketing
3.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
3.4 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen

4. Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht
4.1 Beraterhaftung
4.2 Vertragsgestaltung
4.3 Rechtsfragen der Berufsausübung

5. Das Beratungsprojekt
5.1 Voraussetzungen
5.2 Einstellungen und Techniken
5.3 Beratungsphase

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Block, P. (1999): Erfolgreiches Consulting. Das Berater Handbuch. Heyne, München.
- Kapfer-Gördes, V. (2008): Wissensmanagement in der Unternehmensberatung. Einführung von Wissensmanagement für Unternehmensberatungen und Projektgeschäfte. VDM, Saarbrücken.
- Lindemann, V. (2004): Positionierung. Marketing in der Beratung. Wie sich Top-Consultants positionieren und profilieren. Finanzbuch Verlag, München.
- Miethe, C. (2000): Leistung und Vermarktung unterschiedlicher Formen der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C. (2010): Unternehmensberatung, Band 1. Beratungsmarketing und Auftragsakquisition. 5. Auflage, Oldenbourg, München.
- Niedereichholz, C. (2012): Unternehmensberatung, Band 2. Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. 6. Auflage, Oldenbourg, München.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (2008): Consulting Wissen. Oldenbourg, München.
- Schwan, K./Seipel, K. G. (1999): Erfolgreich Beraten. Grundlagen der Unternehmensberatung. C.H.Beck, München.
- Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Gastronomie und Catering

Modulcode: DLBHOGUC

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Dr. Vera Schenkenberger (Gastronomiemanagement) / Jacqueline Dreier (Catering Management)

Kurse im Modul

- Gastronomiemanagement (DLBHOGUC01)
- Catering Management (DLBHOGUC02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Gastronomiemanagement • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Catering Management • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Gastronomiemanagement

- Übersicht über Begriffe und Terminologien in der Gastronomie
- Analyse der organisatorischen Prozesse und Abläufe in der Gastronomie
- Restaurant- und Gastronomiekonzeption
- Gastronomiemanagement
- Aktuelle Trends in der Gastronomie

Catering Management

- Historie und Begriff des Caterings
- Analyse und Überblick über die Cateringbranche
- Verschiedene Formen des Caterings
- Materialwirtschaft im Catering
- Hygienische, qualitätstechnische und sicherheitsrelevante Themen im Catering Management
- Aktuelle Trends im Catering Management

Qualifikationsziele des Moduls

Gastronomiemanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die historische Entwicklung der Gastronomie zu verstehen und zu skizzieren.
- die wichtigsten Begriffe der Gastronomie zu erklären.
- die organisatorischen Abläufe in der Gastronomie zu benennen und anzuwenden.
- die unterschiedlichen Formen gastronomischer Angebote gegenüberzustellen.
- die Kostenstrukturen in der Gastronomie zu skizzieren und eine Kalkulation inklusive Break-even-Analyse durchzuführen.
- die Grundsätze des Bestandsmanagements zu erklären und anzuwenden.
- die Herausforderungen und Chancen für die Gastronomie im digitalen Zeitalter zu identifizieren, zu analysieren und zu bewerten.
- Aspekte der Nachhaltigkeit in der Gastronomie zu analysieren und kritisch zu reflektieren.

Catering Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff Catering zu erklären und in den Gesamtkontext der Gastronomie einzuordnen.
- Ähnlichkeiten und Unterschiede der einzelnen Formen des Caterings im Hinblick auf andere Gastronomieformen zu identifizieren und zu analysieren.
- die verschiedenen spezifischen Hygienevorschriften , die notwendig sind, um Qualitätsstandards im Umgang mit Lebensmitteln zu gewährleisten, zu erläutern.
- die zusätzlichen Serviceleistungen von Cateringfirmen zu benennen.
- kundenorientierte Cateringkonzepte für die unterschiedlichen Zielgruppen zu entwickeln.
- aktuelle Trends in der Cateringbranche zu identifizieren, zu analysieren und kritisch zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Eventmanagement	Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Gastronomiemanagement

Kurscode: DLBHOGUC01

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

Beschreibung des Kurses

Die hohe Mobilität unserer Gesellschaft bewirkt, dass die Verpflegung außer Haus immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die vielfältigen gastronomischen Anbieter lassen sich in vier Bereiche aufteilen:In der Hotellerie gilt der Gastronomiebereich als ein wichtiger Bereich eines Hotelbetriebs und trägt je nach Struktur und Ausrichtung zu einem Gros des Umsatzes bei. Andererseits verursacht der Gastronomiebereich jedoch auch in der Regel den größeren betriebsbedingten Kostenblock. Er besteht in der Regel aus den Bereichen Restaurant, Bar, Café, Bankettabteilung, Etagenservice, Küche, Einkauf, Wareneinsatzkontrolle, Spül- und Geschirrbereich (Stewarding), Servicebar/Kaffeeküche und eventuell Party- bzw. Cateringservice.Der Kurs befasst sich zunächst mit der Historie und den Terminologien in der Gastronomie. Anschließend werden die Leistungssysteme und die damit verbundenen Prozesse identifiziert und analysiert. Neben den organisatorischen Abläufen fließen Aspekte der Restaurantkonzeption ebenfalls in den Kursinhalt mit ein. Aufgrund der hohen Bedeutung der Kostenkontrolle im Gastronomiemanagement werden Kostenstruktur und Preisgestaltungen im Gastronomiebereich näher erläutert und analysiert. Darüber hinaus werden die unterschiedlichen Schritte der Messeorganisation beschrieben. Neben den aktuellen Trends und Herausforderungen für die Gastronomie im digitalen Zeitalter werden abschließend Aspekte der Nachhaltigkeit in der Gastronomie analysiert und kritisch reflektiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die historische Entwicklung der Gastronomie zu verstehen und zu skizzieren.
- die wichtigsten Begriffe der Gastronomie zu erklären.
- die organisatorischen Abläufe in der Gastronomie zu benennen und anzuwenden.
- die unterschiedlichen Formen gastronomischer Angebote gegenüberzustellen.
- die Kostenstrukturen in der Gastronomie zu skizzieren und eine Kalkulation inklusive Break-even-Analyse durchzuführen.
- die Grundsätze des Bestandsmanagements zu erklären und anzuwenden.
- die Herausforderungen und Chancen für die Gastronomie im digitalen Zeitalter zu identifizieren, zu analysieren und zu bewerten.
- Aspekte der Nachhaltigkeit in der Gastronomie zu analysieren und kritisch zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Historie und Terminologien in der Gastronomie
   - 1.1 Die Geschichte der Gastronomie

- 1.2 Terminologien in der Gastronomie

2. Gastronomische Leistungssysteme
   - 2.1 Organisatorische Strukturen in der Gastronomie
   - 2.2 Formen gastronomischer Angebote
   - 2.3 Bedürfnisstruktur in der Gastronomie

3. Restaurantkonzeption und -entwicklung
   - 3.1 Stufen der Restaurantkonzeption und -planung
   - 3.2 Restaurantdesign

4. Kostenstruktur in der Gastronomie
   - 4.1 Umsatz-/Gewinnanalyse
   - 4.2 Break-even-Analyse
   - 4.3 Standardkosten und Preiskalkulation

5. Beschaffungs- und Bestandsmanagement
   - 5.1 Einkaufs- und Beschaffungsmarketing
   - 5.2 Grundsätze der Bestandskontrolle
   - 5.3 Bestandsmanagement und Warenumschlag

6. Online-Herausforderungen und -Chancen für die Gastronomie
   - 6.1 Soziale Medien
   - 6.2 Online Ordering und Internetportale
   - 6.3 Reservierungs- und Bewertungsportale

7. Nachhaltiges Restaurantmanagement
   - 7.1 Lebensmittelverschwendung und Abfallpolitik
   - 7.2 Energie- und Wasserverbrauch
   - 7.3 Nachhaltiger Einkauf und Marketing

8. Neue Trends und Entwicklungen in der Gastronomie
   - 8.1 Digitalisierung
   - 8.2 Strukturwandel im Lebensmittelsektor
   - 8.3 Take-away

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Civitello, L. (2011): Cuisine and Culture. A History of Food and People. 3. Auflage, Wiley, Hoboken, NJ.
- Flad, P. O. (2002): Dienstleistungsmanagement in Gastronomie und Foodservice-Industrie. Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main.
- Gruner, A./Freyberg, B. v./Euchner, M. (2016): Gastronomie managen. Umsatzchancen nutzen, Kostenfallen meiden. Matthaes Verlag, Stuttgart.
- Henschel, U. K./Gruner, A. (2013): Hotelmanagement. 4. Auflage, Oldenbourg, München.
- Hinterholzer, T. (2013): Facebook, Twitter und Co. in Hotellerie und Gastronomie. Ein Handbuch für Praktiker. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Köhn, C. (2012): Food & Beverage Controlling. GRIN, München.
- Meyer, H. (2011): Management in der Gastronomie, m. CD-ROM. Oldenbourg, München.
- Murano, P. (2002). Understanding Food Science and Technology. Wadsworth, Belmont (CA).
- Sloan, P./Legrand, W./Hindley, C. (2015). The Routledge Handbook of Sustainable Food and Gastronomy. Routledge, London.
- Wilde, H. et al. (2010): Controlling im Food & Beverage-Management. Oldenbourg, München.
- AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gastronomiezeitung
- Catering Management
- Food service
- FoodService Europe & Middle East
- gastrotel
- gastronomie und hotellerie
- Küche
- nomyblog – Magazin für Gastronomie und Genuss

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Catering Management

Kurscode: DLBHOGUC02

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs umfasst eine Reihe von sehr unterschiedlichen Arten und Formen des Cateringservice. Business-, Care-, Verkehrs-, Schul-, Hochschul-, Stadion-, Messe- und Event-Catering sind dabei wichtige Bereiche für Cateringunternehmen wie auch die Vending-Branche und das Non-Food-Catering.Neben den Grundlagen des Caterings werden ebenso wichtige Bereiche wie die der Cateringtechnologie, des Cateringrechts und des Catering Marketings erläutert und analysiert. Ein besonderer Fokus liegt dabei auch auf dem Beschaffungsaspekt, dem Qualitäts- und Hygienemanagement sowie auf den Besonderheiten des Transports und der Logistik. Neben der Entwicklung kundenorientierter Cateringkonzepte gibt der Kurs abschließend einen Ausblick auf aktuelle Trends im Bereich des Caterings.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff Catering zu erklären und in den Gesamtkontext der Gastronomie einzuordnen.
- Ähnlichkeiten und Unterschiede der einzelnen Formen des Caterings im Hinblick auf andere Gastronomieformen zu identifizieren und zu analysieren.
- die verschiedenen spezifischen Hygienevorschriften , die notwendig sind, um Qualitätsstandards im Umgang mit Lebensmitteln zu gewährleisten, zu erläutern.
- die zusätzlichen Serviceleistungen von Cateringfirmen zu benennen.
- kundenorientierte Cateringkonzepte für die unterschiedlichen Zielgruppen zu entwickeln.
- aktuelle Trends in der Cateringbranche zu identifizieren, zu analysieren und kritisch zu bewerten.

Kursinhalt

1. Begriff und Historie des Catering Business
   - 1.1 Catering im Kontext der Außer-Haus-Verpflegung
   - 1.2 Die Entwicklung der Gemeinschaftsverpflegung und des Catering Business
   - 1.3 Betreiber- und Bewirtschaftungsmodelle
   - 1.4 Der deutsche Cateringmarkt
2. Sparten des Contract Caterings
   - 2.1 Business Catering
   - 2.2 Education Catering

2.3 Care Catering
2.4 Verkehrs-Catering

3. Event- und Sport-Catering
3.1 Stadion-Catering
3.2 Messe-Catering
3.3 Event-Catering

4. Materialwirtschaft im Catering
4.1 Beschaffungs- und Logistikmanagement
4.2 Zentraleinkauf
4.3 Lagerung

5. Lebensmittelhygiene: gesetzliche Grundlagen und Praxis im Catering
5.1 Gesetzliche Vorgaben
5.2 Gute Hygienepraxis (GHP)
5.3 HACCP
5.4 Spezielle Anforderungen im Catering

6. Besonderheiten im Catering
6.1 Transport
6.2 Personalwesen
6.3 Zusätzliche Serviceangebote

7. Aktuelle Trends im Catering Business
7.1 Marketing und Online-Portale
7.2 Cook & Chill
7.3 Superfoods

8. Perspektiven von Green Catering
8.1 Was ist Green Catering?
8.2 Maßnahmen und Kriterien
8.3 Perspektiven

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bless, T. J. (2008): Erfolgreich in der Gastronomie. Entwicklungen und Trends in der deutschen Esskultur. Diplomica, Hamburg.
- Hinterholzer, T. (2013): Facebook, Twitter und Co. in Hotellerie und Gastronomie. Ein Handbuch für Praktiker. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Janssen, J./Lehrke, M. (2015): HACCP. Kompakt und verständlich. Ein Leitfaden zur Umsetzung von HACCP in der Lebensmittelwirtschaft. Lehrke, Hamburg.
- Kammerer, H./Cordes, E. (2007): Partyservice und Catering. Matthaes, Stuttgart.
- Kober, R. E (2007): Catering total. Die Vielfalt und die Chancen des Catering. Wagner, Gelnhausen.
- Sloan, P./Legrand, W./Hindley, C. (2015). The Routledge Handbook of Sustainable Food and Gastronomy. Routledge, London.
- Steinel, M. (2008): Erfolgreiches Verpflegungsmanagement. Praxisorientierte Methoden für Einsteiger und Profis. Verlag Neuer Merkur/rhw, München.
- Wilde, H. et al. (2010): Controlling im Food & Beverage-Management. Oldenbourg, München.
- Zeitschriften:
- AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gastronomiezeitung
- Catering Inside
- Catering Management
- Eventlocations
- Food service
- gastgewerbe
- gv-Praxis
- Küche
- nomyblog – Magazin für Gastronomie und Genuss

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Online- und Social-Media-Marketing

Modulcode: DLBMSM-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Bernhard Wecke (Onlinemarketing) / Prof. Dr. Susanne O'Gorman (Social-Media-Marketing)

Kurse im Modul

- Onlinemarketing (DLBMSM01-01)
- Social-Media-Marketing (DLBMSM02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Onlinemarketing • 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 Social-Media-Marketing • Studienformat "myStudium": Advanced Workbook • Studienformat "Fernstudium": Advanced Workbook • Studienformat "Duales Studium": Advanced Workbook • Studienformat "Duales myStudium": Advanced Workbook • Studienformat "Kombistudium": Advanced Workbook
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Onlinemarketing

- Grundlagen des Onlinemarketings
- Formen und Kanäle des Onlinemarketings
- Onlinemarketing-Strategie
- Mediaplanung online
- Der Onlineauftritt
- Mobile Marketing und M-Commerce
- Onlinerecht
- Onlinekundenbindung und -service
- Web Analytics

Social-Media-Marketing

- 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

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.

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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Online & Social Media Marketing auf	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. ▪ Kreutzer, 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	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

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 Werbetool 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. ▪ Pahrmann, 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	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales Studium

Studienform	Kursart
Duales Studium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

International Management

Module Code: BWINT-02

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum		BA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction and Examination
see curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	English

Module Coordinator

Prof. Dr. Jonathan Black-Branch (International Management) / Audrey Fernandes-Diehl (Zertifikatskurs Englisch)

Contributing Courses to Module

- International Management (BWINT01)
- Zertifikatskurs Englisch (DLFSWE01)

Module Exam Type

Module Exam	Split Exam International Management • Study Format "Duales myStudium": Exam, 90 Minutes • Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes • Study Format "On Campus": Exam, 90 Minutes • Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes Zertifikatskurs Englisch • Study Format "Duales myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Study Format "myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Study Format "Kombistudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Study Format "Fernstudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)
Weight of Module see curriculum	

Module Contents

International Management

- Globalization and the internationalization of business
- Assessment of political, legal, economic, and cultural Contexts
- Strategy in international business
- Organization in international business
- Marketing in international business
- Human resource management in international business

Zertifikatskurs Englisch

Erlernen und vertiefen von Englisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen, sowie verschiedenes Kursmaterial.

Learning Outcomes

International Management

On successful completion, students will be able to

- recognize and explain the cultural, social, economic, historical, and political differences that affect strategic decision making on an international/global scale.
- gather specific information and conduct reliable assessments of the opportunities and risks related to business activities in different geographical market regions and specific national markets.
- describe the impact of culture on international business activities.
- identify different options for market entry and market development and participate in strategic planning activities that address these issues.
- design and evaluate different organizational structures for international businesses and design measures to optimize organizational structures for international operations.
- design, evaluate, and optimize human resource management practices for global and multinational companies.
- explain options for international marketing and select an appropriate marketing mix relative to specific products/services and the target market.
- identify and manage challenges associated with operating in an international/global business environment, such as the procurement and coordination of resources and human resource management.
- develop business plans that implement specific organizational, marketing, and distribution strategies in selected regions/countries.

Zertifikatskurs Englisch

On successful completion, students will be able to

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Links to other Modules within the Study Program	**Links to other Study Programs of the University**
Baut auf Modulen im Bereich Betriebswirtschaft & Management und Sprachen auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

International Management

Course Code: BWINT01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
BA	English		5	none

Course Description

Globalization presents multiple opportunities and challenges to product and service industries. Many companies previously engaged in local markets must consider global trends and international markets, both on the demand and on the supply side. With this, comes new opportunities to market products and services. At the same time, complexity in daily business increases and managers have to face ambiguities and frequently changing contexts. With more competition, more diverse markets, and cultural, political, and legal challenges abroad, it has become more difficult to manage a company efficiently. All these factors call for managers to adopt a global mindset and sufficient cultural sensitivity.The course is designed to cover the economic, organizational, and cultural underpinnings that students need to grasp in order to better understand the managerial challenges that global organizations of all types and sizes have to cope with. Participants of this course will be provided with empirical knowledge and first-hand experiences of international management. Through multiple case studies within the course book, online lectures, and tutorials, students will develop a detailed understanding of the strategies and operational patterns necessary to successfully operate in international markets.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- recognize and explain the cultural, social, economic, historical, and political differences that affect strategic decision making on an international/global scale.
- gather specific information and conduct reliable assessments of the opportunities and risks related to business activities in different geographical market regions and specific national markets.
- describe the impact of culture on international business activities.
- identify different options for market entry and market development and participate in strategic planning activities that address these issues.
- design and evaluate different organizational structures for international businesses and design measures to optimize organizational structures for international operations.
- design, evaluate, and optimize human resource management practices for global and multinational companies.
- explain options for international marketing and select an appropriate marketing mix relative to specific products/services and the target market.
- identify and manage challenges associated with operating in an international/global business environment, such as the procurement and coordination of resources and human resource management.
- develop business plans that implement specific organizational, marketing, and distribution strategies in selected regions/countries.

Contents

1. Introduction to International Management
   - 1.1 What is Globalization?
   - 1.2 Facts about Globalization and the Global Economy
   - 1.3 Theoretical Explanations for Globalization
2. The International Company and its Environment
   - 2.1 International Companies and their Operations
   - 2.2 Operational Patterns in International Markets
   - 2.3 Assessment of the Environment for Internalization
3. Culture and International Business
   - 3.1 A Generic Perspective on Culture
   - 3.2 Organizational Culture
   - 3.3 Cultural Diversity and the Contemporary Manager
4. Strategy Development in International Business
   - 4.1 Strategy in Globalized Business Operations
   - 4.2 Strategy Concepts and Strategic Options

4.3 Managing Strategy

5. International Human Resource Management
   - 5.1 Characteristics of International Human Resource Management
   - 5.2 The Global Manager
   - 5.3 Instruments in International Human Resource Management

6. Organization in International Business
   - 6.1 Traditional Perspectives on Business Organization
   - 6.2 Modern Views on Business Organization
   - 6.3 Coordination of Intra-Organization Collaboration

7. International Marketing
   - 7.1 Marketing in International Business
   - 7.2 Strategic Choices in International Marketing
   - 7.3 Marketing Mix Choices in International Marketing

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Deresky, H. (2016). International management (9th ed.). Harlow: Prentice Hall International
- Collinson, C., Narula, R., and Rugma, Alan.M. (2020). International Business, 8th edition Pearson.
- Peng, M. W., & Meyer, K. (2023). International business. (4th ed.) London: Cengage Learning Emea.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2019). International business: Environments and Operations (16th ed.). Harlow: Pearson.

Study Format Duales myStudium

Study Format	Course Type
Duales myStudium	Theory Course

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed	☑ Course Book	☑ Practice Exam
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Slides	

Study Format myStudies

Study Format	Course Type
myStudies	Theory Course

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed	☑ Course Book	☑ Practice Exam
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Slides	

Study Format On Campus

Study Format	Course Type
On Campus	Theory Course

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed	☑ Course Book	☑ Practice Exam
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Slides	

Study Format Distance Learning

Study Format	Course Type
Distance Learning	Theory Course

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed	☑ Course Book	☑ Practice Exam
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Slides	

Zertifikatskurs Englisch

Kurscode: DLFSWE01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Studierenden ein Zertifikat entsprechend des gewählten Levels.

Kursziele

On successful completion, students will be able to

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)
- ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
  - Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, „phrasal verbs“, Kollokationen und Redewendungen. Unterschiede zwischen britischem und amerikanischem Englisch

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Internationales Marketing und Branding

Modulcode: BWMI-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Georg Bouché (Internationales Marketing) / Prof. Dr. Carmen Horn (Internationales Brand Management)

Kurse im Modul

- Internationales Marketing (BWMI01-01)
- Internationales Brand Management (BWMI02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Internationales Marketing • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Internationales Brand Management • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Internationales Marketing

- 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

Internationales Brand Management

- 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 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.

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	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb	Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Internationales Marketing

Kurscode: BWMI01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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 Angelos et. al.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Internationales Brand Management

Kurscode: BWMI02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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 Markenkonzepte 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./Burmann, C./Koers, M. (Hrsg.) (2005): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Big Data und Web-Analytics

Modulcode: DLBMAWBDWA

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Maik Günther (Data Analytics und Big Data) / Prof. Dr. Thomas Bolz (Web-Analytics)

Kurse im Modul

- Data Analytics und Big Data (DLBINGDABD01)
- Web-Analytics (DLBECWC01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Data Analytics und Big Data • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (100%) • Studienformat "Duales myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Web-Analytics • Studienformat "Duales myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "Duales Studium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Data Analytics und Big Data

- Einführung in die Analyse von Daten
- Statistische Grundlagen
- Data Mining
- Big Data-Methoden und Technologien
- Rechtliche Aspekte der Datenanalyse
- Lösungsszenarien
- Anwendung von Big Data in der Industrie

Web-Analytics

- Methoden und technische Grundlagen der Web-Analyse
- Key Performance Indicators (KPI) definieren und auswerten

Qualifikationsziele des Moduls

Data Analytics und Big Data

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen Informationen und Daten zu unterscheiden und die Bedeutung dieser Begriffe für die Entscheidungsfindung wiederzugeben.
- die Big Data-Problematik, insbesondere im Zusammenhang mit dem Internet of Things, herzuleiten und anhand von Beispielen zu beschreiben.
- Grundlagen aus der Statistik, die für die Analyse großer Datenbestände notwendig sind zu erläutern.
- den Prozess des Data Mining nachzuvollziehen und verschiedene Methoden darin einzuordnen.
- ausgewählte Methoden und Technologien einzuordnen, die im Big Data-Kontext angewendet werden und sie an einfachen Beispielen anzuwenden.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Anwendung der Datenanalyse in Deutschland sowie international zu kategorisieren.
- die besonderen Chancen und Herausforderungen der Anwendung von Big Data-Analysen in der Industrie zu erläutern.

Web-Analytics

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff Web Analytics (Web-Analyse) zu definieren und das Fachgebiet Web Analytics im Hinblick auf typische Ziele und Anwendungsgebiete zu beschreiben.
- wichtige Kennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) zu definieren, die für das Marketing zentral sind.
- ein erfolgreiches Controlling der Webaktivitäten aufzubauen, um die zuvor festgelegten Ziele bestmöglich zu messen.
- zentrale Metriken, Methoden und Modelle der Webanalyse zu verstehen, um die Customer Journey zu messen und zu optimieren.
- die Datenschutz-Problematik und rechtlichen Bedenken beim Einsatz von Web-Analyse-Tools auf Websites einzuschätzen und datenschutz- und rechtskonform anzuwenden.
- aus dem Angebot von Analytics-Tools das passende für ein Unternehmen bzw. ein Marketing-Aktivität auszuwählen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus den Bereichen Data Science & Artificial Intelligence und Marketing & Vertrieb auf	Alle Bachelor-Programme in den Bereichen IT & Technik und Marketing & Kommunikation

Data Analytics und Big Data

Kurscode: DLBINGDABD01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist es, die Studierenden mit ausgewählten Methoden und Techniken der Datenanalyse im Kontext stetig wachsender, heterogener Datenmengen vertraut zu machen. Hierzu wird zunächst die grundsätzliche Relevanz von Big Data-Methoden anhand der historischen Entwicklung der Datenbestände motiviert. Entscheidend ist hier unter anderem die kontinuierliche Belieferung der Systeme mit Sensordaten aus dem Internet of Things. Es folgt eine kurze Einführung in die wesentlichen statistischen Grundlagen, bevor die einzelnen Schritte des Data Mining-Prozess thematisiert werden. In Abgrenzung zu diesen klassischen Verfahren werden dann ausgewählte Methoden vorgestellt, mit denen Datenbestände im Big Data-Kontext analysierbar gemacht werden können. Weil die Datenanalyse bestimmten gesetzlichen Rahmenbedingungen unterliegt, werden in diesem Kurs zudem rechtliche Aspekte wie der Datenschutz behandelt.
Der Kurs schließt mit einem Überblick über den Praxiseinsatz von Big Data-Methoden und -Werkzeugen. Hierbei werden insbesondere die Anwendungsfelder im industriellen Kontext beleuchtet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen Informationen und Daten zu unterscheiden und die Bedeutung dieser Begriffe für die Entscheidungsfindung wiederzugeben.
- die Big Data-Problematik, insbesondere im Zusammenhang mit dem Internet of Things, herzuleiten und anhand von Beispielen zu beschreiben.
- Grundlagen aus der Statistik, die für die Analyse großer Datenbestände notwendig sind zu erläutern.
- den Prozess des Data Mining nachzuvollziehen und verschiedene Methoden darin einzuordnen.
- ausgewählte Methoden und Technologien einzuordnen, die im Big Data-Kontext angewendet werden und sie an einfachen Beispielen anzuwenden.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Anwendung der Datenanalyse in Deutschland sowie international zu kategorisieren.
- die besonderen Chancen und Herausforderungen der Anwendung von Big Data-Analysen in der Industrie zu erläutern.

Kursinhalt

1. Einführung in die Analyse von Daten

- 1.1 Entscheidungen, Informationen, Daten
- 1.2 Historische Entwicklung der Speicherung und Auswertung von Daten
- 1.3 Big Data: Eigenschaften und Beispiele
- 1.4 Datenanalyse
- 1.5 Das Internet of Things als Treiber für Big Data

2. Statistische Grundlagen
   - 2.1 Deskriptive Datenanalyse
   - 2.2 Inferenzielle Datenanalyse
   - 2.3 Explorative Datenanalyse
   - 2.4 Multivariate Datenanalyse

3. Data Mining
   - 3.1 Knowledge Discovery in Databases
   - 3.2 Assoziationsanalyse
   - 3.3 Korrelationsanalyse
   - 3.4 Prognose
   - 3.5 Clusteranalyse
   - 3.6 Klassifikation

4. Big Data-Methoden und -Technologien
   - 4.1 Technologiebausteine
   - 4.2 MapReduce
   - 4.3 Text- und semantische Analyse
   - 4.4 Audio- und Videoanalyse
   - 4.5 BASE und NoSQL
   - 4.6 In-Memory-Datenbanken
   - 4.7 Big-Data-Erfolgsfaktoren

5. Rechtliche Aspekte der Datenanalyse
   - 5.1 Datenschutzgrundsätze in Deutschland
   - 5.2 Anonymisierung und Pseudonymisierung
   - 5.3 Internationale Datenanalyse
   - 5.4 Leistungs- und Integritätsschutz

6. Lösungsszenarien

7. Anwendung von Big Data in der Industrie
   - 7.1 Produktion und Logistik

7.2 Effizienzsteigerungen in der Supply Chain
7.3 Schlüsselfaktor Daten
7.4 Beispiele und Fazit

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Cleve, J./Lämmel, U. (2020): Data Mining. 3. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin.
- Dorschel, J. (2015): Praxishandbuch Big Data. Wirtschaft – Recht – Technik. Gabler, Wiesbaden.
- Fouda, E. (2020): Learn Data Science Using SAS Studio. A Quick-Start Guide. Apress, Berkeley (CA).
- Marz, N./Warren, J. (2015): Big Data: Principles and best practices of scalable realtime data systems. Manning Publications, Shelter Island (NY).
- Prabhu, C. S. R. et al. (2019): Big Data Analytics: Systems, Algorithms, Applications. Springer, Singapur.
- Runkler, T. A. (2020): Data Analytics. Models and Algorithms for Intelligent Data Analysis. Vieweg + Teubner, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Web-Analytics

Kurscode: DLBECWC01

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

Beschreibung des Kurses

Web-Analytics ist die Untersuchung des Benutzerverhaltens im Web, in der Regel bezogen auf die Interaktionen mit einer bestimmten Website oder Web-Anwendung. So lässt sich beispielsweise erkennen, wie viele Besucher auf die eigene Seite kommen, was sie dort machen und wo sie die Seite wieder verlassen. Auch Transaktionen und ihre Herkunft werden auf diese Weise gemessen. So lässt sich der Erfolg von Online-Marketing-Aktionen messen.Dennoch steckt Web Analytics bei vielen Unternehmen immer noch in den Kinderschuhen. Das Problem: In vielen Fällen reicht es nicht aus, lediglich ein Analytics-System auf einer Website einzubauen. Die eigentliche Arbeit beginnt bereits vorher mit diversen individuellen, businessabhängigen Fragestellungen. Für welches Tool entscheide ich mich? Welche Kennziffern sind wichtig? Welche Aktionen kann ich aus den generierten Zahlen ableiten? Hierzu benötigt man fundiertes Wissen und die entsprechenden Hintergründe. Der Kurs Web-Analytics vermittelt das passende Hintergrundwissen, um Website-Daten korrekt zu ermitteln, umfassend zu analysieren und mit den daraus gewonnenen Ergebnissen das Online-Marketing bestmöglich zu optimieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff Web Analytics (Web-Analyse) zu definieren und das Fachgebiet Web Analytics im Hinblick auf typische Ziele und Anwendungsgebiete zu beschreiben.
- wichtige Kennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) zu definieren, die für das Marketing zentral sind.
- ein erfolgreiches Controlling der Webaktivitäten aufzubauen, um die zuvor festgelegten Ziele bestmöglich zu messen.
- zentrale Metriken, Methoden und Modelle der Webanalyse zu verstehen, um die Customer Journey zu messen und zu optimieren.
- die Datenschutz-Problematik und rechtlichen Bedenken beim Einsatz von Web-Analyse-Tools auf Websites einzuschätzen und datenschutz- und rechtskonform anzuwenden.
- aus dem Angebot von Analytics-Tools das passende für ein Unternehmen bzw. ein Marketing-Aktivität auszuwählen.

Kursinhalt

1. Grundlagen
    - 1.1 Definitionen und Abgrenzung zu Digital Analytics
    - 1.2 Grenzen und Möglichkeiten

- 1.3 Marktteilnehmer
- 1.4 Auswahl eines Analytics-Systems

2. Datensammlung, Datenspeicherung und Datenauswertung
   - 2.1 Praxisbeispiel
   - 2.2 Methoden der Datensammlung
   - 2.3 Methoden der Datenspeicherung
   - 2.4 Methoden der Datenauswertung
   - 2.5 Rechtliche Aspekte

3. Metriken
   - 3.1 Praxisbezug
   - 3.2 Hits
   - 3.3 Seitenaufrufe
   - 3.4 Besuche
   - 3.5 Besucher
   - 3.6 Weitere Metriken

4. Key Performance Indicators (KPIs) der Web-Analyse
   - 4.1 Publikum
   - 4.2 Traffic-Quellen
   - 4.3 Inhaltsnutzung
   - 4.4 Conversion und Kosten
   - 4.5 KPIs spezifischer Inhalte und digitale Kanäle

5. Attribution und Attributionsmodelle
   - 5.1 Einleitung
   - 5.2 Attribution und Customer Journey
   - 5.3 Statische und dynamische Attributionsmodelle
   - 5.4 KPIs der Marketing-Attribution
   - 5.5 Datenbasierte Budget-Allokation

6. Erfolgsmessung und -optimierung
   - 6.1 Zieltypen
   - 6.2 Zielfindung und -definition
   - 6.3 Zielorientierte Digitalkanal-Aktivitäten und Messgrößen
   - 6.4 Identifikation, Selektion und Implementierung von von KPIs
   - 6.5 KPIs und Dashboards

6.6 Optimierung anhand von Analytics-Erkenntnissen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Grigsby, M. (2018): Marketing Analytics. A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. 2. Auflage, Kogan Page, London. ▪ Hassler, M. (2017): Digital und Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren. mitp Business, Frechen. ▪ Kamps, I./Schetterer D. (2017): Performance Marketing. Der Wegweiser zu einem mess- und steuerbaren Marketing – Einführung in Instrumente, Methoden und Technik. Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Kreutzer, R. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte, Instrumente, Checklisten. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Lemmenett, E. (2017): Praxiswissen Online-Marketing, Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Vollmert, M./Lück, H. (2018): Google Analytics - Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing, Bonn.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	Kursart
Duales Studium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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.

Programmierung: Java und Web-Anwendungsoberflächen

Modulcode: DLBUXWP-02

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Cornelia Heinisch (Grundlagen der objektorientierten Programmierung mit Java) / Prof. Dr. Marian Benner-Wickner (Programmierung von Webanwendungsoberflächen)

Kurse im Modul

- Grundlagen der objektorientierten Programmierung mit Java (DLBCSOOPJ01_D)
- Programmierung von Webanwendungsoberflächen (IPWA01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Grundlagen der objektorientierten Programmierung mit Java • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten Programmierung von Webanwendungsoberflächen • Studienformat "myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Grundlagen der objektorientierten Programmierung mit Java

- Java Sprachkonzept und erste Java-Programme
- Datentypen, Operatoren, Kontrollstrukturen und Methoden
- Objektorientierte Modellierung
- Klassen und Objekte
- Vererbung und Polymorphie
- Abstrakte Klassen und Schnittstellen
- Weiterführende Konzepte

Programmierung von Webanwendungsoberflächen

- Programmierstil
- Arbeiten mit Objekten
- Externe Pakete und Bibliotheken
- Datenstrukturen
- Zeichenketten und Calendar
- Dateisystem und Datenströme

Qualifikationsziele des Moduls

Grundlagen der objektorientierten Programmierung mit Java

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundkonzepte der objektorientieren Modellierung und Programmierung zu erläutern und sie voneinander abzugrenzen.
- die Grundkonzepte und -elemente der Programmiersprache Java zu beschreiben und haben Erfahrungen in deren Verwendung.
- konkret beschriebene Probleme selbstständig zu lösen.

Programmierung von Webanwendungsoberflächen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- wichtige Elemente zu identifizieren und den Aufbau aktueller Web-Anwendungsarchitekturen zu beschreiben.
- einfache statische Webseiten mit HTML zu realisieren.
- Webseiten mit CSS und CSS-Frameworks zu gestalten.
- dynamische Webseiten mit JavaScript zu entwickeln.
- den Umgang mit relevanten Tools zur Entwicklung und Quellcode-Verwaltung von Webseiten zu beherrschen.
- Konzepte zum Testen von Webanwendungen zu verstehen.
- typische Sicherheitsprobleme von Webseiten zu erkennen und zu wissen, wie sie überwunden werden können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Grundlagen der objektorientierten Programmierung mit Java

Kurscode: DLBCSOOPJ01_D

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

Beschreibung des Kurses

Betriebliche Informationssysteme werden in der Regel objektorientiert geplant und programmiert. Daher werden in diesem Kurs grundlegende Kompetenzen der objektorientierten Programmierung vermittelt. Dabei werden die theoretischen Konzepte unmittelbar anhand der Programmiersprache Java gezeigt und geübt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundkonzepte der objektorientieren Modellierung und Programmierung zu erläutern und sie voneinander abzugrenzen.
- die Grundkonzepte und -elemente der Programmiersprache Java zu beschreiben und haben Erfahrungen in deren Verwendung.
- konkret beschriebene Probleme selbstständig zu lösen.

Kursinhalt

1. Java Sprachkonzept und erste Java-Programme
   - 1.1 Übersetzungskonzept – Compiler und Interpreter
   - 1.2 Erstes Java-Programm – main()-Methode
   - 1.3 Erste Klassen und Objekte in Java
   - 1.4 Ein- und Ausgabe auf der Konsole
   - 1.5 Testen von Java-Programmen

2. Datentypen, Operatoren, Kontrollstrukturen und Methoden
   - Datentypen
   - Operatoren
   - Kontrollstrukturen
   - Parametrisierung von Methoden

3. Objektorientierte Modellierung
   - Objektorientierung im Software-Entwicklungsprozess
   - Von der Realität zum Modell

- Objektorientierte Prinzipien

4. Klassen und Objekte
   - Instanzvariable und Instanzmethoden
   - Objekt-Erzeugung und Konstruktoren
   - Die this-Referenz
   - Überladen von Methoden
   - Klassenvariable und Klassenmethoden

5. Vererbung und Polymorphie
   - Das Konzept der Vererbung
   - Die Klasse Object
   - Polymorphie und Überschreiben

6. Abstrakte Klassen und Schnittstellen
   - Optimierung von Vererbungshierarchien
   - Trennung von Spezifikation und Implementierung
   - Schnittstellen

7. Weiterführende Konzepte
   - Ausnahmebehandlung
   - Pakete und Klassenbibliotheken
   - Kompaktschreibweisen in der Java-Syntax

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Abts, D. (2024). Grundkurs JAVA: Von den Grundlagen bis zu Datenbank- und Netzanwendungen.
- Dörn, S. (2023). Java lernen in abgeschlossenen Lerneinheiten: Der Einstieg in die Programmierung mit vielen Beispielen. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Riesen, K. (2021). Java in 14 Wochen: Ein Lehrbuch für Studierende der Wirtschaftsinformatik. Springer Vieweg.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Programmierung von Webanwendungsoberflächen

Kurscode: IPWA01-01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel dieses Kurses ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, einfache Webanwendungen mit etablierten Technologien zu programmieren. Zunächst erhalten die Studierenden wichtige Einblicke in den typischen Aufbau aktueller Web-Anwendungsarchitekturen. Darauf aufbauend erlernen die Studierenden die Hypertext Markup Language (HTML), um einfache Webseiten zu entwickeln. In Ergänzung sollen die Studierenden sich mit den wichtigsten und gängigsten Elementen des Cascading Stylesheet (CSS) Standards vertraut machen, um die in HTML geschriebenen Inhalte zu layouten. Um einfache dynamische Webseiten zu realisieren, lernen die Studierenden den Einsatz von JavaScript und exemplarisch unterstützende Frameworks. Damit verbunden ist der Einsatz einschlägiger Tools zur Entwicklung- und Quellcode-Verwaltung von Webseiten. Schließlich lernen sie die Grundlagen des Testens und der Sicherheit von Webseiten kennen und zu bewerten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- wichtige Elemente zu identifizieren und den Aufbau aktueller Web-Anwendungsarchitekturen zu beschreiben.
- einfache statische Webseiten mit HTML zu realisieren.
- Webseiten mit CSS und CSS-Frameworks zu gestalten.
- dynamische Webseiten mit JavaScript zu entwickeln.
- den Umgang mit relevanten Tools zur Entwicklung und Quellcode-Verwaltung von Webseiten zu beherrschen.
- Konzepte zum Testen von Webanwendungen zu verstehen.
- typische Sicherheitsprobleme von Webseiten zu erkennen und zu wissen, wie sie überwunden werden können.

Kursinhalt

1. Architektonische Fundamente
   - 1.1 Struktur und Geschichte des Internets
   - 1.2 Internetprotokolle und URIs
   - 1.3 Architektur von Webanwendungen
   - 1.4 Aktuelle Trends

2. Werkzeuge der Webentwicklung
   - 2.1 Entwicklungstools
   - 2.2 Versionsverwaltung
   - 2.3 Paketmanager
   - 2.4 Upload/Bereitstellung

3. Entwicklung von statischen Webseiten
   - 3.1 Grundlagen von HTML5
   - 3.2 Grundlagen von Cascading Style Sheets

4. Erweiterte Konstruktionstechniken
   - 4.1 Responsives Web-Design
   - 4.2 Seitenlayout
   - 4.3 Media Queries
   - 4.4 CSS-Frameworks

5. Webseitenentwicklung mit JavaScript
   - 5.1 JavaScript-Geschichte, ES5/ES6
   - 5.2 JavaScript-Grundlagen
   - 5.3 Verwendung von JSON
   - 5.4 Gängige JavaScript-Frameworks

6. Testen und Sicherheit von Webanwendungen
   - 6.1 Testen von Webanwendungen
   - 6.2 Grundlegende Sicherheitskonzepte und -prinzipien

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Bühler, P., Sinner, D., & Schlaich, P. (2017). HTML5 und CSS3. Semantik - Design – Responsive Layouts. Springer. ▪ Dease, N. (2021). Bridging the user interface gap: Bulma, Bootstrap, and Foundation. Online Searcher, 45(2), 20–24. ▪ Flanagan, D. (2020). JavaScript: The definitive guide: Master the world's most-used programming language. (7. Aufl.). O'Reilly. ▪ Saleh, H. (2013). JavaScript unit testing: Your comprehensive and practical guide to efficiently performing and automating JavaScript Unit Testing. Packt Publishing. ▪ Sunyaev, A. (2020). Internet Computing - Principles of distributed systems and emerging internet-based technologies. Springer.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Big Data und Datenschutz für nicht-technische Studiengänge

Modulcode: DLBBWWBDDNTS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	Keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Maik Günther (Data Analytics und Big Data) / Sebastian Geidel (Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit für nicht-technische Studiengänge)

Kurse im Modul

- Data Analytics und Big Data (DLBINGDABD01)
- Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit für nicht-technische Studiengänge (DLBNWGDITSNTS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Data Analytics und Big Data • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (100%) • Studienformat "Duales myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie • Studienformat "myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit für nicht-technische Studiengänge • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Data Analytics und Big Data

- Einführung in die Analyse von Daten
- Statistische Grundlagen
- Data Mining
- Big Data-Methoden und Technologien
- Rechtliche Aspekte der Datenanalyse
- Lösungsszenarien
- Anwendung von Big Data in der Industrie

Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit für nicht-technische Studiengänge

- Grundlagen des Datenschutzes
- Zulässigkeit der Verarbeitung
- Umgang mit Betroffenen
- Datenschutzrechtliche Verträge
- Technischer und organisatorischer Datenschutz
- Grundlagen der IT-Sicherheit und praktische Umsetzung

Qualifikationsziele des Moduls

Data Analytics und Big Data

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen Informationen und Daten zu unterscheiden und die Bedeutung dieser Begriffe für die Entscheidungsfindung wiederzugeben.
- die Big Data-Problematik, insbesondere im Zusammenhang mit dem Internet of Things, herzuleiten und anhand von Beispielen zu beschreiben.
- Grundlagen aus der Statistik, die für die Analyse großer Datenbestände notwendig sind zu erläutern.
- den Prozess des Data Mining nachzuvollziehen und verschiedene Methoden darin einzuordnen.
- ausgewählte Methoden und Technologien einzuordnen, die im Big Data-Kontext angewendet werden und sie an einfachen Beispielen anzuwenden.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Anwendung der Datenanalyse in Deutschland sowie international zu kategorisieren.
- die besonderen Chancen und Herausforderungen der Anwendung von Big Data-Analysen in der Industrie zu erläutern.

Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit für nicht-technische Studiengänge

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Anforderungen des Datenschutzes praxisrelevant anzuwenden und anhand von Beispielen zu erklären.
- weitgehend eigenständig Fragestellungen im Bereich des Datenschutzrechts zu beantworten und datenschutzrelevante Dokumente zu prüfen und Prozesse zu gestalten.
- gesetzliche Anforderungen zur IT-Sicherheit zu benennen und grundlegende Maßnahmen anhand von Beispielen zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus den Bereichen Data Science & Artificial Intelligence und Betriebswirtschaft & Management auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich IT &Technik und Wirtschaft & Management

Data Analytics und Big Data

Kurscode: DLBINGDABD01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist es, die Studierenden mit ausgewählten Methoden und Techniken der Datenanalyse im Kontext stetig wachsender, heterogener Datenmengen vertraut zu machen. Hierzu wird zunächst die grundsätzliche Relevanz von Big Data-Methoden anhand der historischen Entwicklung der Datenbestände motiviert. Entscheidend ist hier unter anderem die kontinuierliche Belieferung der Systeme mit Sensordaten aus dem Internet of Things. Es folgt eine kurze Einführung in die wesentlichen statistischen Grundlagen, bevor die einzelnen Schritte des Data Mining-Prozess thematisiert werden. In Abgrenzung zu diesen klassischen Verfahren werden dann ausgewählte Methoden vorgestellt, mit denen Datenbestände im Big Data-Kontext analysierbar gemacht werden können. Weil die Datenanalyse bestimmten gesetzlichen Rahmenbedingungen unterliegt, werden in diesem Kurs zudem rechtliche Aspekte wie der Datenschutz behandelt.
Der Kurs schließt mit einem Überblick über den Praxiseinsatz von Big Data-Methoden und -Werkzeugen. Hierbei werden insbesondere die Anwendungsfelder im industriellen Kontext beleuchtet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen Informationen und Daten zu unterscheiden und die Bedeutung dieser Begriffe für die Entscheidungsfindung wiederzugeben.
- die Big Data-Problematik, insbesondere im Zusammenhang mit dem Internet of Things, herzuleiten und anhand von Beispielen zu beschreiben.
- Grundlagen aus der Statistik, die für die Analyse großer Datenbestände notwendig sind zu erläutern.
- den Prozess des Data Mining nachzuvollziehen und verschiedene Methoden darin einzuordnen.
- ausgewählte Methoden und Technologien einzuordnen, die im Big Data-Kontext angewendet werden und sie an einfachen Beispielen anzuwenden.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Anwendung der Datenanalyse in Deutschland sowie international zu kategorisieren.
- die besonderen Chancen und Herausforderungen der Anwendung von Big Data-Analysen in der Industrie zu erläutern.

Kursinhalt

1. Einführung in die Analyse von Daten

- 1.1 Entscheidungen, Informationen, Daten
- 1.2 Historische Entwicklung der Speicherung und Auswertung von Daten
- 1.3 Big Data: Eigenschaften und Beispiele
- 1.4 Datenanalyse
- 1.5 Das Internet of Things als Treiber für Big Data

2. Statistische Grundlagen
   - 2.1 Deskriptive Datenanalyse
   - 2.2 Inferenzielle Datenanalyse
   - 2.3 Explorative Datenanalyse
   - 2.4 Multivariate Datenanalyse

3. Data Mining
   - 3.1 Knowledge Discovery in Databases
   - 3.2 Assoziationsanalyse
   - 3.3 Korrelationsanalyse
   - 3.4 Prognose
   - 3.5 Clusteranalyse
   - 3.6 Klassifikation

4. Big Data-Methoden und -Technologien
   - 4.1 Technologiebausteine
   - 4.2 MapReduce
   - 4.3 Text- und semantische Analyse
   - 4.4 Audio- und Videoanalyse
   - 4.5 BASE und NoSQL
   - 4.6 In-Memory-Datenbanken
   - 4.7 Big-Data-Erfolgsfaktoren

5. Rechtliche Aspekte der Datenanalyse
   - 5.1 Datenschutzgrundsätze in Deutschland
   - 5.2 Anonymisierung und Pseudonymisierung
   - 5.3 Internationale Datenanalyse
   - 5.4 Leistungs- und Integritätsschutz

6. Lösungsszenarien

7. Anwendung von Big Data in der Industrie
   - 7.1 Produktion und Logistik

7.2 Effizienzsteigerungen in der Supply Chain
7.3 Schlüsselfaktor Daten
7.4 Beispiele und Fazit

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Cleve, J./Lämmel, U. (2020): Data Mining. 3. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin.
- Dorschel, J. (2015): Praxishandbuch Big Data. Wirtschaft – Recht – Technik. Gabler, Wiesbaden.
- Fouda, E. (2020): Learn Data Science Using SAS Studio. A Quick-Start Guide. Apress, Berkeley (CA).
- Marz, N./Warren, J. (2015): Big Data: Principles and best practices of scalable realtime data systems. Manning Publications, Shelter Island (NY).
- Prabhu, C. S. R. et al. (2019): Big Data Analytics: Systems, Algorithms, Applications. Springer, Singapur.
- Runkler, T. A. (2020): Data Analytics. Models and Algorithms for Intelligent Data Analysis. Vieweg + Teubner, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit für nicht-technische Studiengänge

Kurscode: DLBNWGDITSNTS01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt die wesentlichen Grundlagen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit aus Sicht der Anwender. Ziel ist es, dass die Teilnehmenden die wesentlichen Anforderungen an Unternehmen und andere Organisationen zu diesen Themen kennen und deren Umsetzung anstoßen und steuern können. Dazu werden im ersten Teil des Kurses Begrifflichkeiten, Grundsätze, Betroffenenrechte und wesentliche Anforderungen des Datenschutzes vorgestellt und praktische Beispiele aufgezeigt. Anschließend werden im zweiten Teil Grundbegriffe der IT-Sicherheit, relevante gesetzliche Vorgaben sowie Schutzmaßnahmen und Verschlüsselungskonzepte thematisiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Anforderungen des Datenschutzes praxisrelevant anzuwenden und anhand von Beispielen zu erklären.
- weitgehend eigenständig Fragestellungen im Bereich des Datenschutzrechts zu beantworten und datenschutzrelevante Dokumente zu prüfen und Prozesse zu gestalten.
- gesetzliche Anforderungen zur IT-Sicherheit zu benennen und grundlegende Maßnahmen anhand von Beispielen zu erläutern.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Datenschutzes
   - 1.1 Schutzgut des Datenschutzrechts
   - 1.2 Datenschutzrechtliche Grundsätze
   - 1.3 Anwendungsbereich der DSGVO und des BDSG
   - 1.4 Zulässigkeit der Verarbeitung
2. Umgang mit Betroffenen
   - 2.1 Überblick über die Betroffenenrechte und ihre Ausübung
   - 2.2 Informationspflichten, Art. 13 und 14 DSGVO
   - 2.3 Rechte der betroffenen Person

3. Datenschutzrechtliche Verträge
   - 3.1 Abgrenzung zum Verantwortlichen und zur gemeinsamen Verantwortung
   - 3.2 Verarbeitungen in gemeinsamer, getrennter und alleiniger Verantwortlichkeit
   - 3.3 Auftragsverarbeitung
   - 3.4 Internationale Datenübermittlungen

4. Technischer und organisatorischer Datenschutz
   - 4.1 Integration des Datenschutzes in allgemeine Unternehmensprozesse
   - 4.2 Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten (VVT)
   - 4.3 Datenschutz-Folgenabschätzung (DSFA)
   - 4.4 Informationspflicht bei Datenschutzverletzungen („Datenlecks")

5. Besondere Verarbeitungsbereiche
   - 5.1 Beschäftigtendatenschutz
   - 5.2 Datenverarbeitung für neue Technologien
   - 5.3 Interaktion mit Aufsichtsbehörden
   - 5.4 Haftung, Sanktionen und Rechtsbehelfe

6. IT-Sicherheit
   - 6.1 Grundlagen der IT-Sicherheit
   - 6.2 Praktische Umsetzung der IT-Sicherheit

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Degen, T. A., Deister, J., Emmert, U., Lang, M., & Lapp, T. (2021). IT- und Datenschutz-Compliance für Unternehmen: Leitlinien und Anwendungsfälle - Cloud, Social Media, Scrum, IoT, KI, Mobilitätsdaten: IT-Projekte und Leitlinien nach DSGVO (T. A. Degen & J. Deister, Hrsg.; 2., überarbeitete Edition). Richard Boorberg Verlag.
- Wybitul, T. (2022). EU-Datenschutzgrundverordnung im Unternehmen: Praxisleitfaden (2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2022). Fachmedien Recht und Wirtschaft in Deutscher Fachverlag GmbH.
- Lang, M., & Löhr, H. (2022). IT-Sicherheit: Technologien und Best Practices für die Umsetzung im Unternehmen (1. Aufl.). Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Management im Sport

Modulcode: DLBSMWMS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Arda Alan Isik (Sports Venue Management) / Prof. Dr. Dirk Stöppel (Buchführung und Bilanzierung im Sport)

Kurse im Modul

- Sports Venue Management (DLBSMSVM01)
- Buchführung und Bilanzierung im Sport (DLBSMMSV02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Sports Venue Management • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten Buchführung und Bilanzierung im Sport • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten (50) • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Sports Venue Management

- Grundlagen des Sports Venue Managements
- Charakteristika von Sportstätten
- Nutzungsplanung von Sportstätten
- Organisation von Sportstätten
- Organisation und Erfolgsmessung des Personalmarketings
- Aktuelle Entwicklungen im Sports Venue Managements

Buchführung und Bilanzierung im Sport

- Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext
- Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext
- Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport
- Besonderheiten bei der Bewertung von Vermögensgegenständen und Unternehmen im
- sportwirtschaftlichen Kontext
- Beispiele der Buchführung und Bilanzierung aus der sportwirtschaftlichen Praxis

Qualifikationsziele des Moduls

Sports Venue Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe Facility Management und Sports Venue Management zu differenzieren und die Besonderheiten des Sports Venue Managements zu verstehen.
- die verschiedenen Sportstättentypen zu benennen und ihre besonderen Charakteristika zu erklären.
- ein Anforderungsprofil für eine Sportstätte in Abhängigkeit der geplanten Nutzung zu erstellen.
- die Erlösquellen von Sportstätten zu identifizieren sowie den sportstättenabhängigen Personalbedarf und die technischen Besonderheiten im Betriebsablauf zu erkennen.
- in Abhängigkeit des jeweiligen Sportstättentyps relevante operationelle Risiken zu identifizieren und ein funktionierendes Risikomanagement zu entwickeln.
- aktuelle Trends im Sports Venue Management zu erkennen und deren Auswirkungen zu bewerten.

Buchführung und Bilanzierung im Sport

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext anzuwenden.
- die wichtigsten Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext zu skizzieren und diese anzuwenden.
- die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport zu erläutern und adressatenbezogen umsatz- und Cashflow-relevante Informationen aufzubereiten.
- die Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen – insbesondere die Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände – im sportwirtschaftlichen Kontext zu erklären und geeignete Bewertungsverfahren anzuwenden.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Buchführung und Bilanzierung von Sportvereinen zu erarbeiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus den Bereichen Sport & Fitness und Planung & Controlling auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sports Venue Management

Kurscode: DLBSMSVM01

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

Beschreibung des Kurses

Aufbauend auf den Grundlagen zum Facility Management lernen die Studierenden die Besonderheiten des Sport Venue Managements kennen. Neben der Präsentation verschiedener Sportstättentypen, die jeweils völlig unterschiedliche Anforderungen an das Sport Venue Management stellen, beschäftigt sich der Kurs mit der Nutzungsplanung von Sportstätten (z. B. Anforderungsprofile in Abhängigkeit der Nutzung oder die Finanzierung von Sportstätten) sowie die Organisation der jeweiligen Sportstätte, wobei hier besonderes Augenmerk auf verschiedene Erlösquellen, technische Besonderheiten sowie Personalanforderungen in Abhängigkeit des Sportstättentyps und dem Risikomanagement gelegt wird. Schließlich werden die vermittelten Grundlagen zum Sport Venue Management vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen praxisnah beleuchtet (z. B. Nachhaltigkeit und computerunterstützende Facility Management-Systeme).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe Facility Management und Sports Venue Management zu differenzieren und die Besonderheiten des Sports Venue Managements zu verstehen.
- die verschiedenen Sportstättentypen zu benennen und ihre besonderen Charakteristika zu erklären.
- ein Anforderungsprofil für eine Sportstätte in Abhängigkeit der geplanten Nutzung zu erstellen.
- die Erlösquellen von Sportstätten zu identifizieren sowie den sportstättenabhängigen Personalbedarf und die technischen Besonderheiten im Betriebsablauf zu erkennen.
- in Abhängigkeit des jeweiligen Sportstättentyps relevante operationelle Risiken zu identifizieren und ein funktionierendes Risikomanagement zu entwickeln.
- aktuelle Trends im Sports Venue Management zu erkennen und deren Auswirkungen zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Sports Venue Managements
   - 1.1 Was ist Facility Management?
   - 1.2 Relevante Stakeholder
   - 1.3 Managementfunktionen

1.4 Was sind die Besonderheiten am Sports Venue Management?

2. Charakteristika von Sportstätten
   - 2.1 Sportplätze
   - 2.2 Sportstadien bzw. -arenen
   - 2.3 (Mehrzweck-)Sporthallen
   - 2.4 Multifunktionshallen

3. Nutzungsplanung von Sportstätten
   - 3.1 Identifikation des Bedarfs an die Sportstätte
   - 3.2 Anforderung an die Sportstätte
   - 3.3 Bestandsimmobilie oder Neubau?
   - 3.4 Finanzierung von Sportstätten

4. Organisation von Sportstätten
   - 4.1 Das Betreiben von Sportstätten und deren Erlösquellen
   - 4.2 Technische Besonderheiten von Sportstätten
   - 4.3 Sportstättenabhängige Personalanforderungen
   - 4.4 Risikomanagement

5. Aktuelle Entwicklungen im Sport Venue Management
   - 5.1 Nachhaltiges Sportstättenmanagement
   - 5.2 Computer Aided Facility Management (CAFM)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Ammon, R./Southall, R./Nagel, M. (2016): Sport Facility Management. Organizing Events and Mitigating Risks. 3. Auflage, Fitness Information Technology, Morgantown.
- Bach, L. (2004): Sportstätten-Management. Neue Wege für vereinseigene und kommunale Sportstätten. Landesportbund Hessen, Frankfurt a. M.
- Biedermann, K. (2005): Sportvereine als Betreiber von Sportstätten. Konzepte und Perspektiven. ibidem, Stuttgart.
- Eßig, N. et al. (2015) Leitfaden nachhaltiger Sportstättenbau. Kriterien für den Neubau nachhaltiger Sporthallen. Bundesinstitut für Sportwissenschaft/Sportverlag Strauß, Bonn/Köln.
- Fried, G. (2015): Managing Sport Facilities. 3. Auflage, Human Kinetics, Champaign.
- Krämer. T. (Hrsg.) (2013): Indoor-Sportstätten. Ratgeber Planung & Bau, Ausstattung, Betrieb. Stadionwelt Verlag, Brühl.
- Krämer, T. (Hrsg.) (2013): Outdoor-Sportstätten. Ratgeber Planung & Bau, Ausstattung, Betrieb. Stadionwelt Verlag, Brühl.
- Nävy, J. (2012): Facility Management. Grundlagen, Computerunterstützung, Systemeinführung, Anwendungsbeispiele. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Sawyer, T. (Hrsg.) (2009): Facility Management for Physical Activity and Sport. Sagamore, Champaign.
- Schlesiger, G. (2010): Sportplätze. Sportfreianlagen: Planung – Bau – Ausstattung – Pflege. Bundesinstitut für Sportwissenschaft/Sportverlag Strauß, Köln/Köln.
- Wehr, P. (2001): Handbuch Sportstättenmanagement. Landesportbund Hessen, Frankfurt a. M.
- Wimmer, M. (2014): Stadionbauten. Handbuch und Planungshilfe. DOM, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Buchführung und Bilanzierung im Sport

Kurscode: DLBSMMSV02

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

Beschreibung des Kurses

Zunächst werden die Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung sowie der Jahresabschlussanalyse vorgestellt und in einen sportwirtschaftlichen Kontext gesetzt. Ausgehend hiervon werden die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport herausgearbeitet, wobei das Augenmerk besonders auf die verschiedenen Adressaten einer ordnungsgemäßen Buchführung und Bilanzierung, auf die Spannungsfelder unterschiedlicher Rechnungslegungsanforderungen im Sport sowie auf das Revenue und Cashflow Management im sportwirtschaftlichen Kontext gelenkt wird. Im Weiteren werden die Besonderheiten der Unternehmensbewertung im sportwirtschaftlichen Kontext sowie relevante Bewertungsverfahren vorgestellt. Abschließend werden die theoriebezogenen Grundlagen mit einem praktischen Anwendungsbezug versehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext anzuwenden.
- die wichtigsten Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext zu skizzieren und diese anzuwenden.
- die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport zu erläutern und adressatenbezogen umsatz- und Cashflow-relevante Informationen aufzubereiten.
- die Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen – insbesondere die Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände – im sportwirtschaftlichen Kontext zu erklären und geeignete Bewertungsverfahren anzuwenden.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Buchführung und Bilanzierung von Sportvereinen zu erarbeiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen zur Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 1.1 Basiselemente der Bilanzierung
   - 1.2 Bilanzierung von immateriellen Vermögen (insbesondere Humankapital) und Sachanlagen
   - 1.3 Bilanzierung von Vorräten
   - 1.4 Bilanzierung von Finanzanlagen

- 1.5 Bilanzierung von Eigenkapital
- 1.6 Bilanzierung von Fremdkapital
- 1.7 Der Jahresabschluss

2. Grundlagen zur Analyse des Jahresabschlusses im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 2.1 Grundlagen
   - 2.2 Finanzwirtschaftliche Bilanzanalyse
   - 2.3 Erfolgswirtschaftliche Bilanzanalyse
   - 2.4 Strategische Bilanzanalyse

3. Besonderheiten der Buchführung und der Bilanzierung im Sport
   - 3.1 Adressaten
   - 3.2 Spannungsfelder unterschiedlicher Rechnungslegungsanforderungen im Sport
   - 3.3 Revenue und Cashflow Management von Sportvereinen, insbesondere als Kapitalgesellschaft

4. Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen und der Unternehmensbewertung im Sport
   - 4.1 Anlass der Bewertung
   - 4.2 Bewertungsverfahren

5. Beispiele für Buchführung und Bilanzierung aus der sportwirtschaftlichen Praxis
   - 5.1 Buchführung und Bilanzierung eines Sportvereins als eingetragener Verein
   - 5.2 Buchführung und Bilanzierung eines Sportvereins als Kapitalgesellschaft

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W. (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS. 24. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Dreyer, D. (2004): Bewertung personalintensiver Dienstleistungsunternehmen. Die Integration von Intellektuellem Kapital in die Unternehmensbewertung. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Heno, R. (2016): Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards (IFRS). 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Huwer, E. (2013): Der Jahresabschluss von Fußballunternehmen. Branchenspezifische Rechnungslegung nach HGB im Lizenzfußball. ESV, Berlin.
- Korthals, J. P. (2005): Bewertung von Fußballunternehmen. Eine Untersuchung am Beispiel der deutschen Fußballbundesliga. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Sport Media Management

Modulcode: DLBSMSMM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Fernando Teixeira (Sportmedienmanagement) / Fernando Teixeira (Public Relations Management im Sport)

Kurse im Modul

- Sportmedienmanagement (DLBSMSMM01)
- Public Relations Management im Sport (DLBSMSMM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Sportmedienmanagement • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten Public Relations Management im Sport • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Sportmedienmanagement

- Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext
- Adressaten des Sportmedienmanagements und deren situationsabhängige Erwartungshaltung
- Relevante Außenkommunikationsinstrumente einer sportlichen Institution
- Relevante Innenkommunikationsinstrumente einer sportlichen Institution
- Relevante Kommunikationskanäle eines Beraters

Public Relations Management im Sport

- Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements
- Customer Relations im Kontext der Public Relations
- Partner Relations im Kontext der Public Relations
- Investor Relations im Kontext der Public Relations
- Societal Relations als Leitmotiv

Qualifikationsziele des Moduls

Sportmedienmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die Adressaten des Sportmedienmanagements zu identifizieren, deren jeweilige Motivations- und Interessenlage zu bewerten und adäquate grundlegende Medienstrategien situationsabhängig zu entwickeln.
- unterschiedliche Kanäle in der Außenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Innenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Kommunikation eines mandatierten Beraters für seinen Kunden (in Form eines Profisportlers) zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.

Public Relations Management im Sport

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Public Relations im sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen und sowohl den Adressatenkreis als auch deren perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage zu erkennen.
- verschiedene Kundengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Partnergruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Investorengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- Societal Relations in ihren Grundzügen zu erläutern und die Rolle einer „gelebten“ Kultur einer sportwirtschaftlichen Institution zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sportmedienmanagement

Kurscode: DLBSMSMM01

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden mit den Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext vertraut gemacht. Hierbei werden sowohl grundlegende Begrifflichkeiten definiert als auch Sportmedienmanagement als branchenspezifisches Medienmanagement etabliert. Im Anschluss werden mögliche Adressaten des Sportmedienmanagements (Sender und Empfänger) der Informationen vorgestellt sowie ihre perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage dargelegt. Darüber hinaus widmet sich der Kurs der Vorstellung relevanter Kanäle der Außen- und Innenkommunikation sportlicher Institutionen sowie der Kommunikationsoptionen von mandatierten Beratern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die Adressaten des Sportmedienmanagements zu identifizieren, deren jeweilige Motivations- und Interessenlage zu bewerten und adäquate grundlegende Medienstrategien situationsabhängig zu entwickeln.
- unterschiedliche Kanäle in der Außenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Innenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Kommunikation eines mandatierten Beraters für seinen Kunden (in Form eines Profisportlers) zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen zum Medienmanagement im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 1.1 Begriffsdefinition Medienmanagement
   - 1.2 Medienmanagement als Instrument im Marketingmix
   - 1.3 Sportmedienmanagement als branchenspezifisches Medienmanagement
   - 1.4 Anspruchsgruppen im Sportmedienmanagement
2. Relevante Kanäle der klassischen Kommunikation einer sportlichen Institution
   - 2.1 Live-Auftritt

2.2 Der Weg von der Pressemitteilung zu den Medienanstalten
2.3 Funk und Fernsehen
2.4 Printmedien

3. Bedeutung des New Media Management für eine sportliche Institution
3.1 Digitale Medien
3.2 Digitale Darstellungsformen
3.3 Digitale Touchpoints und Crossmedia

4. Mobile und Social Media im Hinblick auf sportliche Institutionen
4.1 Mobile Media
4.2 Social-Media-Kanäle
4.3 Aufbau von Brand und Branded Communities

5. Relevante Kommunikationskanäle eines mandatieren Beraters
5.1 Allgemeine Betreuungsfelder
5.2 Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit von Sportlern durch Berater
5.3 Die Privatsphäre von Sportlern im Hinblick auf das Medienmanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, T. (2014): Medienmanagement und öffentliche Kommunikation. Der Einsatz von Medien in Unternehmensführung und Marketing. Springer VS, Wiesbaden.
- Bölz, M. (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Daumann, F. (2014): Grundlagen der Sportökonomie. 2. Auflage, UVK, Konstanz/München.
- Gläser, M. (2014): Medienmanagement. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Kratochvil, J. (2011): Modernes Marketing für Sportvereine. Ein Praxishandbuch. Meyer & Meyer, Aachen.
- Sigler, C. (2010): Online-Medienmanagement. Grundlagen – Konzepte – Herausforderungen. Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Public Relations Management im Sport

Kurscode: DLBSMSMM02

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden mit den Grundlagen der Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements vertraut gemacht. Im Anschluss daran wird die Öffentlichkeit segmentiert und perspektivenindividuell Verbraucher, Partner und Investoren als mögliche Adressaten der Public Relations-Aktivitäten vorgestellt sowie relevante Instrumente von Public Relations situationsabhängig präsentiert.Abschließend werden die Grundlagen der Societal Relations auf den sportwirtschaftlichen Kontext übertragen und wesentliche Implikationen für die Implementierung einer „gelebten“ Kultur der jeweiligen sportwirtschaftlichen Institution geliefert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Public Relations im sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen und sowohl den Adressatenkreis als auch deren perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage zu erkennen.
- verschiedene Kundengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Partnergruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Investorengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- Societal Relations in ihren Grundzügen zu erläutern und die Rolle einer „gelebten“ Kultur einer sportwirtschaftlichen Institution zu bewerten.

Kursinhalt

1. Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements
   - 1.1 Sportlicher Erfolg in Kombination mit kommunikativer Herausforderung
   - 1.2 Begriffsabgrenzungen
   - 1.3 Public Relations als Teil des strategischen Managements
2. Consumer und Societal Relations
   - 2.1 Consumer Relations
   - 2.2 Societal Relations

3. Sponsor- und Kooperationspartner Relations
   - 3.1 Kooperationspartner Relations
   - 3.2 Sponsor Relations

4. Themenbereiche der Sport-PR
   - 4.1 Der PR-Prozess
   - 4.2 Anwendungsansätze der Sport-PR

5. Praktische Anwendungen der Sport-PR
   - 5.1 PR für Sportvereine
   - 5.2 PR für Sportler
   - 5.3 PR für Sportverbände

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, T. (2014): Medienmanagement und öffentliche Kommunikation. Der Einsatz von Medien in Unternehmensführung und Marketing. Springer VS, Wiesbaden.
- Bölz, M. (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Grupe, S. (2011): Public Relations. Ein Wegweiser für die PR-Praxis. Springer, Heidelberg et al.
- Hoffjann, O. (2013): Vertrauen in Public Relations. Springer VS, Wiesbaden.
- Kratochvil, J. (2011): Modernes Marketing für Sportvereine. Ein Praxishandbuch. Meyer & Meyer, Aachen.
- McKee, K. B./Lamb, L. (2009): Applied Public Relations. Cases in Stakeholder Management. 2. Auflage, Routledge, New York/London.
- Oliver, S. (2010): Public Relations Strategy. 3. Auflage, Kogan Page, London/Philadelphia.
- Stoldt, G. C./Dittmore, S. W./Branvold, S. E. (2012): Sport Public Relations. Managing Stakeholder Communication. 2. Auflage, Human Kinetics, Champaign.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Fußballmanagement

Modulcode: DLBSMWFM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Oliver Kempfer (Fußballmarketing) / Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Fußball Brand Management)

Kurse im Modul

- Fußballmarketing (DLBSMWFM01)
- Fußball Brand Management (DLBSMWFM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Fußballmarketing • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Fußball Brand Management • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation • Studienformat "Duales myStudium": Fachpräsentation

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Fußballmarketing

- Fußballmarkt
- Marketinginstrumente im Fußball
- Sponsoring im Fußball
- Digitalisierung im Fußball

Fußball Brand Management

- Besonderheiten der Markenführung im Sport
- Strategische Markenführung im Fußball
- Operative Markenführung im Fußball
- Wirkungsebene der Markenführung im Fußball
- Brands im Profifußball
- Markenführung mit Fußball

Qualifikationsziele des Moduls

Fußballmarketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden produktpolitischen Zusammenhänge im Fußball Business einzuordnen und in den Kontext zuvor vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu stellen.
- die grundlegenden preispolitischen Besonderheiten und Preisstrategien im Fußball zu erörtern.
- kommunikationspolitische Maßnahmen im Fußball zu verstehen und die Medienlandschaft in diesem Kontext näher kennen zu lernen.
- die vertriebspolitischen Ziele, Instrumente und Methoden im Fußball Business zu identifizieren und zu analysieren.
- Angebots- und Kaufentscheidungsprozesse auf Seite von Anbietenden und Nachfragenden im Fußball nachzuvollziehen.
- die Rolle der Fans im Fußball Marketing zu analysieren, Kundensegmentierungs- und Kundenbindungsmaßnahmen zu differenzieren.

Fußball Brand Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Markenführung und Markenphilosophie im Bereich des Fußballs richtig einzuordnen.
- die Markeninszenierung vor dem Hintergrund einer dynamischen Medienlandschaft zu bewerten.
- Markenwerte und Markenstärke im Profifußball kennen zu lernen und zu vertiefen.
- Vereine und Spieler:innen als Marken respektive Markenbotschafter:innen zu verstehen.
- die Testimonialvermarktung im Fußball und den Brand Fit zwischen Marke und Testimonial zu identifizieren und zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Fußballmarketing

Kurscode: DLBSMWFM01

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

Beschreibung des Kurses

Fußball mobilisiert Menschen und Unternehmen auf der ganzen Welt. Mit und durch den Fußball werden Milliardenbeträge umgesetzt. Der Kurs beschäftigt sich mit der Verortung des Fußballs im Kontext von Marketing und Sport. Es werden sowohl die Anbietenden als auch die Nachfragenden des Fußballmarktes identifiziert. Darüber hinaus werden aus Sicht der Verbände, Clubs, Spieler:innen und Sportausrüstenden die Instrumente des Marketings zur Vermarktung des Fußballs beschrieben. Aus einer anderen Perspektive wird die Instrumentalisierung des Fußballs am Beispiel von strategischen Partnerschaften und insbesondere des Sponsorings behandelt. Abschließend wird auf die Digitalisierung im Fußball und diesbezüglich auf neue Optionen in der Vermarktung eingegangen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden produktpolitischen Zusammenhänge im Fußball Business einzuordnen und in den Kontext zuvor vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu stellen.
- die grundlegenden preispolitischen Besonderheiten und Preisstrategien im Fußball zu erörtern.
- kommunikationspolitische Maßnahmen im Fußball zu verstehen und die Medienlandschaft in diesem Kontext näher kennen zu lernen.
- die vertriebspolitischen Ziele, Instrumente und Methoden im Fußball Business zu identifizieren und zu analysieren.
- Angebots- und Kaufentscheidungsprozesse auf Seite von Anbietenden und Nachfragenden im Fußball nachzuvollziehen.
- die Rolle der Fans im Fußball Marketing zu analysieren, Kundensegmentierungs- und Kundenbindungsmaßnahmen zu differenzieren.

Kursinhalt

1. Begriffliche Einordnung
   - 1.1 Marketing und Sportmarketing
   - 1.2 Marketing und Profifußball
2. Fußballmarkt: Angebot

2.1 Fußball als Produkt
2.2 Verbände und Ligen
2.3 Teilhabe am Erfolg

3. Fußballmarkt: Nachfrage
3.1 Fans
3.2 Business-Kund:innen
3.3 Konsument:innen
3.4 Medien

4. Marketing im Fußball
4.1 Verbandsmarketing
4.2 Clubmarketing
4.3 Spielermarketing
4.4 Fußball als Absatzmarkt

5. Marketing mit Fußball
5.1 Strategische Partnerschaften
5.2 Eventmarketing
5.3 Sponsoring
5.4 Ambush-Marketing
5.5 Testimonials

6. Digitalisierung im Fußball
6.1 Fußball wird digitaler
6.2 Neue Optionen für Vermarktung und Erlebnis
6.3 Digitaler Fußball (E-Sport)

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ DFL Deutsche Fußball Liga (2021). Wirtschaftsreport 2021. https://media.dfl.de/sites/2/2021/03/D_DFL_Wirtschaftsreport_2021_M.pdf ▪ Freyer, W. (2018). Sport-Marketing. Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft (5. Auflage). Erich Schmidt Verlag. ▪ Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. & Eisenbeiß, M. (2019). Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele (13. Auflage). Springer Gabler. ▪ Nufer, G. (2018). Ambush Marketing im Sport. Grundlagen - Best Practice – Evaluation (2. Auflage). Erich Schmidt Verlag. ▪ Renz, M. (2020). Wettbewerb europäischer Profifußballligen. Ökonomisch-rechtliche Analyse der Wettbewerbskonzentration und Ligenstrukturen [Dissertation, Universität Bayreuth]. Springer Gabler.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Fußball Brand Management

Kurscode: DLBSMWFM02

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden die Besonderheiten der Markenführung im Sport beleuchtet und darauf aufbauend drei Ebenen der Markenführung im Profifußball näher betrachtet, die strategische, die operative sowie die Resultats- respektive die Wirkungsebene. Es geht darum, die wesentlichen Grundlagen des Markenmanagements im Kontext von Fußball-Clubs, Fußballspieler:innen, Fußballligen und Fußballevents zu veranschaulichen. Neben der Markenführung im Fußball werden über dies Partner und Sponsoren behandelt, die den Profifußball im Rahmen ihrer eigenen Markenführung instrumentalisieren und mitunter Fußballer:innen als Testimonials in ihrer Werbung einsetzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Markenführung und Markenphilosophie im Bereich des Fußballs richtig einzuordnen.
- die Markeninszenierung vor dem Hintergrund einer dynamischen Medienlandschaft zu bewerten.
- Markenwerte und Markenstärke im Profifußball kennen zu lernen und zu vertiefen.
- Vereine und Spieler:innen als Marken respektive Markenbotschafter:innen zu verstehen.
- die Testimonialvermarktung im Fußball und den Brand Fit zwischen Marke und Testimonial zu identifizieren und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen zum Markenmanagement
   - 1.1 Marke und Markenmanagement
   - 1.2 Die identitätsorientierte Markenführung
   - 1.3 Besonderheiten der Markenführung im Sport
2. Die Bedeutung von Marken im Fußball
   - 2.1 Fußballvereine als Marken
   - 2.2 Fußballer und Fußballerinnen als Marken
   - 2.3 Fußballevents und Brand Communities im Fußball
3. Markenführung im Fußball
   - 3.1 Die strategische Ebene der Markenführung

3.2 Die operative Ebene der Markenführung
3.3 Die Wirkungsebene der Markenführung

4. Markenführung mit Fußball
   4.1 Sponsoring und Sport-Branding
   4.2 Brand Marketing mit Fußball
   4.3 Fußballer und Fußballerinnen als Testimonials

5. Herausforderungen und Chancen im Fußball Brand Management
   5.1 Digitale Markenführung
   5.2 Internationalisierung von Fußballmarken
   5.3 Nachhaltige Markenführung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bühler, A. & Nufer, G. (2016). Markenmanagement mit Social Media – dargestellt am Beispiel deutscher Fußballmarken. In S. Regier, H. Schunk & T. Könecke (Hrsg.), Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06934-6_32
- Diegel, M. (2021). Markterweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Rückwirkungseffekte von Markentransfer- und Co-Branding-Strategien auf das Markenimage. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-33100-9
- Preuß, H., Huber, F., Schunk, H. & Könecke, T. (Hrsg.) (2014). Marken und Sport. Aktuelle Aspekte der Markenführung im Sport und mit Sport. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-3695-0
- Regier, S., Schunk, H. & Könecke, T. (Hrsg.) (2016). Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06934-6

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
	☑ Folien	

E-Sport-Management

Modulcode: DLBSMWESM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Thorsten Zippan (E-Sport-Events) / Thorsten Zippan (E-Sport-Marketing)

Kurse im Modul

- E-Sport-Events (DLBSMWESM01)
- E-Sport-Marketing (DLBSMWESM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	E-Sport-Events • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten E-Sport-Marketing • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

E-Sport-Events

- Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport
- Events im E-Sport
- Planung von E-Sport-Events
- Vermarktung von E-Sport-Events
- Herausforderungen bei der Durchführung von E-Sport-Events

E-Sport-Marketing

- Die Grundlagen des E-Sport Marketings
- Potenziale des E-Sports aus Sicht von Unternehmen und Sportvereinen
- Markenführung im E-Sport und mit E-Sport
- E-Sport Marketing Strategien
- Zielgruppenorientiertes Sponsoring im E-Sport
- Die Zukunft des E-Sport Marketing

Qualifikationsziele des Moduls

E-Sport-Events

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklungen der E-Sport Events international einschätzen zu können.
- die Akteur:innen und ihre Ziele im E-Sport zu identifizieren und abzugrenzen.
- virtuelle und analoge Events sowie internationale Meisterschaften im E-Sport zu kennen.
- die unterschiedlichen Gaming-Kategorien im E-Sport zu differenzieren.
- die Entwicklung der Preisgelder und Zahlungsflüsse zu analysieren.
- E-Sport Events mit klassischen Sportevents zu vergleichen sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu diskutieren.

E-Sport-Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den E-Sport Markt international zu verstehen und Trends zu erkennen.
- zwischen klassischem Marketing, Sportmarketing und E-Sport Marketing zu differenzieren.
- Marketing auf Livestreamplattformen wie Twitch zu bewerten.
- Markenführung im E-Sport und Markenführung mit E-Sport zu erkennen und adäquat abzugrenzen.
- den Brand Fit im E-Sport zu analysieren und auch im Kontext des Influencer-Marketings zu diskutieren.
- die Möglichkeiten des zielgruppenorientierten Sponsorings im E-Sport, auch in Bezug auf die Internationalisierung, zu erörtern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

E-Sport-Events

Kurscode: DLBSMWESM01

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

Beschreibung des Kurses

Events spielen im E-Sport eine herausragende Rolle. In diesem Kurs werden die Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport ausgearbeitet und zum klassischen Eventmanagement in Beziehung gesetzt. Um das System der E-Sport Events zu verstehen, werden die wesentlichen Eventarten auf nationaler und internationaler Bühne näher betrachtet. Weiterhin gilt es die verschiedenen Locations kennenzulernen und zu bewerten. Das Kernthema ist die Planung von E-Sport Events mit allen Facetten. Darüber hinaus werden die möglichen Vermarktungsstrategien und Kommunikationskanäle erläutert. Zum Abschluss gilt es, die einzelnen Herausforderungen zu beschreiben und Lösungsstrategien zu beherrschen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklungen der E-Sport Events international einschätzen zu können.
- die Akteur:innen und ihre Ziele im E-Sport zu identifizieren und abzugrenzen.
- virtuelle und analoge Events sowie internationale Meisterschaften im E-Sport zu kennen.
- die unterschiedlichen Gaming-Kategorien im E-Sport zu differenzieren.
- die Entwicklung der Preisgelder und Zahlungsflüsse zu analysieren.
- E-Sport Events mit klassischen Sportevents zu vergleichen sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu diskutieren.

Kursinhalt

1. Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport
   - 1.1 E-Sport-Events
   - 1.2 Abgrenzung zum klassischen Eventmanagement
2. Events im E-Sport
   - 2.1 Vergleich von klassischem Sport und E-Sport
   - 2.2 Betrachtung nationaler Events
   - 2.3 Analyse der globalen Big Events
   - 2.4 Locations für E-Sport-Turniere
   - 2.5 Arten von Events
3. Planung von E-Sport-Events

3.1 Eventkonzeption
3.2 Event-Projektmanagement
3.3 Eventfinanzierung

4. Vermarktung von E-Sport-Events
4.1 Besonderheiten beim Teammanagement
4.2 Kommunikation mit der E-Sport-Community
4.3 Media-Management bei E-Sport-Events

5. Herausforderungen bei der Durchführung von E-Sport-Events
5.1 Cheating durch Soft- und Hardware
5.2 Onlineplattformen finden und analysieren
5.3 Gaming-Peripherie

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Diegel, M. (2021). Markenerweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Springer Gabler.
- Hoffmann, A. (2020). Das Phänomen E-Sport. Meyer und Meyer Verlag.
- Görlich, D. & Breuer, M. (2020). eSport: Status Quo und Entwicklungspotenziale. Springer Gabler.
- Ströh, J. H. (2017). The eSports Market and eSports Sponsoring. Tectum Verlag.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

E-Sport-Marketing

Kurscode: DLBSMWESM02

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

Beschreibung des Kurses

Das E-Sport Marketing ist eine junge Teildisziplin des Marketings bzw. des Sportmanagements. Die Digitalisierung im Sport schreitet voran. Dies betrifft nicht ausschließlich den analogen Sport und die damit verbundenen Veränderungen, sondern vielmehr auch die Veränderung des Sportverständnisses. Diese Veränderung führt zum erweiterten Sportbegriff, dem E-Sport. Aufgrund dieser Entwicklungen sind spezielle Themen des E-Sport Marketing entstanden. Zunächst gilt es zu klären, was genau E-Sport Marketing ist und inwieweit es sich vom klassischen Sportmarketing abgrenzt. Weiterhin gilt es zu analysieren, welche Potentiale im E-Sport Marketing für die einzelnen Stakeholder stecken und wie diese in der Praxis umgesetzt werden. Das Thema der Markenführung spielt im E-Sport Marketing eine zentrale Rolle. Zur Zielerreichung können verschiedene E-Sport Marketingstrategien angewendet werden und auf die Zielgruppen und die Plattformen angepasst werden. Durch eine klare Abgrenzung der Zielgruppen können zudem gezielte Sponsoringmaßnahmen initiiert werden. Der E-Sport Markt ist ein sehr dynamischer Markt, weshalb es sehr wichtig ist, auch die zukünftigen Entwicklungen zu betrachten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den E-Sport Markt international zu verstehen und Trends zu erkennen.
- zwischen klassischem Marketing, Sportmarketing und E-Sport Marketing zu differenzieren.
- Marketing auf Livestreamplattformen wie Twitch zu bewerten.
- Markenführung im E-Sport und Markenführung mit E-Sport zu erkennen und adäquat abzugrenzen.
- den Brand Fit im E-Sport zu analysieren und auch im Kontext des Influencer-Marketings zu diskutieren.
- die Möglichkeiten des zielgruppenorientierten Sponsorings im E-Sport, auch in Bezug auf die Internationalisierung, zu erörtern.

Kursinhalt

1. Die Grundlagen des E-Sport Marketings
   - 1.1 E-Sport als Produkt
   - 1.2 Begriffsbestimmung des E-Sport Marketing
   - 1.3 Abgrenzung zum klassischen Sportmarketing
2. Potenziale des E-Sports aus Sicht von Unternehmen und Sportvereinen

2.1 Analyse des Marktes und der Potenziale
2.2 Das Unternehmen im E-Sport
2.3 Der Sportverein im E-Sport

3. Markenführung im E-Sport und mit E-Sport
3.1 Markenführung im E-Sport
3.2 Markenführung mit E-Sport

4. E-Sport Marketing Strategien
4.1 Zielgruppen des E-Sport Marketings
4.2 Plattformen des E-Sport Marketings
4.3 Inhalte des E-Sport Marketings
4.4 Strategien des E-Sport Marketings

5. Zielgruppenorientiertes Sponsoring im E-Sport
5.1 Zielgruppe des Sponsorings im E-Sport
5.2 Vorteile von Sponsoring im E-Sport Markt
5.3 Herausforderungen für das Sponsoring im E-Sport Markt
5.4 Vergleich des E-Sport Sponsorings mit klassischen Sponsoringmaßnahmen im Sport

6. Die Zukunft des E-Sport Marketing
6.1 Entwicklungspotentiale im professionellen Sport
6.2 Breitensport und E-Sport Marketing
6.3 Aktuelle Themen des E-Sport Marketings

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Diegel, M. (2021). Markenerweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Springer Gabler.
- Hoffmann, A. (2020). Das Phänomen E-Sport. Meyer und Meyer Verlag.
- Görlich, D. & Breuer, M. (2020). eSport: Status Quo und Entwicklungspotenziale. Springer Gabler.
- Ströh, J. H. (2017). The eSports Market and eSports Sponsoring. Tectum Verlag.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Health Care Management

Modulcode: BWGM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dagmar Ittner (Einführung in das Gesundheitsmanagement) / Prof. Dr. Dagmar Ittner (Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung))

Kurse im Modul

- Einführung in das Gesundheitsmanagement (BWGM01)
- Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung) (BWGM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Einführung in das Gesundheitsmanagement • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung) • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Einführung in das Gesundheitsmanagement

- Geschichtliche Grundlagen und Systeme des Gesundheitsmarktes, Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens, Besonderheiten des Gesundheitsmarktes im Zusammenspiel von Marktwirtschaft und öffentlichem Auftrag
- Herausforderungen eines solidarischen Gesundheitssystems
- Gesundheitssysteme im Vergleich und Gesundheitstourismus sowie deren Implikationen für das deutsche Gesundheitssystem
- Betriebliches Gesundheitsmanagement als Führungsaufgabe zum Erhalt der Beschäftigungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens

Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung)

- Skizzierung der Rahmenbedingungen sowie der gesetzlichen Grundlagen des Gesundheitssystems (SGB V, SGB XI; SGB XII; SGB IX)
- Analyse der Angebotsstrukturen (private und gesetzliche Krankenkassen, öffentliche Institutionen, Netzwerke, integrierte Versorgung, Besonderheiten freigemeinnütziger Anbieter)
- Krankenhausfinanzierungssystem unter Berücksichtigung des DRG-Sytems

Qualifikationsziele des Moduls

Einführung in das Gesundheitsmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Prozesse des Gesundheitsmanagements wiederzugeben.
- Modelle des Gesundheitswesens zu kennen und aktuelle Situationen entsprechend zu klassifizieren.
- Akteure und Komponenten sowie deren Zusammenspiel im Gesundheitsmarkt zu überblicken.
- die gegenwärtigen Probleme und Entwicklungen des Gesundheitsmarktes auf die Chancen für eigenes wirtschaftliches Handeln und Entscheiden hin zu bewerten.
- das betriebliche Gesundheitsmanagement als Führungsinstrument zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Stärkung der Mitarbeiterbindung einzusetzen.

Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung)

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strukturellen und ökonomischen sowie die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens zu analysieren und zu bewerten.
- auf Basis erworbener Kenntnisse die Grundzüge von Entscheidungen im Gesundheitswesen zu erkennen und eine eigene, selbstständige Entscheidungsfindung zu entwickeln.
- die Prozesse im Gesundheitswesen in ihren Grundzügen zu skizzieren.
- bereits vorhandene betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf die Mechanismen des Gesundheitsmanagements anzuwenden.
- die Regulierungen gesetzlicher Eingriffe zu verstehen, zu analysieren und in eigene Entscheidungen mit einzubeziehen.
- Finanzierungs- und Entscheidungsprozesse, die ihnen sowohl bei einer Tätigkeit innerhalb als auch außerhalb der Gesundheitswirtschaft von großen Nutzen sein werden, zu durchdringen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Gesundheitsmanagement auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Gesundheit & Soziales

Einführung in das Gesundheitsmanagement

Kurscode: BWGM01

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden lernen die Spezifika des Gesundheitsmarktes kennen. Verschiedene Modelle – Marktsysteme (z. B. USA), Beveridge (z. B. NHS in Großbritannien), Bismarcksches Krankenversicherungsmodell als Basis der heutigen deutschen gesetzlichen Krankenversicherungen – werden im aktuellen Kontext bearbeitet. Die gegenwärtigen Prozesse im Zusammenspiel von Regulierung und Deregulierung des Gesundheitsmarktes, von Marktwirtschaft und Sicherstellungsbedürfnissen werden diskutiert. Neue Potentiale des Gesundheitsmarktes, bspw. in Form eines wachsenden Gesundheitstourismus, werden vorgestellt und bewertet.
Das betriebliche Gesundheitsmanagement wird als branchenübergreifendes Führungsinstrument vorgestellt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Prozesse des Gesundheitsmanagements wiederzugeben.
- Modelle des Gesundheitswesens zu kennen und aktuelle Situationen entsprechend zu klassifizieren.
- Akteure und Komponenten sowie deren Zusammenspiel im Gesundheitsmarkt zu überblicken.
- die gegenwärtigen Probleme und Entwicklungen des Gesundheitsmarktes auf die Chancen für eigenes wirtschaftliches Handeln und Entscheiden hin zu bewerten.
- das betriebliche Gesundheitsmanagement als Führungsinstrument zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Stärkung der Mitarbeiterbindung einzusetzen.

Kursinhalt

1. Gesundheitswesen und Gesundheitswirtschaft
   - 1.1 Das Gesundheitswesen in Deutschland
   - 1.2 Praktische Relevanz des Managements im Gesundheitswesen
   - 1.3 Gesundheitswirtschaft
   - 1.4 Der Gesundheitsmarkt – ein echter Markt?
   - 1.5 Kritik am Gesundheitsmarkt
   - 1.6 Wettbewerb im Gesundheitswesen?
2. Systembeschreibungen

2.1 Ausgangslage
2.2 Marktsysteme
2.3 Staatliche Gesundheitssysteme
2.4 Sozialversicherungssysteme
2.5 Vergleich der Gesundheitssysteme
2.6 Der sechste Kondratieff-Zyklus

3. Herausforderung eines solidarischen Gesundheitssystems
3.1 Demografischer Wandel
3.2 Medizinischer Fortschritt
3.3 Sozialer Wandel
3.4 Herausforderung für das Gesundheitswesen

4. Gesundheitssysteme im Vergleich: die D-A-CH-Region
4.1 Das deutsche Gesundheitssystem
4.2 Das österreichische Gesundheitswesen
4.3 Das Gesundheitswesen in der Schweiz

5. Gesundheitstourismus
5.1 Deutschland als Reiseland
5.2 Neuer Gesundheitstourismus
5.3 Wachstumsgründe
5.4 Potenziale und Chancen
5.5 Outgoing-Tourismus

6. Fraud & Corruption – Betrug und Korruption im Gesundheitswesen?
6.1 Daten und Fakten
6.2 Erscheinungsformen und Täter
6.3 Abrechnungsproblematik
6.4 Folgen
6.5 Lösungsansätze
6.6 Strafrechtliche Verfolgung

7. Betriebliche Gesundheitsvorsorge: Chancen für ein Unternehmen
7.1 Ausgangslage
7.2 Bedarf an und Gründe für BGM
7.3 BGM – Definition, Aufgaben, Nutznießer, Ziele und Prinzipien
7.4 Zentrale Handlungsfelder, Nachteile, Stolpersteine und Grenzen

7.5 Mindeststandards, Mitarbeiterbindung und ROI
7.6 Modell eines integrierten BGM

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Busse, R./Schreyögg, J./Tiemann, O. (2010): Management im Gesundheitswesen. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Esslinger, A. S./Emmert, M./Schöffski, O. (Hrsg.) (2010): Betriebliches Gesundheitsmanagement. Mit gesunden Mitarbeitern zu unternehmerischem Erfolg. Gabler, Wiesbaden.
- Schölkopf, M. (2010): Das Gesundheitswesen im internationalen Vergleich. Gesundheitssystemvergleich und die europäische Gesundheitspolitik. MVW, Berlin.
- Simon, M. (2009): Das Gesundheitswesen in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. 3. Auflage, Huber, Bern.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Rahmenbedingungen des Gesundheitsmarktes (Vertiefung)

Kurscode: BWGM02

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

Beschreibung des Kurses

Aufbauend auf den Einführungen werden die gesetzlichen Grundlagen, die Anbieter- und Nachfragestrukturen des Gesundheitsmarktes unter besonderer Berücksichtigung der unmittelbaren Gesundheitsversorgung sowie die Finanzierungswege dargestellt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strukturellen und ökonomischen sowie die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Gesundheitswesens zu analysieren und zu bewerten.
- auf Basis erworbener Kenntnisse die Grundzüge von Entscheidungen im Gesundheitswesen zu erkennen und eine eigene, selbstständige Entscheidungsfindung zu entwickeln.
- die Prozesse im Gesundheitswesen in ihren Grundzügen zu skizzieren.
- bereits vorhandene betriebswirtschaftliche Kenntnisse auf die Mechanismen des Gesundheitsmanagements anzuwenden.
- die Regulierungen gesetzlicher Eingriffe zu verstehen, zu analysieren und in eigene Entscheidungen mit einzubeziehen.
- Finanzierungs- und Entscheidungsprozesse, die ihnen sowohl bei einer Tätigkeit innerhalb als auch außerhalb der Gesundheitswirtschaft von großen Nutzen sein werden, zu durchdringen.

Kursinhalt

1. Gesetzliche Grundlagen
   - 1.1 Gesetzliche Krankenversicherung (SGB V)
   - 1.2 Soziale Pflegeversicherung (SGB XI)
   - 1.3 Sozialhilfe (SGB XII)
   - 1.4 Rehabilitation (SGB IX)
2. Finanzierung
   - 2.1 Finanzierung der gesetzlichen Krankenversicherung
   - 2.2 Finanzierung der privaten Krankenversicherung
   - 2.3 Finanzierung der Berufsgenossenschaften

2.4 Finanzierung des zweiten Gesundheitsmarkts
2.5 Gesundheitsfonds
2.6 DRG
2.7 Ambulanter Bereich

3. Leistungsanbieter – Analyse ambulanter und stationärer Anbieter
3.1 Ambulanter Sektor
3.2 Stationärer Sektor

4. Das Krankenhausfinanzierungssystem unter Berücksichtigung des DRG-Systems
4.1 Marktspezifische Besonderheiten der Leistungserstellung im Krankenhaus

5. Ambulante Versorgung
5.1 Von der Einzelpraxis zum Medizinischen Versorgungszentrum (MVZ)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Busse, R./Schreyögg, J./Stargardt, T. (Hrsg.) (2013): Management im Gesundheitswesen. Das Lehrbuch für Studium und Praxis. 3. Auflage, Springer, Berlin.
- Fleß, S. (2013): Grundlagen der Gesundheitsökonomie: Eine Einführung in das wirtschaftliche Denken im Gesundheitswesen. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Mediengruppe Oberfranken (Hrsg.) (2014): KU Gesundheitsmanagement Sonderheft. Krankenhausfinanzierungsrecht 2014. Mediengruppe Oberfranken, Bamberg.
- Rau, F./Roeder, N./Hensen, P. (Hrsg.) (2009): Auswirkungen der DRG-Einführung in Deutschland. Standortbestimmung und Perspektiven. Kohlhammer, Stuttgart.
- Walhalla Fachredaktion (Hrsg.) (2014): Das gesamte Sozialgesetzbuch SGB I bis SGB XII. 17. Auflage, Walhalla Fachverlag, Regensburg.
- Wernitz, M.H./Pelz, J. (2010): Gesundheitsökonomie und das deutsche Gesundheitswesen. Ein praxisorientiertes Lehrbuch für Studium und Beruf. Kohlhammer, Stuttgart.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Marktpsychologie

Modulcode: DLBMPS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum		BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Pitters (Wirtschaftspsychologie) / Prof. Dr. Julia Pitters (Konsumentenverhalten)

Kurse im Modul

- Wirtschaftspsychologie (DLBMPS01)
- Konsumentenverhalten (DLBMPS02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Wirtschaftspsychologie • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten Konsumentenverhalten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 90 Minuten (100) • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Wirtschaftspsychologie

- Allgemeine Theorien der Wirtschaftspsychologie
- Psychologie mikroökonomischer Prozesse
- Psychologie makroökonomischer Prozesse
- Psychologie des Wandels
- Die lernende Organisation

Konsumentenverhalten

- Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen des Konsumverhaltens
- Einflussfaktoren auf das Konsumverhalten
- Konsumverhalten auf Dienstleistungsmärkten
- Organisationales Kaufverhalten

Qualifikationsziele des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zentrale ökonomische Grundannahmen und deren Einflussfaktoren zu beschreiben und in Bezug auf konkrete Handlungs- und Entscheidungssituationen kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Theorien im Bereich Motivation, Kognition und Interaktion zu diskutieren sowie deren Bedeutung für wirtschaftliche Aufgaben und Kontexte zu erläutern.
- grundlegende psychologische Bedingungsfaktoren und Erklärungsmodelle makroökonomischer Prozesse und Phänomene zu erklären und auf zentrale ökonomische Fragestellungen anzuwenden.
- die Bedeutung der Arbeit und wesentlicher Einflussfaktoren aus psychologischer Perspektive darzustellen und daraus betriebliche Möglichkeiten zur Gestaltung von Arbeit abzuleiten.
- wesentliche psychologische Modelle und Konzepte zur Beschreibung und Beeinflussung menschlichen Verhaltens in Organisationen und Gruppen zu unterscheiden.
- die Möglichkeiten und Grenzen der gezielten Entwicklung von Organisationen anhand zentraler psychologischer Theorien und Modelle zu beurteilen und Verhaltensempfehlungen zu entwickeln.
- psychologische Grundkonzepte der lernenden Organisation zu erörtern und konkrete Maßnahmen für den betrieblichen Alltag zu entwerfen.

Konsumentenverhalten

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zentrale Begriffe der Konsumentenpsychologie zu erklären sowie die grundlegenden psychologischen Modelle zur Erklärung des Konsumentenverhaltens zu unterscheiden und hinsichtlich ihrer Aussagekraft und Einsatzfähigkeit zu beurteilen.
- psychologische Theorien und Modelle über Faktoren darzulegen, die das Verhalten auslösen bzw. beeinflussen und daraus Empfehlungen für zielführende Marketing- und Werbemaßnahmen abzuleiten.
- verhaltenswissenschaftliche Modelle zu Kaufentscheidungen und Kaufprozessen zu diskutieren und darauf basierend Handlungsempfehlungen für Unternehmen zu entwickeln.
- die wesentlichen verhaltenswissenschaftlichen Aspekte und Instrumente der Kundenbindung zu erklären und Lösungsansätze für konkrete betriebliche Aufgabenstellungen in diesem Bereich zu erarbeiten.
- die besonderen Anforderungen beim Verkauf von Dienstleistungen zu beschreiben und Maßnahmen zu planen, um ihnen erfolgversprechend zu begegnen.
- organisationales Kaufverhalten und dessen Determinanten modellhaft zu erläutern und Vorschläge zu unterbreiten, um das Handeln in den einzelnen Prozessphasen zielführend zu gestalten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Psychologie	Alle Bachelor-Programme im Bereich Sozialwissenschaften

Wirtschaftspsychologie

Kurscode: DLBMPS01

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

Beschreibung des Kurses

Entscheidungen in komplexen Situationen folgen nicht den Regeln der Logik, sondern sind von den Eigenheiten des Verhaltens der Marktteilnehmer bestimmt. Um dieses Verhalten besser zu verstehen und darauf aufbauend verlässliche Prognosen zu erstellen, muss die Ökonomie die Erkenntnisse der Psychologie berücksichtigen.Nach einer Einführung in die ökonomische Psychologie und deren Einflussfaktoren werden die Studierenden mit den verschiedenen Theorien zu den Themen Motivation, Kognition und Interaktion vertraut gemacht. Der Kurs geht dann auf die Wirtschaftspsychologie auf makro- und mikroökonomischer Ebene ein. Dabei lernen die Studierenden die psychologische Sicht auf die Entwicklung von Ländern und Gesellschaften genauso kennen wie die Psychologie von Organisationen und Gruppen. Darüber hinaus wird im Speziellen die Psychologie der Arbeit in Bezug auf das Personal und die Arbeitszufriedenheit beleuchtet.Die Studierenden lernen die Bedeutung des Wandels in Organisationen und das Prinzip der lernenden Organisation kennen und verstehen. Die Fähigkeit, schneller zu lernen als die Konkurrenz, gehört zu den wichtigsten Wettbewerbsfaktoren. Lernende Organisationen fördern gemeinsames und individuelles Lernen und somit die Motivation der Mitarbeiter.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zentrale ökonomische Grundannahmen und deren Einflussfaktoren zu beschreiben und in Bezug auf konkrete Handlungs- und Entscheidungssituationen kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Theorien im Bereich Motivation, Kognition und Interaktion zu diskutieren sowie deren Bedeutung für wirtschaftliche Aufgaben und Kontexte zu erläutern.
- grundlegende psychologische Bedingungsfaktoren und Erklärungsmodelle makroökonomischer Prozesse und Phänomene zu erklären und auf zentrale ökonomische Fragestellungen anzuwenden.
- die Bedeutung der Arbeit und wesentlicher Einflussfaktoren aus psychologischer Perspektive darzustellen und daraus betriebliche Möglichkeiten zur Gestaltung von Arbeit abzuleiten.
- wesentliche psychologische Modelle und Konzepte zur Beschreibung und Beeinflussung menschlichen Verhaltens in Organisationen und Gruppen zu unterscheiden.
- die Möglichkeiten und Grenzen der gezielten Entwicklung von Organisationen anhand zentraler psychologischer Theorien und Modelle zu beurteilen und Verhaltensempfehlungen zu entwickeln.
- psychologische Grundkonzepte der lernenden Organisation zu erörtern und konkrete Maßnahmen für den betrieblichen Alltag zu entwerfen.

Kursinhalt

1. Die ökonomische Psychologie des Menschen
   - 1.1 Ökonomische Psychologie
   - 1.2 Das menschliche Verhalten in der Ökonomie

2. Einflussfaktoren auf ökonomischen Grundannahmen
   - 2.1 Wahrnehmung und Verarbeitung von Informationen
   - 2.2 Entscheidungen
   - 2.3 Gefühle

3. Theorien der Wirtschaftspsychologie
   - 3.1 Theorien im Bereich Kognition
   - 3.2 Theorien im Bereich der (irrationalen) Entscheidung
   - 3.3 Theorien im Bereich Interaktion

4. Psychologie makroökonomischer Prozesse
   - 4.1 Psychologie der wirtschaftlichen Entwicklung
   - 4.2 Psychologie entwickelter Gesellschaften
   - 4.3 Psychologie der Märkte
   - 4.4 Bedürnfnistheorien
   - 4.5 Psychologie des Geldes

5. Psychologie mikroökonomischer Prozesse I
   - 5.1 Psychologie der Arbeit
   - 5.2 Psychologie des Arbeitspersonals
   - 5.3 Psychologie der Arbeitsmotivation
   - 5.4 Psychologie der Arbeitsgestaltung
   - 5.5 Psychologie der Arbeitszufriedenheit
   - 5.6 Psychologie der Arbeitsbelastung

6. Wirtschaftspsychologie mikroökonomischer Prozesse II
   - 6.1 Psychologie der Organisation
   - 6.2 Organisationale Gruppen
   - 6.3 Organisationale Macht
   - 6.4 Organisationale Konflikte
   - 6.5 Organisationale Führung

7. Die Psychologie des Wandels
   - 7.1 Bereiche des organisatorischen Wandels

7.2 Phasen des organisatorischen Wandels
7.3 Organisationsentwicklung

8. Die lernende Organisation
8.1 Systemdenken
8.2 Personal Mastery
8.3 Mentale Modelle
8.4 Visionen
8.5 Teamlernen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Kirchler, E. (2011): Wirtschaftspsychologie. Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. 4. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Moser, K. (2007): Wirtschaftspsychologie. Springer, Berlin.
- Senge, P. (2011): Die Fünfte Disziplin. Kunst und Praxis der lernenden Organisation. 11. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Wiswede, G. (2012): Einführung in die Wirtschaftspsychologie. 5. Auflage, UTB, Stuttgart.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Konsumentenverhalten

Kurscode: DLBMPS02

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

Beschreibung des Kurses

Unternehmen müssen ihre Kunden und deren Kauf- und Konsumverhalten kennen, um Trends frühzeitig wahrzunehmen und Chancen der Bedarfsdeckung zu nutzen. Deshalb ist es unerlässlich, zu analysieren, wie Kunden ihre Ressourcen (Zeit, Geld, Aufwand) einteilen und welche Faktoren zur Kaufentscheidung beitragen. Hierzu müssen beispielsweise die folgenden Fragen beantwortet werden: Was, warum, wann, wie, wie oft und wo kauft der Kunde? Wie beeinflussen die Merkmale von Produkten und Dienstleistungen den Kaufentscheidungsprozess? Und welche anderen Aspekte und Faktoren sind wichtig? Dieser Kurs macht die Studierenden mit wesentlichen psychologischen Erklärungsansätzen und Modellen des Konsumentenverhaltens vertraut. Er beleuchtet die Kaufentscheidungsprozesse von privaten Haushalten und beschaffenden Organisationen, untersucht die individuellen und sozialen Faktoren, die diese Prozesse jeweils beeinflussen und zeigt zentrale Konzepte zur Kundenbindung auf. Zudem vermittelt er die Besonderheiten der Vermarktung von Dienstleistungen und stellt Ansätze vor, wie Unternehmen diesen spezifischen Anforderungen wirksam begegnen können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zentrale Begriffe der Konsumentenpsychologie zu erklären sowie die grundlegenden psychologischen Modelle zur Erklärung des Konsumentenverhaltens zu unterscheiden und hinsichtlich ihrer Aussagekraft und Einsatzfähigkeit zu beurteilen.
- psychologische Theorien und Modelle über Faktoren darzulegen, die das Verhalten auslösen bzw. beeinflussen und daraus Empfehlungen für zielführende Marketing- und Werbemaßnahmen abzuleiten.
- verhaltenswissenschaftliche Modelle zu Kaufentscheidungen und Kaufprozessen zu diskutieren und darauf basierend Handlungsempfehlungen für Unternehmen zu entwickeln.
- die wesentlichen verhaltenswissenschaftlichen Aspekte und Instrumente der Kundenbindung zu erklären und Lösungsansätze für konkrete betriebliche Aufgabenstellungen in diesem Bereich zu erarbeiten.
- die besonderen Anforderungen beim Verkauf von Dienstleistungen zu beschreiben und Maßnahmen zu planen, um ihnen erfolgversprechend zu begegnen.
- organisationales Kaufverhalten und dessen Determinanten modellhaft zu erläutern und Vorschläge zu unterbreiten, um das Handeln in den einzelnen Prozessphasen zielführend zu gestalten.

Kursinhalt

1. Einführung in das Konsumentenverhalten
   - 1.1 Begriffe und Entwicklung des Konsumentenverhaltens
   - 1.2 Ziele der Konsumentenforschung
   - 1.3 Konsum und Konsumenten

2. Modelle des Konsumentenverhaltens
   - 2.1 Modellansätze zur Erklärung des Konsumentenverhaltens
   - 2.2 Wichtige Modellarten des Konsumentenverhaltens
   - 2.3 Einführung in die Determinanten des Konsumentenverhaltens

3. Aktivierung
   - 3.1 Grundlagen zur Aktivierung
   - 3.2 Aktivierung des Konsumenten

4. Emotion, Motivation und Einstellung
   - 4.1 Emotion
   - 4.2 Motivation
   - 4.3 Einstellung

5. Kognitive Prozesse
   - 5.1 Kognition und Gedächtnis
   - 5.2 Lernen durch Konditionierung und kognitive Lerntheorien

6. Weitere Einflüsse auf das Konsumentenverhalten
   - 6.1 Persönliche Einflussgrößen
   - 6.2 Soziale Einflussgrößen
   - 6.3 Kulturelle Einflussgrößen

7. Der Kaufprozess
   - 7.1 Arten der Kaufentscheidung und Kaufentscheidungstyp
   - 7.2 Vorkaufphase
   - 7.3 Kaufphase
   - 7.4 Nachkauf- und Nutzungsphase

8. Der Kunde ist König: Von der Kundenorientierung zum Kundenwert
   - 8.1 Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit
   - 8.2 Kundenbindung und Kundenwert

9. Konsumentenverhalten auf Dienstleistungsmärkten
   - 9.1 Kaufentscheidungsprozess im Dienstleistungsbereich
   - 9.2 Die Service-Erfolgskette
   - 9.3 Marktsegmentierung auf Dienstleistungsmärkten

10. Organisationales Kaufverhalten
   - 10.1 Grundlagen des organisationalen Kaufverhaltens
   - 10.2 Ein Modell organisatorischer Kaufentscheidung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten. 10. Auflage, Vahlen, München.
- Meffert, H./Bruhn, M. (2009): Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Solomon, M. R. (2011): Konsumentenverhalten. 9. Auflage, Pearson, München.
- Trommsdorf, V./Teichert, T. (2011): Konsumentenverhalten. 8. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales Studium

Studienform	Kursart
Duales Studium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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 myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Organisationspsychologie

Modulcode: DLPOPS-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum		BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Pitters (Wirtschaftspsychologie) / Prof. Dr. Timo Kortsch (Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie)

Kurse im Modul

- Wirtschaftspsychologie (DLBMPS01)
- Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie (DLPOPS02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Wirtschaftspsychologie • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Wirtschaftspsychologie

- Allgemeine Theorien der Wirtschaftspsychologie
- Psychologie mikroökonomischer Prozesse
- Psychologie makroökonomischer Prozesse
- Psychologie des Wandels
- Die lernende Organisation

Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie

- Grundlagen der Arbeitspsychologie
- Konzepte und Methoden der Arbeitsanalyse und -bewertung
- Konzepte und Methoden der Arbeitsmotivation und -zufriedenheit
- Konzepte und Methoden der Arbeits- und Arbeitsplatzgestaltung
- Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Grundlagen der Organisationspsychologie
- Konzepte und Methoden der Organisationsanalyse und -gestaltung
- Interaktion und Kommunikation in Organisationen
- Organisationsentwicklung und -kultur
- Die lernende Organisation

Qualifikationsziele des Moduls

Wirtschaftspsychologie

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zentrale ökonomische Grundannahmen und deren Einflussfaktoren zu beschreiben und in Bezug auf konkrete Handlungs- und Entscheidungssituationen kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Theorien im Bereich Motivation, Kognition und Interaktion zu diskutieren sowie deren Bedeutung für wirtschaftliche Aufgaben und Kontexte zu erläutern.
- grundlegende psychologische Bedingungsfaktoren und Erklärungsmodelle makroökonomischer Prozesse und Phänomene zu erklären und auf zentrale ökonomische Fragestellungen anzuwenden.
- die Bedeutung der Arbeit und wesentlicher Einflussfaktoren aus psychologischer Perspektive darzustellen und daraus betriebliche Möglichkeiten zur Gestaltung von Arbeit abzuleiten.
- wesentliche psychologische Modelle und Konzepte zur Beschreibung und Beeinflussung menschlichen Verhaltens in Organisationen und Gruppen zu unterscheiden.
- die Möglichkeiten und Grenzen der gezielten Entwicklung von Organisationen anhand zentraler psychologischer Theorien und Modelle zu beurteilen und Verhaltensempfehlungen zu entwickeln.
- psychologische Grundkonzepte der lernenden Organisation zu erörtern und konkrete Maßnahmen für den betrieblichen Alltag zu entwerfen.

Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Arbeits- und Organisationspsychologie als Teilgebiet der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- methodische Ansätze zur Arbeitsanalyse zu skizzieren.
- Arbeitsplätze so zu gestalten, dass sie zu Motivation, Zufriedenheit und Gesundheit führen und den Bedürfnissen der Beschäftigten entsprechen.
- Teams bei der produktiven und zielgerichteten Arbeit zu unterstützen und zu leiten und wissen, welche Ansätze angewendet werden können.
- Organisationsentwicklung als systematischen Prozess zu begreifen und diesen entsprechend zu reflektieren.
- Veränderungsprozesse in Organisationen zu initiieren, umzusetzen und zu reflektieren.
- wissenschaftlich fundierte Maßnahmen der Mitarbeiterentwicklung und der Führungskräfteentwicklung umzusetzen.
- Aufgaben in den Bereichen Management und Personalführung zu übernehmen.
- zu verstehen, wie Organisationen zu lernenden Organisationen werden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Psychologie auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Gesundheit & Soziales

Wirtschaftspsychologie

Kurscode: DLBMPS01

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

Beschreibung des Kurses

Entscheidungen in komplexen Situationen folgen nicht den Regeln der Logik, sondern sind von den Eigenheiten des Verhaltens der Marktteilnehmer bestimmt. Um dieses Verhalten besser zu verstehen und darauf aufbauend verlässliche Prognosen zu erstellen, muss die Ökonomie die Erkenntnisse der Psychologie berücksichtigen.Nach einer Einführung in die ökonomische Psychologie und deren Einflussfaktoren werden die Studierenden mit den verschiedenen Theorien zu den Themen Motivation, Kognition und Interaktion vertraut gemacht. Der Kurs geht dann auf die Wirtschaftspsychologie auf makro- und mikroökonomischer Ebene ein. Dabei lernen die Studierenden die psychologische Sicht auf die Entwicklung von Ländern und Gesellschaften genauso kennen wie die Psychologie von Organisationen und Gruppen. Darüber hinaus wird im Speziellen die Psychologie der Arbeit in Bezug auf das Personal und die Arbeitszufriedenheit beleuchtet.Die Studierenden lernen die Bedeutung des Wandels in Organisationen und das Prinzip der lernenden Organisation kennen und verstehen. Die Fähigkeit, schneller zu lernen als die Konkurrenz, gehört zu den wichtigsten Wettbewerbsfaktoren. Lernende Organisationen fördern gemeinsames und individuelles Lernen und somit die Motivation der Mitarbeiter.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zentrale ökonomische Grundannahmen und deren Einflussfaktoren zu beschreiben und in Bezug auf konkrete Handlungs- und Entscheidungssituationen kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Theorien im Bereich Motivation, Kognition und Interaktion zu diskutieren sowie deren Bedeutung für wirtschaftliche Aufgaben und Kontexte zu erläutern.
- grundlegende psychologische Bedingungsfaktoren und Erklärungsmodelle makroökonomischer Prozesse und Phänomene zu erklären und auf zentrale ökonomische Fragestellungen anzuwenden.
- die Bedeutung der Arbeit und wesentlicher Einflussfaktoren aus psychologischer Perspektive darzustellen und daraus betriebliche Möglichkeiten zur Gestaltung von Arbeit abzuleiten.
- wesentliche psychologische Modelle und Konzepte zur Beschreibung und Beeinflussung menschlichen Verhaltens in Organisationen und Gruppen zu unterscheiden.
- die Möglichkeiten und Grenzen der gezielten Entwicklung von Organisationen anhand zentraler psychologischer Theorien und Modelle zu beurteilen und Verhaltensempfehlungen zu entwickeln.
- psychologische Grundkonzepte der lernenden Organisation zu erörtern und konkrete Maßnahmen für den betrieblichen Alltag zu entwerfen.

Kursinhalt

1. Die ökonomische Psychologie des Menschen
   - 1.1 Ökonomische Psychologie
   - 1.2 Das menschliche Verhalten in der Ökonomie

2. Einflussfaktoren auf ökonomischen Grundannahmen
   - 2.1 Wahrnehmung und Verarbeitung von Informationen
   - 2.2 Entscheidungen
   - 2.3 Gefühle

3. Theorien der Wirtschaftspsychologie
   - 3.1 Theorien im Bereich Kognition
   - 3.2 Theorien im Bereich der (irrationalen) Entscheidung
   - 3.3 Theorien im Bereich Interaktion

4. Psychologie makroökonomischer Prozesse
   - 4.1 Psychologie der wirtschaftlichen Entwicklung
   - 4.2 Psychologie entwickelter Gesellschaften
   - 4.3 Psychologie der Märkte
   - 4.4 Bedürnfnistheorien
   - 4.5 Psychologie des Geldes

5. Psychologie mikroökonomischer Prozesse I
   - 5.1 Psychologie der Arbeit
   - 5.2 Psychologie des Arbeitspersonals
   - 5.3 Psychologie der Arbeitsmotivation
   - 5.4 Psychologie der Arbeitsgestaltung
   - 5.5 Psychologie der Arbeitszufriedenheit
   - 5.6 Psychologie der Arbeitsbelastung

6. Wirtschaftspsychologie mikroökonomischer Prozesse II
   - 6.1 Psychologie der Organisation
   - 6.2 Organisationale Gruppen
   - 6.3 Organisationale Macht
   - 6.4 Organisationale Konflikte
   - 6.5 Organisationale Führung

7. Die Psychologie des Wandels
   - 7.1 Bereiche des organisatorischen Wandels

7.2 Phasen des organisatorischen Wandels
7.3 Organisationsentwicklung

8. Die lernende Organisation
8.1 Systemdenken
8.2 Personal Mastery
8.3 Mentale Modelle
8.4 Visionen
8.5 Teamlernen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Kirchler, E. (2011): Wirtschaftspsychologie. Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. 4. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Moser, K. (2007): Wirtschaftspsychologie. Springer, Berlin.
- Senge, P. (2011): Die Fünfte Disziplin. Kunst und Praxis der lernenden Organisation. 11. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Wiswede, G. (2012): Einführung in die Wirtschaftspsychologie. 5. Auflage, UTB, Stuttgart.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Grundlagen der Arbeits- und Organisationspsychologie

Kurscode: DLPOPS02-01

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

Beschreibung des Kurses

Die Zusammenarbeit von Menschen in Organisationen wird ganz entscheidend von den formellen und informellen Prozessen der Interaktion und Kommunikation determiniert. Der Kurs befasst sich mit den theoretischen Grundlagen, Konzepten und Methoden der Arbeits- und Organisationsgestaltung und nimmt dabei die Auswirkungen auf das Erleben und Handeln der verschiedenen Organisationsmitglieder in den Blick.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Arbeits- und Organisationspsychologie als Teilgebiet der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- methodische Ansätze zur Arbeitsanalyse zu skizzieren.
- Arbeitsplätze so zu gestalten, dass sie zu Motivation, Zufriedenheit und Gesundheit führen und den Bedürfnissen der Beschäftigten entsprechen.
- Teams bei der produktiven und zielgerichteten Arbeit zu unterstützen und zu leiten und wissen, welche Ansätze angewendet werden können.
- Organisationsentwicklung als systematischen Prozess zu begreifen und diesen entsprechend zu reflektieren.
- Veränderungsprozesse in Organisationen zu initiieren, umzusetzen und zu reflektieren.
- wissenschaftlich fundierte Maßnahmen der Mitarbeiterentwicklung und der Führungskräfteentwicklung umzusetzen.
- Aufgaben in den Bereichen Management und Personalführung zu übernehmen.
- zu verstehen, wie Organisationen zu lernenden Organisationen werden.

Kursinhalt

1. Einführung in die Arbeits- und Organisationspsychologie
   - 1.1 Das Gebiet der Arbeits- und Organisationspsychologie
   - 1.2 Meilensteine in der Entwicklung der Arbeits- und Organisationspsychologie
   - 1.3 Forschungsmethoden in der Arbeits- und Organisationspsychologie
   - 1.4 Aufgaben und Kompetenzen von Arbeits- und Organisationspsycholog:innen
2. Arbeitsanalyse
   - 2.1 Definition und Zweck der Arbeitsanalyse

2.2 Methodische Ansätze der Arbeitsanalyse
2.3 Verfahren bei Arbeitsanalysen
2.4 Methoden der Arbeitsanalyse

3. Arbeitszufriedenheit und Arbeitsmotivation
3.1 Arbeitszufriedenheit
3.2 Arbeitsmotivation

4. Arbeitsgestaltung
4.1 Die Geschichte der Arbeitsgestaltung
4.2 Zentrale Perspektiven der Arbeitsgestaltung
4.3 Modelle der Arbeitsgestaltung
4.4 Job Crafting

5. Arbeitsstress und Erholung
5.1 Psychische Gesundheit im Arbeitskontext
5.2 Verbreitung und Auswirkung von Stress
5.3 Modelle zur Erklärung von Stress und Stressinterventionen
5.4 Bedeutung von Erholung
5.5 Modelle zur Erklärung von Erholung und Strategien zur Förderung von Erholung

6. Arbeitsbezogenes Lernen
6.1 Arbeitsbezogenes Lernen
6.2 Lehrprinzipien
6.3 Der Personalentwicklungszyklus

7. Teams
7.1 Definition: Gruppen vs. Teams
7.2 Teambildung
7.3 Teams und Führung

8. Lernende Organisation
8.1 Was ist eine lernende Organisation?
8.2 Lernklima und Lernkultur

9. Organisationsentwicklung und Organisationskultur
9.1 Veränderung und Entwicklung in Organisationen
9.2 Definition und Ebenen der Organisationskultur

10. Nachhaltigkeit in Organisationen
    - 10.1 Definition von Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsstrategien
    - 10.2 Die Ebene der Beschäftigten im Kontext Nachhaltigkeit
    - 10.3 Der Einfluss von Führungskräften auf die Nachhaltigkeit in Organisationen
    - 10.4 Die Ebene der Organisation im Kontext Nachhaltigkeit

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bamberg, E./Mohr, G./Busch, C. (2012): Arbeitspsychologie. Hogrefe, Göttingen.
- Marcus, B. (2011): Einführung in die Arbeits- und Organisationspsychologie. VS Verlag, Wiesbaden.
- Nerdinger, F. W./Blickle, G./Schaper, N. (2011): Arbeits- und Organisationspsychologie. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Rosenstiel, L. v. (2007): Grundlagen der Organisationspsychologie. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Schuler, H./Moser, K. (2014): Lehrbuch Organisationspsychologie. 5. Auflage, Hogrefe, Bern.
- Sonntag, K./Frieling, E./Stegmeier, R. (2012): Lehrbuch Arbeitspsychologie. 3. Auflage, Hogrefe, Bern.
- Ulich, E. (2011): Arbeitspsychologie. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Zürich.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Unternehmensfinanzierung

Modulcode: DLFUFG

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum		BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Alexander Klein (Corporate Finance) / Prof. Dr. Alexander Klein (Finanzmanagement)

Kurse im Modul

- Corporate Finance (DLFUFG01)
- Finanzmanagement (DLFUFG02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Corporate Finance • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten Finanzmanagement • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Corporate Finance

- strategische Fragen der Finanzierung: Shareholder value, Kapitalstrukturpolitik, Financial modeling, Unternehmensbewertung, Unternehmenstransaktionen, Ausschüttungspolitik

Finanzmanagement

- operative Fragen der Finanzierung: Kapitalbedarf und Finanzierung im Lebenszyklus, Eigenkapitalorientierte Instrumente der Finanzierung, Fremdkapitalorientierte Finanzierungsinstrumente, Hybride Finanzierungsinstrumente, Spezifische Finanzierungssituationen, Working Capital Management

Qualifikationsziele des Moduls

Corporate Finance

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Finanzmodule als wesentliches Instrument der Corporate Finance zu modellieren, zu analysieren und im Hinblick auf wichtige finanzwirtschaftliche Key Performance-Indikatoren zu interpretieren.
- Unternehmensbewertungen mit marktüblichen Verfahren selbstständig durchzuführen und die Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Milestones bei der Umsetzung von Unternehmenstransaktionen – wie z. B. die finanzielle Due Diligence – zu benennen und durchzuführen.
- strategische Zielsetzungen von Unternehmen im Zusammenhang mit Unternehmenstransaktionen zu analysieren und ökonomisch zu bewerten.
- die Ausschüttungspolitik von Unternehmen zu bewerten und mit Hilfe der verschiedenen Instrumente in der Praxis zielgerichtet umzusetzen.
- die im Kurs erlernten und diskutierten Ansätze – soweit sinnvoll – in Microsoft Excel umzusetzen und praktisch zu implementieren.

Finanzmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- idealtypische Unternehmenszyklen basierend auf Produkt-, Technologie- oder Branchenlebenszyklen zu beschreiben und die spezifischen Anforderungen an die Unternehmensfinanzierung zu erkennen.
- einen problemadäquaten und zyklusspezifischen Finanzierungsmix abzuleiten.
- typische Finanzierungsformen der Eigen-, Fremd- und Hybridfinanzierung den Lebenszyklusphasen der Unternehmen zuzuordnen. Außerdem haben sie ein genaues Verständnis über wichtige Finanzierungsinstrumente der Praxis erworben.
- mögliche Finanzierungskonstruktionen für spezifische Unternehmenssituationen selbstständig zu entwickeln.
- kurzfristige Finanzierungsmöglichkeiten mit Hilfe des Working Capital Managements aufzuzeigen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Corporate Finance

Kurscode: DLFUFG01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Corporate Finance“ legt den Schwerpunkt auf strategische Aspekte der Unternehmensfinanzierung. Ausgehend vom Shareholder-Value-Ansatz und der ökonomischen Bewertung von Unternehmensstrategien wird zunächst die Funktion und Bedeutung der Unternehmensfinanzierung für die Erreichung der Unternehmensziele thematisiert. Die Studierenden werden im ersten Block nochmals vertiefend in die Analyse von Finanzberichten und die Ableitung und Interpretation zentraler finanzieller Key Performance-Indikatoren zur Bewertung der finanziellen Situation von Unternehmen eingeführt. Die Gestaltung der optimalen Kapitalstruktur als wesentliches Entscheidungsfeld der Corporate Finance wird im folgenden Abschnitt erörtert. Mit den Theorem von Modigliani/ Miller werden finanzierungstheoretische Grundlagen dargestellt und die Studierenden lernen, welchen Einfluss Leverage Effekt und Kapital- und Agency Kosten auf die optimale Finanzierungsstruktur haben. Eine wesentliche Grundlage und Voraussetzung für viele Fragestellungen der Unternehmensfinanzierung ist der sog. Business Case und dabei insbesondere das Finanzplanungsmodul, i. e. S. bestehend aus Bilanz, GuV und Cashflow-Rechnung. Studierende erlernen die Modellierung und Analyse dieser Finanzmodule. Der Business Case ist auch eine wichtige Grundlage der Unternehmensbewertung. In diesem Block lernen die Studierenden wichtige praktisch relevante Methoden und Verfahren der Unternehmensbewertung anzuwenden und deren Ergebnisse – insbesondere auch im Vergleich der verschiedenen Verfahren – kritisch zu hinterfragen. Von besonderer praktischer Bedeutung ist der Discounted Cash Flow Ansatz, der in unterschiedlichen Varianten zur Anwendung kommt und in einem gesonderten Kapitel ausführlich behandelt wird. Ein weiterer Themenblock widmet sich Unternehmenstransaktionen und der Restrukturierung von Unternehmen im Wege der Fusion, der Übernahme oder durch Unternehmensverkauf. Transaktionsprozesse sollen analysiert (z. B. finanzielle Due Diligence als ein Milestone) und die Motivation und Vorteilhaftigkeit von Unternehmenstransaktionen erläutert werden. Abschließend wird die Ausschüttungspolitik von Unternehmen vor dem Hintergrund des Shareholder Value Ansatzes diskutiert und es werden verschiedene Instrumente dargestellt und bewertet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Finanzmodule als wesentliches Instrument der Corporate Finance zu modellieren, zu analysieren und im Hinblick auf wichtige finanzwirtschaftliche Key Performance-Indikatoren zu interpretieren.
- Unternehmensbewertungen mit marktüblichen Verfahren selbstständig durchzuführen und die Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Milestones bei der Umsetzung von Unternehmenstransaktionen – wie z. B. die finanzielle Due Diligence – zu benennen und durchzuführen.
- strategische Zielsetzungen von Unternehmen im Zusammenhang mit Unternehmenstransaktionen zu analysieren und ökonomisch zu bewerten.
- die Ausschüttungspolitik von Unternehmen zu bewerten und mit Hilfe der verschiedenen Instrumente in der Praxis zielgerichtet umzusetzen.
- die im Kurs erlernten und diskutierten Ansätze – soweit sinnvoll – in Microsoft Excel umzusetzen und praktisch zu implementieren.

Kursinhalt

1. Corporate Finance und Shareholder-Value
   - 1.1 Corporate Finance und Unternehmensziele
   - 1.2 Corporate Finance und die wichtigsten finanziellen Key Performance Indicators
2. Kapitalstruktur und Agency-Probleme
   - 2.1 Kapitalstruktur und Leverage-Effekt
   - 2.2 Die Irrelevanz der Kapitalstruktur in einem friktionslosen Markt
   - 2.3 Kapitalstruktur und Steuern (Irrelevanz-Theorem und Steuern)
   - 2.4 Asymmetrische Information und Interessenkonflikte
3. Financial Modeling
   - 3.1 Das Finanzmodell als Visualisierung eines Business Cases
   - 3.2 Die Kernbestandteile eines Finanzmodells
   - 3.3 Interpretationen von Finanzmodellen
4. Unternehmensbewertung
   - 4.1 Bewertungsanlässe
   - 4.2 Rechengrößen der Bewertung
   - 4.3 Überblick Bewertungsverfahren
   - 4.4 Das Multiplikator-Verfahren
   - 4.5 Die Venture Capital-Methode
5. Die Discounted-Cashflow-Methode

5.1 Grundlagen der Discounted-Cashflow-Methode
5.2 Der Entity Approach
5.3 Flow-to-Equity-Ansatz und Vergleich DCF-Verfahren

6. Unternehmenstransaktionen
6.1 Grundlagen und Typologie von Unternehmenstransaktionen
6.2 Unternehmensakquisitionen
6.3 Unternehmensfusionen
6.4 Motive für Unternehmenstransaktionen
6.5 Die Post-Merger-Integration: Die Struktur des M&A-Prozesses

7. Ausschüttungspolitik
7.1 Formen der Ausschüttungspolitik
7.2 Zielsetzung der Ausschüttungspolitik

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G. (2016): *Finanzierung*. 3. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2017): *Finanzwirtschaft der Unternehmung*. 17. Auflage, Vahlen Verlag, München.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Finanzmanagement

Kurscode: DLFUFG02

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Finanzmanagement“ behandelt wichtige Finanzierungsinstrumente vor dem Hintergrund typischer Lebenszyklusphasen von Unternehmen. Gründung, Wachstum oder Reifephase von Unternehmen führen zu völlig unterschiedlichen Finanzierungsproblemen und Anforderungen an die Finanzierung. In Abhängigkeit von der Lebenszyklusphase eines Unternehmens variieren zugleich auch die den Unternehmen zur Verfügung stehenden Finanzierungsinstrumente wesentlich. Der Kurs stellt die in der Praxis vorherrschenden Finanzierungsformen in den verschiedenen Phasen vertieft und anhand von Praxisbeispielen dar. Behandelt werden langfristige Finanzierungsformen wie bspw. Venture Capital, Private Equity, IPO, Kreditfinanzierung oder Hybridinstrumente wie Convertible Bonds. Daneben wird das Working Capital Management als eine wichtige Form des kurzfristig wirkenden Finanzmanagements behandelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- idealtypische Unternehmenszyklen basierend auf Produkt-, Technologie- oder Branchenlebenszyklen zu beschreiben und die spezifischen Anforderungen an die Unternehmensfinanzierung zu erkennen.
- einen problemadäquaten und zyklusspezifischen Finanzierungsmix abzuleiten.
- typische Finanzierungsformen der Eigen-, Fremd- und Hybridfinanzierung den Lebenszyklusphasen der Unternehmen zuzuordnen. Außerdem haben sie ein genaues Verständnis über wichtige Finanzierungsinstrumente der Praxis erworben.
- mögliche Finanzierungskonstruktionen für spezifische Unternehmenssituationen selbstständig zu entwickeln.
- kurzfristige Finanzierungsmöglichkeiten mit Hilfe des Working Capital Managements aufzuzeigen.

Kursinhalt

1. Finanzierung und Lebenszyklus von Unternehmen
   - 1.1 Lebenszyklen und Investitionsphasen eines Unternehmens
   - 1.2 Kapitalbedarf und Finanzierungsmöglichkeiten der einzelnen Phasen
2. Eigenkapitalorientierte Instrumente der Unternehmensfinanzierung
   - 2.1 Eigenkapitalfinanzierungen nicht börsennotierter Unternehmen

2.2 Venturecapital und Private Equity
2.3 Börsengang und Seasoned Equity Offerings

3. Fremdkapitalorientierte Instrumente der Unternehmensfinanzierung
   3.1 Grundlagen zum Fremdkapital
   3.2 Kreditfinanzierung
   3.3 Unternehmensanleihen
   3.4 Leasing und Asset Backed Securities

4. Hybride Instrumente der Unternehmensfinanzierung
   4.1 Mezzaninekapital
   4.2 Wandelschuldverschreibungen

5. Spezifische Finanzierungssituationen im Lebenszyklus
   5.1 Mergers & Acquisitions (M&A) und Buy-outs
   5.2 Turnaround und Restrukturierung

6. Kursfristiges Finanzmanagement durch Liquiditätssteuerung
   6.1 Cash Management
   6.2 Working Capital Management

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, H. P. / Peppmeier, A. (2018): Investition und Finanzierung. Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft. 8. Auflage., SpringerGabler, Wiesbaden.
- Berk, J./DeMarzo, P. (2020): Grundlagen der Finanzwirtschaft – Analyse, Entscheidung und Umsetzung, 5. Auflage, Pearson, München.
- Volkart, R./ Wagner, A. F. (2018): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 7. Auflage, Versus, Zürich.
- Zantow, R./ Dinauer, J./ Schäffler, C. (2016): Finanzwirtschaft des Unternehmens – Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements. 4. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Skript	☑ Online Tests

Angewandter Vertrieb

Modulcode: BWAV

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Georg Bouché (Angewandter Vertrieb I) / Prof. Dr. Georg Bouché (Angewandter Vertrieb II)

Kurse im Modul

- Angewandter Vertrieb I (BWAV01)
- Angewandter Vertrieb II (BWAV02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Angewandter Vertrieb I • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten Angewandter Vertrieb II • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Angewandter Vertrieb I

- Grundlagen angewandten Vertriebs
- Das Vertriebssystem
- Persönlicher Verkauf
- Verkaufsplanung
- Neukundenakquisition
- Der Verkaufsbesuch
- Taktik der Gesprächsführung
- Verhandlungen führen
- Weitere Verkaufskanäle

Angewandter Vertrieb II

- Marketing und Vertrieb
- Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor
- Persönlichkeiten im Vertrieb
- Kundenorientierte Kommunikation
- Präsentation und Rhetorik
- Kundenbindung
- Networking
- Fallstudie

Qualifikationsziele des Moduls

Angewandter Vertrieb I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.
- das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.
- einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.
- aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.
- den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.
- die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.
- die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.

Angewandter Vertrieb II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Zusammenspiel und die jeweiligen Verantwortungsbereiche von Marketing und Vertrieb zu verstehen.
- die Ziele und Maßnahmen im Rahmen des angewandten Vertriebs zu reflektieren und einzuordnen.
- die Relevanz von Kundenzufriedenheit und -bindung einzuschätzen. Außerdem sind die Studierenden mit den zentralen Gestaltungselementen des CRM vertraut.
- alternative Ansätze des Kundenbindungs- und -beziehungsmanagements zu reflektieren, einzuschätzen und in der Unternehmenspraxis einzusetzen.
- die Bedeutung der Begriffe Kundenlebenszyklus und Kundenwert zu verstehen und Ansätze zu entwickeln, diese im Sinne der jeweiligen Vertriebsziele zu managen.
- Techniken zur anschaulichen Präsentation und Überzeugung von Kunden und Gesprächspartnern einzusetzen.
- die Relevanz von Networking zu erfassen und eigene Strategien zur Verbreiterung der Kontaktbasis zu entwickeln.
- an Hand praktischer Erfahrungen im Rahmen der Fallstudie eigene Marktanalysen und Vertriebskonzepte zu entwickeln und zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Marketing & Vertrieb auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Angewandter Vertrieb I

Kurscode: BWAV01

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

Beschreibung des Kurses

Die Anforderungen an ein verkäuferisches Denken wachsen jeden Tag. Eine globalisierte Nachfrage in Kombination mit hohem Wettbewerb erschwert es Unternehmen zusehends, im Kampf um den Kunden mitzuhalten. Gleichzeitig ist der Kunde immer besser informiert, während klassische Versorgungsmärkte gesättigt sind und Überkapazitäten existieren. Um in einem solchen Umfeld erfolgreich zu sein, ist verkäuferisches Denken und Handeln gefragt und gleichzeitig ein neuer Typus von Verkäufern gefordert. Im Rahmen des Kurses angewandter Vertrieb I (Einführung) werden die Teilnehmer mit den Grundbegriffen des angewandten Vertriebs vertraut gemacht. Sie erlernen die Systematiken der Vertriebsorganisation, setzen sich mit alternativen Vertriebswegen auseinander und lernen den dezidierten Planungsprozess im Vertrieb kennen. Abgerundet werden die Inhalte des Moduls durch zentrale Inhalte zur erfolgreichen Neukundenakquisition, wobei insbesondere das Augenmerk auf die Organisation und Durchführung der Kundenbesuche und der Gesprächs- und Verhandlungsführung gelegt werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.
- das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.
- einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.
- aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.
- den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.
- die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.
- die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des angewandten Vertriebs
   - 1.1 Aufgaben und Formen des angewandten Vertriebs
   - 1.2 Marketing als Basis des Vertriebs
   - 1.3 Vertrieb, Verkauf und andere Begriffe

- 1.4 Vertrieb in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen

2. Das Vertriebssystem
   - 2.1 Verkaufsformen
   - 2.2 Vertriebsorganisation
   - 2.3 Key-Account-Management
   - 2.4 Mehrkanalvertrieb

3. Persönlicher Verkauf
   - 3.1 Die „neuen Verkäufer“
   - 3.2 Anforderungen an Verkäuferpersönlichkeiten
   - 3.3 Der Key-Account-Manager
   - 3.4 Aufgabe von Vertriebsführungskräften

4. Verkaufsplanung
   - 4.1 Aufgaben und Ziele der Vertriebssteuerung
   - 4.2 Wettbewerbsbeobachtung im Rahmen der Vertriebssteuerung
   - 4.3 Potenzialanalysen und Umsatzplanungen
   - 4.4 Verkaufssteuerung und Besuchsstrategien

5. Neukundenakquise
   - 5.1 Identifikation von Neukundenpotenzialen
   - 5.2 Customer Relationship Management und Kundengewinnung
   - 5.3 Messen und Events
   - 5.4 Networking

6. Der Verkaufsbesuch
   - 6.1 Besuchsfrequenzen und Besuchsvorbereitung
   - 6.2 Besuchsdurchführung
   - 6.3 Besuchsberichte und Nachbereitung
   - 6.4 Nachbetreuung und Follow-up

7. Taktik der Gesprächsführung
   - 7.1 Strukturierte Gesprächsvorbereitung
   - 7.2 Zielorientierte Gesprächsführung: Das D.A.L.A.S-Modell
   - 7.3 Fragetechniken

8. Verhandlungen führen
   - 8.1 Psychologie des Verhandelns

8.2 Verhandlungsaufbau
8.3 Einwandbehandlung
8.4 Preisverhandlungen

9. Weitere Verkaufskanäle
9.1 Telefonverkauf
9.2 Katalog- und Prospektverkauf
9.3 Internet und E-Commerce

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Dannenberg, H./Zupancic, D. (2010): Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Eicher, H. (2006): Die geheimen Spielregeln im Verkauf. Wissen, wie der Kunde tickt. Campus, Frankfurt a. M.
- Herndl, K. (2014): Führen im Vertrieb. So unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter direkt und konsequent. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Limbeck, M. (2016): Das neue Hardselling. Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schneider, W./Henning, A. (2008): Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb. Das Marketing-Cockpit von A – Z. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Winkelmann, P. (2012): Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Angewandter Vertrieb II

Kurscode: BWAV02

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden die Kenntnisse im Bereich "Angewandter Vertrieb" ergänzt und vertieft. Hierbei wird zunächst das Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb genauer beleuchtet. Darauf aufbauend werden wesentliche Hintergründe und zentrale Zielgrößen für ein erfolgreiches Vertriebsmanagement (bspw. Kundenzufriedenheit und -bindung sowie der Kundenlebenszyklus) hergeleitet und operationalisiert, um so die Basis für ein effizientes und effektives Customer Relationship Management herzustellen. Im weiteren Verlauf wird das Augenmerk auch auf psychische Prozesse und das Konsumentenverhalten im Allgemeinen gelegt. Zudem werden Strategien und Wege zur erfolgreichen Verhandlungsführung vertieft und um überzeugende Kommunikationstechniken ergänzt. Eine Fallstudie, in deren Verlauf die Studierenden die Möglichkeit haben, das Gelernte praxisgerecht anzuwenden, rundet den Kurs ab.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Zusammenspiel und die jeweiligen Verantwortungsbereiche von Marketing und Vertrieb zu verstehen.
- die Ziele und Maßnahmen im Rahmen des angewandten Vertriebs zu reflektieren und einzuordnen.
- die Relevanz von Kundenzufriedenheit und -bindung einzuschätzen. Außerdem sind die Studierenden mit den zentralen Gestaltungselementen des CRM vertraut.
- alternative Ansätze des Kundenbindungs- und -beziehungsmanagements zu reflektieren, einzuschätzen und in der Unternehmenspraxis einzusetzen.
- die Bedeutung der Begriffe Kundenlebenszyklus und Kundenwert zu verstehen und Ansätze zu entwickeln, diese im Sinne der jeweiligen Vertriebsziele zu managen.
- Techniken zur anschaulichen Präsentation und Überzeugung von Kunden und Gesprächspartnern einzusetzen.
- die Relevanz von Networking zu erfassen und eigene Strategien zur Verbreiterung der Kontaktbasis zu entwickeln.
- an Hand praktischer Erfahrungen im Rahmen der Fallstudie eigene Marktanalysen und Vertriebskonzepte zu entwickeln und zu bewerten.

Kursinhalt

1. Marketing und Vertrieb
   - 1.1 Aufgaben und Funktionen des Marketings

- 1.2 Vertriebsmarketing in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
- 1.3 Relationship Marketing
- 1.4 Internationales Marketing und Vertriebskooperationen

2. Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor
   - 2.1 Customer Relationship Management (CRM)
   - 2.2 Die Erfolgskette des CRM
   - 2.3 Kundenbeziehungsstrategien

3. Persönlichkeiten im Vertrieb
   - 3.1 Verkaufspersönlichkeiten und Differenzierung
   - 3.2 Verkaufen in Teams
   - 3.3 Verhandeln mit Gremien

4. Kundenorientierte Kommunikation
   - 4.1 Kommunikationsaufgaben im Vertrieb
   - 4.2 Verkaufsförderung durch Vertriebsmitarbeiter
   - 4.3 Verkaufsförderung im Team
   - 4.4 Verkaufsförderung durch das Unternehmen

5. Präsentation und Rhetorik
   - 5.1 Rhetorik im Verkauf
   - 5.2 Präsentationstechniken
   - 5.3 Nonverbale Kommunikation

6. Kundenbindung
   - 6.1 Kundenbindungsmanagement
   - 6.2 Kundenprogramme und andere Kundenbindungsinstrumente
   - 6.3 Beschwerdemanagement

7. Networking
   - 7.1 Netzwerkkompetenzen im Unternehmen
   - 7.2 Aufbau und Gestaltung von Beziehungen
   - 7.3 Networking über soziale Medien

8. Fallstudie iq media marketing
   - 8.1 Die Marktsituation
   - 8.2 Die Vermarktungssituation
   - 8.3 iq media marketing und iq digital media marketing

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Dannenberg, H./Zupancic, D. (2010): Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Eicher, H. (2006): Die geheimen Spielregeln im Verkauf. Wissen, wie der Kunde tickt. Campus, Frankfurt a. M.
- Herndl, K. (2014): Führen im Vertrieb. So unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter direkt und konsequent. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Limbeck, M. (2016): Das neue Hardselling. Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schneider, W./Henning, A. (2008): Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb. Das Marketing-Cockpit von A – Z. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Winkelmann, P. (2012): Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Advanced Leadership

Modulcode: BWAF

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Anja Berghammer (Advanced Leadership I) / Dr. Guido Schmidt (Advanced Leadership II)

Kurse im Modul

- Advanced Leadership I (BWAF01)
- Advanced Leadership II (BWAF02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	**Teilmodulprüfung** Advanced Leadership I • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Advanced Leadership II • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Advanced Leadership I

- Grundlagen professioneller Führung
- Klassische (mehrdimensionale) Führungstheorien
- Neue Führungstheorien
- Shared Leadership – polyzentrische Führung
- Kommunikation und Führung
- Motivationstheorien und ihre praktische Relevanz für die Führung
- Zielvereinbarungen (MbO) als effektives Instrument angewandter Führung
- Materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente
- Change Management
- Corporate Governance und Compliance

Advanced Leadership II

- Teamarbeit
- Konfliktmanagement
- Coaching im Überblick
- Coaching-Gespräch und Nutzen des Coachings
- Systematisches Zeitmanagement
- Work-Life-Balance
- Projektmanagement
- Personalcontrolling
- Integrationsmanagement – ein Anwendungsbeispiel
- Anwendungsbeispiel – Führung im Bankvertrieb: MbO und Vergütungssysteme

Qualifikationsziele des Moduls

Advanced Leadership I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen Grundlagen professioneller Führung und die dafür grundlegenden Begrifflichkeiten zu erläutern.
- klassische und neue Führungstheorien zu differenzieren.
- die polyzentrische Führung in ihren Grundzügen zu erläutern und anzuwenden.
- die Bedeutung von Kommunikation für die Führung von Mitarbeitern einzuschätzen und das entsprechende Instrumentarium anzuwenden.
- Motivationstheorien zu erklären und deren praktische Relevanz für die Führung zu bewerten und einzuordnen.
- Zielvereinbarungen als Instrument der Führung anzuwenden.
- materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente im Hinblick auf ihre Wirksamkeit zu analysieren.
- die Bedeutung von Change Management und die Rolle von Führungskräften in Veränderungsprozessen zu erläutern.
- die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance für eine Führungskraft in der täglichen Arbeit zu bewerten.

Advanced Leadership II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen von Teamarbeit zu skizzieren und diese auf die Teamführung anzuwenden.
- die verschiedenen Arten von Konflikten im Unternehmen zu erläutern und als zukünftige Führungskräfte Lösungsansätze des Konfliktmanagements anzuwenden.
- die Bedeutung von Coaching in der Führungsarbeit und den Nutzen von Coaching für ein Unternehmen zu bewerten.
- einen Überblick über die Instrumente eines effektiven Zeitmanagements zu geben und diese für die Organisation einer täglichen Führungsarbeit anzuwenden.
- die aktuelle Bedeutung von Work-Life-Balance Maßnahmen für eine erfolgreiche Führung und Motivation von Mitarbeitern zu erklären.
- das Projektmanagement und insbesondere die Besonderheiten der Führung von Projekten zu skizzieren.
- die Grundlagen des Personalcontrollings zu erläutern.
- das Instrumentarium des Integrationsmanagements anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu bewerten.
- die Führung im Bankvertrieb anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu analysieren und zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Advanced Leadership I

Kurscode: BWAF01

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

Beschreibung des Kurses

Die professionelle und bewusste Führung von Mitarbeitern ist bedeutend für den Erfolg eines Unternehmens. Die höchste Verantwortung einer Führungskraft ist es, den zukünftigen Erfolg des Unternehmens zu sichern. Dies setzt voraus, dass Führungskräfte erfolgreich mit ihren Mitarbeitern gemeinsam Ziele für ihr Unternehmen umsetzen können. Dabei soll Führung zielorientiert zur bestmöglichen Erfüllung der Aufgaben und somit der Zielerreichung beitragen. Dies beinhaltet, Mitarbeiter zu einem Verhalten zu motivieren, das genau den jeweils zugewiesenen Aufgabenstellungen entspricht. Idealerweise bewegt man die Mitarbeiter dazu, im Sinne der Vorgaben des Unternehmens zu handeln. Führung baut daher auch entscheidend auf der Motivation der Mitarbeiter auf und bindet diese aktiv in die Unternehmensabläufe mit ein.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen Grundlagen professioneller Führung und die dafür grundlegenden Begrifflichkeiten zu erläutern.
- klassische und neue Führungstheorien zu differenzieren.
- die polyzentrische Führung in ihren Grundzügen zu erläutern und anzuwenden.
- die Bedeutung von Kommunikation für die Führung von Mitarbeitern einzuschätzen und das entsprechende Instrumentarium anzuwenden.
- Motivationstheorien zu erklären und deren praktische Relevanz für die Führung zu bewerten und einzuordnen.
- Zielvereinbarungen als Instrument der Führung anzuwenden.
- materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente im Hinblick auf ihre Wirksamkeit zu analysieren.
- die Bedeutung von Change Management und die Rolle von Führungskräften in Veränderungsprozessen zu erläutern.
- die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance für eine Führungskraft in der täglichen Arbeit zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen professioneller Führung
   - 1.1 Führung, Management und Leadership
   - 1.2 Eindimensionale Führungsansätze und Führungsstile

2. Klassische (mehrdimensionale) Führungstheorien
   - 2.1 Verhaltensorientierte Führungsansätze
   - 2.2 Situationsorientierte Führungsansätze

3. Neue Führungstheorien
   - 3.1 Heroic und Postheroic Leadership
   - 3.2 Die Führungskraft

4. Shared Leadership – polyzentrische Führung
   - 4.1 Shared Leadership – ein Überblick
   - 4.2 Dimensionen polyzentrischer Führung
   - 4.3 Shared Leadership in der Praxis

5. Kommunikation und Führung
   - 5.1 Kommunikation
   - 5.2 Grundlegende Kommunikationsinstrumente
   - 5.3 Feedbacksystem als Teil der Kommunikation

6. Motivationstheorien und ihre praktische Relevant für die Führung
   - 6.1 Motive für berufliche Arbeit bzw. Arbeitsanreize nach Maslow
   - 6.2 Weitere Motivationstheorien

7. Zielvereinbarungen (MbO) als effektives Instrument angewandter Führung
   - 7.1 Allgemeiner Überblick: Management by Objectives (MbO)
   - 7.2 MbO als Führungskonzept
   - 7.3 Implikationen für die Motivation

8. Materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente
   - 8.1 Materielle Anreiz- und Führungsinstrumente
   - 8.2 Immaterielle Anreiz- und Führungsinstrumente
   - 8.3 Cafeteria-System als Mischform materieller bzw. immaterieller Anreize

9. Change Management
   - 9.1 Die Bedeutung von Veränderungsprozessen
   - 9.2 Instrumente des Change Managements
   - 9.3 Die Führungskraft als Change Manager

10. Corporate Governance und Compliance
    - 10.1 Corporate Governance

10.2 Compliance

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bloisi, W./Cook, C. W./Hunsaker, P. L. (2006): Management and Organisational Behaviour. 2. Auflage, McGraw-Hill Education Europe, Maidenhead.
- Bröckermann, R. (2000): Personalführung. Arbeitsbuch für Studium und Praxis. Schäffer Poeschl, Köln.
- Burnes, B. (2009): Managing Change. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow.
- Conger, J. A./Riggio, R. E (2006): The Practice of Leadership. Wiley, Hoboken (NJ).
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2010): Unternehmensführung. 3. Auflage, München.
- Domsch, M. E./Regnet, E./Rosenstiel, L. (Hrsg.) (2012): Führung von Mitarbeitern. Fallstudien zum Personalmanagement. 3. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Edmüller, A./Jiranek, H. (2007): Konfliktmanagement. Konflikten vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Hannum, K. M./Martineau, J. W./Reinelt, C. (2006): The Handbook of Leadership Development Evaluation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Harvard Business Essentials (Hrsg.) (2007): Managers Toolkits. The 13 Skills Managers Need to Succeed. Harvard Business School Press, Boston.
- Hinterhuber, H.H. (2010): Die 5 Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Hinterhuber, H.H./Krauthammer, E. (2015): Leadership – Mehr als Management. 5. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v. (2010): Motivation im Betrieb: mit Fallstudien aus der Praxis. 11. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Scholz, C. (2014): Personalmanagement. informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien. 7. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Advanced Leadership II

Kurscode: BWAF02

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

Beschreibung des Kurses

Die professionelle und bewusste Führung von Mitarbeitern ist bedeutend für den Erfolg eines Unternehmens. Eine Führungskraft muss in der Lage sein, auch Dinge aus der Distanz, aus der Vogelperspektive heraus zu betrachten. Um diesen Überblick zu erhalten, muss man sich bewusst von operativen Themen lösen und muss lernen, Aufgaben zu delegieren. Dies setzt voraus, dass man Aufgaben identifiziert, die an die richtigen Mitarbeiter delegiert werden können, dass auf beiden Seiten das nötige Vertrauen zur Bewältigung der Aufgabe besteht und dass man in der Lage ist, den Arbeitsfortschritt nachzuhalten und zu kontrollieren. Führung baut von daher entscheidend auf Fähigkeiten der Teamarbeit, aber auch des Konfliktmanagements auf, um Mitarbeiter zu Höchstleistungen zu motivieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen von Teamarbeit zu skizzieren und diese auf die Teamführung anzuwenden.
- die verschiedenen Arten von Konflikten im Unternehmen zu erläutern und als zukünftige Führungskräfte Lösungsansätze des Konfliktmanagements anzuwenden.
- die Bedeutung von Coaching in der Führungsarbeit und den Nutzen von Coaching für ein Unternehmen zu bewerten.
- einen Überblick über die Instrumente eines effektiven Zeitmanagements zu geben und diese für die Organisation einer täglichen Führungsarbeit anzuwenden.
- die aktuelle Bedeutung von Work-Life-Balance Maßnahmen für eine erfolgreiche Führung und Motivation von Mitarbeitern zu erklären.
- das Projektmanagement und insbesondere die Besonderheiten der Führung von Projekten zu skizzieren.
- die Grundlagen des Personalcontrollings zu erläutern.
- das Instrumentarium des Integrationsmanagements anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu bewerten.
- die Führung im Bankvertrieb anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu analysieren und zu bewerten.

Kursinhalt

1. Teamarbeit
   - 1.1 Was sind Gruppen und Teams?
   - 1.2 Teamführung

2. Konfliktmanagement
   2.1 Konflikte – ein Überblick
   2.2 Lösungsstrategien

3. Coaching im Überblick
   3.1 Allgemeiner Überblick
   3.2 Auswirkungen und Erfolgsfaktoren des Coachings

4. Coaching-Gespräch und Nutzen des Coachings
   4.1 Die Führungskraft als Coach: Das Coaching-Gespräch
   4.2 Kosten und Nutzen des Coachings

5. Systematisches Zeitmanagement
   5.1 Überblick
   5.2 Durchführung eines systematischen Zeitmanagements

6. Work-Life-Balance
   6.1 Work-Life-Balance: Begriff und Hintergrund
   6.2 Work-Life-Balance-Maßnahmen und -Instrumente

7. Projektmanagement
   7.1 Grundlagen der Projektorganisation und des Projektmanagements
   7.2 Aufgaben und Kompetenzen des Projektleiters

8. Personalcontrolling
   8.1 Einleitung
   8.2 Methoden und Kennzahlen

9. Integrationsmanagement – ein Anwendungsbeispiel
   9.1 Konflikte – das Merger Syndrom
   9.2 Kommunikationsmanagement der Führungskraft

10. Anwendungsbeispiel – Führung im Bankvertrieb: MbO und Vergütungssystem
   10.1 Besonderheiten bei der Führung im Bankvertrieb
   10.2 Verschiedene Führungsansätze im Bankvertrieb
   10.3 Einführung eines neuen Bankvergütungsmodells

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bloisi, W./Cook, C. W./Hunsaker, P. L. (2006): Management and Organisational Behaviour. 2. Auflage, McGraw-Hill Education Europe, Maidenhead.
- Bröckermann, R. (2000): Personalführung. Arbeitsbuch für Studium und Praxis. Schäffer Poeschl, Köln.
- Burnes, B. (2009): Managing Change. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow.
- Conger, J. A./Riggio, R. E (2006): The Practice of Leadership. Wiley, Hoboken (NJ).
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2010): Unternehmensführung. 3. Auflage, München.
- Domsch, M. E./Regnet, E./Rosenstiel, L. (Hrsg.) (2012): Führung von Mitarbeitern. Fallstudien zum Personalmanagement. 3. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Edmüller, A./Jiranek, H. (2007): Konfliktmanagement. Konflikten vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Hannum, K. M./Martineau, J. W./Reinelt, C. (2006): The Handbook of Leadership Development Evaluation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Harvard Business Essentials (Hrsg.) (2007): Managers Toolkits. The 13 Skills Managers Need to Succeed. Harvard Business School Press, Boston.
- Hinterhuber, H.H. (2010): Die 5 Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Hinterhuber, H.H./Krauthammer, E. (2015): Leadership – Mehr als Management. 5. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v. (2010): Motivation im Betrieb: mit Fallstudien aus der Praxis. 11. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Scholz, C. (2014): Personalmanagement. informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien. 7. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Personalwesen Spezialisierung

Modulcode: BWPW-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum		BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Katharina Rehfeld (Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)) / Prof. Dr. Katharina Rehfeld (Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung))

Kurse im Modul

- Personalwesen Spezialisierung I (Einführung) (BWPW01-01)
- Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung) (BWPW02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Personalwesen Spezialisierung I (Einführung) • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung) • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)

- Megatrends und Organisationsveränderung
- Verhalten in Organisationen
- Entwicklung von Hochleistungsteams
- Moderne Führungskonzepte
- Self-Leadership

Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung)

- Wertemanagement als Grundlage der Unternehmensethik
- Demografiemanagement
- Diversity Management
- Performance Management
- Kompetenzmanagement

Qualifikationsziele des Moduls

Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Notwendigkeit zur Veränderung von Organisationen infolge von Megatrends und ihre Auswirkungen zu verstehen.
- das Zustandekommen von Verhalten in Organisationen auf den drei Ebenen Individuum, Gruppe, Organisation unter besonderer Beachtung von Megatrends nach zu vollziehen.
- die konzeptionellen Grundlagen zur erfolgreichen Entwicklung eines Hochleistungsteams zu verstehen.
- moderne Ansätze der Führung zu benennen und zu erläutern.
- die Theorie der Selbstführung und ihre besondere Bedeutung wiederzugeben.

Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung)

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Wertemanagement als Grundlage der Unternehmensethik einzuordnen.
- die Besonderheiten des Demografiemanagements als Folge des demografischen Wandels wiederzugeben.
- Theoretische Grundlagen des Diversity Managements als Folge des Megatrends der Globalisierung zu verstehen.
- die Besonderheiten eines flexiblen Performance Managements im Vergleich zu klassischen Konzepten nachzuvollziehen.
- das Kompetenzmanagement als wichtige Grundlage verschiedener Personalfunk-tionen aufzufassen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Human Resources auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Human Resources

Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)

Kurscode: BWPW01-01

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

Beschreibung des Kurses

DDieser Kurs vertieft das Fachwissen aus dem Bereich Personalmanagement unter besonderer Berücksichtigung von Megatrends. Vor diesem Hintergrund werden aktuelle Entwicklungen im Personalwesen und ihre Auswirkungen auf die Organisation und das Verhalten von Individuen und Gruppen aufgegriffen. Dazu werden zunächst die theoretischen Grundlagen moderner Organisationskonzepte sowie die Notwendigkeit von Organisationsveränderungen und ihrer Voraussetzungen dargestellt. Sie stellen die Fähigkeit zur Selbstorganisation von Teams und Mitarbeitern stärker in den Vordergrund. Daher werden Konzepte zur Entwicklung von Hochleistungsteams und moderne Ansätze der Führung aufgegriffen. Abgerundet wird der Kurs durch die neue Anforderung der Selbstführungskompetenz bei Führungskräften und Mitarbeitern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Notwendigkeit zur Veränderung von Organisationen infolge von Megatrends und ihre Auswirkungen zu verstehen.
- das Zustandekommen von Verhalten in Organisationen auf den drei Ebenen Individuum, Gruppe, Organisation unter besonderer Beachtung von Megatrends nach zu vollziehen.
- die konzeptionellen Grundlagen zur erfolgreichen Entwicklung eines Hochleistungsteams zu verstehen.
- moderne Ansätze der Führung zu benennen und zu erläutern.
- die Theorie der Selbstführung und ihre besondere Bedeutung wiederzugeben.

Kursinhalt

1. Megatrends und Organisationsveränderung
   - 1.1 Megatrends und die Auswirkungen auf den Organisationswandel
   - 1.2 Klassische versus agile Organisation
   - 1.3 Lernende Organisation, Agiles Lernen und Mindset
   - 1.4 Change Management, Konflikte und Widerstände
   - 1.5 Organisationsentwicklung

2. Verhalten in Organisationen (Organizational Behaviour)
   - 2.1 Begriff
   - 2.2 Ebenen: Individuum, Gruppe, Organisation

- 2.3 Verhalten und Organisationsstruktur
- 2.4 Organisations- und Führungskultur
- 2.5 Einfluss von Megatrends auf das Verhalten

3. Entwicklung von Hochleistungsteams
   - 3.1 Hochleistungsteams – Begriff, Besonderheiten und Bedeutung
   - 3.2 Auswahl der Teammitglieder und Entwicklung von Teams
   - 3.3 Gruppenidentität
   - 3.4 Virtuelle Teams und ihre Besonderheiten
   - 3.5 Diversität in Teams

4. Moderne Führungskonzepte
   - 4.1 Klassische vs. moderne Führungskonzepte
   - 4.2 Drei Ebenen der Führung
   - 4.3 Empowerment der Mitarbeiter
   - 4.4 Dynamisierung des Führungsstils
   - 4.5 E-Leadership – Führung auf Distanz

5. Self-Leadership
   - 5.1 Begriff und Abgrenzung zum Selbstmanagement
   - 5.2 Basistheorien
   - 5.3 Messung von Self-Leadership
   - 5.4 Aktueller Forschungsstand

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Furtner, M. & Baldegger, U. (2016). Self-Leadership und Führung. Theorien, Modelle und praktische Umsetzung, 2. Auflage, Springer-Gabler-Verlag. ▪ Nerdinger, F. W. et. al (2012). Grundlagen des Verhaltens in Organisationen (Organisation und Führung), Kohlhammer-Verlag. ▪ Scheller, T. (2017). Auf dem Weg zur agilen Organisation: Wie Sie Ihr Unternehmen dynamischer, flexibler und leistungsfähiger gestalten, Vahlen-Verlag. ▪ Schermuly, C. C. (2016). New Work - Gute Arbeit gestalten: Psychologisches Empowerment von Mitarbeitern, Haufe-Verlag. ▪ Senge, P. M. et al. (2017). Die fünfte Disziplin: Kunst und Praxis der lernenden Organisation (Systemisches Management), 11. Auflage, Schäffer-Poeschel-Verlag. ▪ Stahl, E. (2017). Dynamik in Gruppen: Handbuch der Gruppenleitung, 4. Auflage, Beltz-Verlag. ▪ Weibler, J. (2017). Personalführung, 3. Auflage, Vahlen-Verlag .

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung)

Kurscode: BWPW02-01

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden relevante Themen des Personalwesens vertieft unter besonderer Berücksichtigung jüngster Entwicklungen im Management, u.a. agile Managementmethoden, globale Trends und Entwicklungen. Dazu werden verschiedene Management-Ansätze im Personalwesen thematisiert und kritisch beleuchtet, die durch Megatrends eine völlig neue Bedeutung erhalten. Grundlegend wird zunächst das Wertemanagement als Basis einer zunehmend wichtiger werdenden Unternehmensethik aufgegriffen. Insbesondere durch den Megatrend des Wertewandels kommt diesem eine erhöhte Bedeutung zu. Das Management von Demografie relevanten Sachverhalten sowie von Diversität sind einer eingehenden Betrachtung zu unterziehen als Folge des demografischen Wandels und der Internationalisierung. Auch flexible Beurteilungssysteme sowie die gruppenbezogene Beurteilung erhalten ein höheres Gewicht durch neue agile Organisationskonzepte. Abschließend wird das Kompetenzmanagement als Grundlage dieser Management-Ansätze thematisiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Wertemanagement als Grundlage der Unternehmensethik einzuordnen.
- die Besonderheiten des Demografiemanagements als Folge des demografischen Wandels wiederzugeben.
- Theoretische Grundlagen des Diversity Managements als Folge des Megatrends der Globalisierung zu verstehen.
- die Besonderheiten eines flexiblen Performance Managements im Vergleich zu klassischen Konzepten nachzuvollziehen.
- das Kompetenzmanagement als wichtige Grundlage verschiedener Personalfunk-tionen aufzufassen.

Kursinhalt

1. Wertemanagement und Unternehmensethik
   - 1.1 Begriffliche Grundlagen
   - 1.2 Grundlagen der Unternehmensethik
   - 1.3 Personale Komponente der Unternehmensethik
   - 1.4 Wertemanagement als Instrument der Unternehmensethik
   - 1.5 Gängige Instrumente des Wertemanagements

2. Demografiemanagement
   - 2.1 Herausforderungen des demografischen Wandels
   - 2.2 Begriff des Demografiemanagements
   - 2.3 Bausteine des Demografiemangements
   - 2.4 Wissens- und Leistungsmanagement im Rahmen des demographischen Wandels

3. Diversity Management
   - 3.1 Begriff und Ziele
   - 3.2 Herausforderungen, Chancen, Risiken
   - 3.3 Zentrale Dimensionen der Diversität
   - 3.4 Diversity Management und Talent Management

4. Performance Management
   - 4.1 Begriff und Ziele
   - 4.2 Flexible vs. klassische Konzepte
   - 4.3 Mitarbeiterbeurteilung als zentrales Instrument
   - 4.4 Performance Management von Gruppen

5. Kompetenzmanagement
   - 5.1 Begriff und Bedeutung
   - 5.2 Arten von Kompetenzmodellen
   - 5.3 Einführung eines Kompetenzmanagements
   - 5.4 Trend zur Individualisierung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, M. (2015). Systematisches Diversity Management: Konzepte und Instrumente für die Personal- und Führungspolitik, Schäffer-Poeschel-Verlag
- Deller, J. & Kern, S. et al (2008). Personalmanagement im demografischen Wandel. Ein Handbuch für den Veränderungsprozess mit Toolbox Demografiemanagement und Altersstrukturanalyse, Springer-Verlag
- Göbel, E. (2017). Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung, 5. Auflage, UTB-Verlag
- Kunze, M. (2008). Wertemanagementsysteme als Instrumente der Unternehmensethik in Familien- und Mittelstandsunternehmen: Projektorientierte Analyse, Gestaltung und Integration von Werten und Normen, Gabler-Verlag
- North, K., Reinhardt, K. & Sieber-Suter, B. (2018). Kompetenzmanagement in der Praxis: Mitarbeiterkompetenzen systematisch identifizieren, nutzen und entwickeln. Mit vielen Praxisbeispielen. 3. Auflage, SpringerGabler-Verlag
- Sauter, R. et al (2017). Agile Werte- und Kompetenzentwicklung: Wege in eine neue Arbeitswelt, Springer-Gabler-Verlag
- Schmidt, T. (2018). Performance Management im Wandel: Sollten Unternehmen ihre Mitarbeiterbeurteilungen abschaffen? (essentials), Springer-Verlag
- Schweitzer, J. & Bossmann, U. (2013). Systemisches Demografiemanagement: Wie kommt Neues zum Älterwerden ins Unternehmen?, Springer-Verlag

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

E-Commerce

Modulcode: BWEC-03

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thomas Bolz (E-Commerce I) / Bernhard Wecke (E-Commerce II)

Kurse im Modul

- E-Commerce I (BWEC01-02)
- E-Commerce II (BWEC02-02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	E-Commerce I • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten E-Commerce II • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales Studium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

E-Commerce I

- Einführung
- Akteur:innen und Marktformen des E-Commerce
- Erlöse im E-Commerce
- Betriebstypen und Geschäftsmodelle im E-Commerce
- Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce
- Strategien im E-Commerce

E-Commerce II

- Verhalten von Onlinekund:innen
- Online-Marketing im E-Commerce
- Systemlandschaft und technische Infrastruktur
- KI, CRM und Online-PR
- Zahlungsverkehr im E-Commerce
- Controlling im E-Commerce

Qualifikationsziele des Moduls

E-Commerce I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den elektronischen Vertrieb als Komponente der Unternehmensstrategie zu verstehen.
- die Betriebstypen und Geschäftsmodelle zu verstehen.
- die Entwicklung von Online-Märkten zu skizzieren.
- rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen zu analysieren.
- den elektronischen Geschäftsverkehr in seinen Grundzügen darzustellen und erste strategische Entscheidungen zu treffen.

E-Commerce II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- variable Produktkonfektionierung und Preisbestimmung zu verstehen.
- elektronische Kommunikationsplattformen und -modelle zu erläutern (inklusive Onlinewerbung).
- das Verhalten von Onlinekund:innen vorherzusagen und zu beeinflussen.
- den elektronischen Geschäftsverkehr vertieft zu skizzieren und strategische Marketingziele elektronisch zu operationalisieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich E-Commerce auf	Alle Bachelor-Programme aus dem Bereich Marketing & Kommunikation

E-Commerce I

Kurscode: BWEC01-02

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

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs bedient sich der Grundlagen betriebs- und volkswirtschaftslicher Prinzipien, um den Studierenden eine erste Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce zu ermöglichen. Es werden zunächst Akteur:innen und Marktformen erläutert und mögliche Geschäftsbeziehungen dargestellt. Weiterhin werden mögliche Betriebstypen und Geschäftsmodelle im E-Commerce vorgestellt und im Detail erläutert. Zudem werden rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen rund um den Onlinehandel beschrieben. Zusammenfassend vermittelt der Kurs grundlegende Fachbegriffe und Konzepte aus dem elektronischen Geschäftsverkehr und geht hierbei auf unterschiedliche Strategien im E-Commerce ein.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den elektronischen Vertrieb als Komponente der Unternehmensstrategie zu verstehen.
- die Betriebstypen und Geschäftsmodelle zu verstehen.
- die Entwicklung von Online-Märkten zu skizzieren.
- rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen zu analysieren.
- den elektronischen Geschäftsverkehr in seinen Grundzügen darzustellen und erste strategische Entscheidungen zu treffen.

Kursinhalt

1. Einführung
   - 1.1 Einordnung und Begriffsbestimmungen
   - 1.2 Branchentransformation und Disruption
   - 1.3 Ökonomische Bedeutung
2. Akteure und Marktformen im E-Commerce
   - 2.1 Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen
   - 2.2 Onlineshops
   - 2.3 Onlinemarktplätze
3. Erlöse im E-Commerce
   - 3.1 Businessplan und Proof of Concept

3.2 Erlösformen

4. Betriebstypen und Geschäftsmodelle im E-Commerce
   - 4.1 Betriebstypen
   - 4.2 Geschäftsmodelle
   - 4.3 Verknüpfung zum stationären Handel

5. Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce
   - 5.1 Gesetzliche Regelungen zum Fernabsatz
   - 5.2 Datenschutz
   - 5.3 Urheberrecht und Domainrecht
   - 5.4 Impressumspflicht und Streitschlichtung
   - 5.5 Domainschutz im Namens- und Markenrecht

6. Strategien im E-Commerce
   - 6.1 Strategien zur Marktpositionierung
   - 6.2 Strategien zur Marktbearbeitung und Marktdurchdringung
   - 6.3 Strategien zur Marktausweitung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Deges, F. (2020). Grundlagen, Bedeutung und Rahmenbedingungen des E-Commerce. Springer Gabler.
- Heinemann, G. (2022). "Der" neue Online-Handel. Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. 13. Auflage, Springer Gabler.
- Kollmann, T. (2022). Digital Business Grundlagen von Geschäftsmodellen und -prozessen in der Digitalen Wirtschaft. 3. Auflage, Springer Gabler.
- Kreutzer, R. T. (2021). Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte - Instrumente - Checklisten. Springer Gabler.

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

E-Commerce II

Kurscode: BWEC02-02

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

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs erweitert das Verständnis des E-Commerce um Elemente des Verhaltens von Onlinekund:innen sowie des strategischen und operativen Marketings. Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Onlinekund:innen werden dabei Marketinginstrumente erläutert und deren Relevanz im E-Commerce dargestellt. Weiterhin wird das Kursprogramm um das Wissen rund um die Systemlandschaft und die technische Infrastruktur für den E-Commerce ergänzt. Zusätzlich werden Anwendungen von künstlicher Intelligenz, CRM und Online-PR im E-Commerce analysiert. Schließlich werden der Zahlungsverkehr und das Controlling im Onlinehandel anwendungsnah dargestellt. Zusammenfassend vermittelt der Kurs praxisnahe Konzepte aus dem Onlinehandel und ergänzt den einführenden Kurs um grundlegendes Wissen zum E-Commerce.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- variable Produktkonfektionierung und Preisbestimmung zu verstehen.
- elektronische Kommunikationsplattformen und -modelle zu erläutern (inklusive Onlinewerbung).
- das Verhalten von Onlinekund:innen vorherzusagen und zu beeinflussen.
- den elektronischen Geschäftsverkehr vertieft zu skizzieren und strategische Marketingziele elektronisch zu operationalisieren.

Kursinhalt

1. Kaufprozess von Onlinekund:innen
   - 1.1 Kaufverhalten
   - 1.2 Kaufentscheidungsprozess
   - 1.3 Customer Journey und Touchpoints
2. Onlinemarketing im E-Commerce
   - 2.1 Grundlagen des Onlinemarketings
   - 2.2 Kanäle des Onlinemarketings
   - 2.3 Marketing auf Onlinemarktplätzen
3. Systemlandschaft und technische Infrastruktur
   - 3.1 Grundlagen und Definitionen

3.2 E-Commerce-Systemlandschaft
3.3 Shopsysteme
3.4 Technische Infrastruktur

4. KI, CRM und Online-PR im E-Commerce
4.1 Künstliche Intelligenz (KI)
4.2 CRM
4.3 Online-PR

5. Zahlungsverkehr im E-Commerce
5.1 Grundlagen und Begriffe
5.2 Klassische Zahlungsverfahren
5.3 Kreditkarte
5.4 E-Payment- und M-Payment-Verfahren
5.5 Sonstige Verfahren

6. Controlling im E-Commerce
6.1 Erfolgskennzahlen
6.2 Besucher:innenkennzahlen
6.3 Kund:innenkennzahlen
6.4 Kennzahlenmanagement und Systeme

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Deges, F. (2020). Grundlagen, Bedeutung und Rahmenbedingungen des E-Commerce. Springer Gabler.
- Heinemann, G. (2022). "Der" neue Online-Handel. Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. 13. Auflage. Springer Gabler.
- Kreutzer, R. T. (2021). Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte - Instrumente - Checklisten. Springer Gabler.
- Lammenett, Erwin (2021). Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO. 8. Auflage, Springer Gabler.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Integrierte Vorlesung

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
129,75 h	13,5 h	6,75 h	0 h	0 h	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.

Tourismusmanagement

Modulcode: BWTO-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Sommer (Grundlagen der Tourismuswirtschaft) / Prof. Dr. Bibiana Grassinger (Akteur:innen und Geschäftsmodelle der Tourismuswirtschaft)

Kurse im Modul

- Grundlagen der Tourismuswirtschaft (BWTO01-01)
- Akteur:innen und Geschäftsmodelle der Tourismuswirtschaft (BWTO02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Grundlagen der Tourismuswirtschaft • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Akteur:innen und Geschäftsmodelle der Tourismuswirtschaft • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Grundlagen der Tourismuswirtschaft

- Besonderheiten des touristischen Produkts
- Begriffe, Definitionen und die wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche
- Tourismusprodukte aus Kunden- und Anbietersicht: Reisemotivation, -information und -entscheidung, Qualität, Wertkette
- Überblick über die wichtigsten Anbieter, ihre Produkte und ihre Wettbewerbsposition
- Qualität im Tourismus, Trends

Akteur:innen und Geschäftsmodelle der Tourismuswirtschaft

- Erlebnisgestaltung im Tourismus
- Touristische Verkehrsträger und ihre Bedeutung
- Low Cost, Yield Management und Geschäftsmodelle
- Reiseveranstaltung: Marktentwicklung, Produkte und Strategien
- Reisevertrieb: Marktentwicklung, Vertriebsformen, Strategien
- Reisemittler und Reiseveranstalter im Wettbewerb

Qualifikationsziele des Moduls

Grundlagen der Tourismuswirtschaft

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- touristische Fachbegriffe zu verstehen und anzuwenden.
- die Besonderheiten touristischer Produkte zu erklären und ihre Bedeutung für die Wettbewerbssituation verschiedener Anbieter nachzuvollziehen.
- verschiedene Teilbereiche des touristischen Marktes zu beschreiben und die jeweiligen Besonderheiten zu diskutieren.
- die Kundenseite mit ihren Bedürfnissen zu verstehen und zu analysieren, um diese im Vertrieb oder bei der Entwicklung von Produkten berücksichtigen zu können.
- die Charakteristiken verschiedener Anbieter gegenüberzustellen und dadurch erfolgreiche Strategien zu identifizieren sowie die Auswirkungen von zukünftigen Marktereignissen auf die Wettbewerbsteilnehmer zu antizipieren.
- den Einfluss aktueller wie sich zukünftig abzeichnender gesamtgesellschaftlicher Trends auf den Tourismus zu übertragen und die Auswirkungen touristischer Trends auf die Branche und ihre individuellen Teilbereiche abzuleiten.
- die bestimmenden Wettbewerbskräfte und Entwicklungen des Marktes zu identifizieren und ihre Zusammenhänge zu verstehen, so dass diese Erkenntnisse auf Teilmärkte und spezielle Fragestellungen übertragen und zukünftige Entwicklungen eingeordnet und bewertet werden können.

Akteur:innen und Geschäftsmodelle der Tourismuswirtschaft

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Erlebnissen einzuschätzen und Techniken zur Erlebnisgestaltung anzuwenden.
- die Bedeutung verschiedener Verkehrsträger einzuschätzen und aus der Analyse der Entwicklungen im Luftverkehr Einflüsse auf den Tourismus zu erkennen und Strategien auf touristische Bereiche zu übertragen und zu diskutieren.
- verschiedene Teilmärkte im Tourismus in ihrer historischen Entwicklung bis heute zu verstehen, so dass sie dazu befähigt sind, zukünftige Entwicklungen zu bewerten, zu antizipieren, in einen Kontext zu setzen und daraus Auswirkungen und notwendige Maßnahmen für die verschiedenen Wettbewerbsteilnehmer abzuleiten.
- die aktuelle und zukünftige Wettbewerbsposition von Reiseveranstaltern und Pauschalreisen zu evaluieren und zukünftige Trends und Erfolgsfaktoren zu identifizieren.
- verschiedene Vertriebswege darzustellen, das Reisebüro als traditionellen Hauptvertriebsweg zu verstehen, frühere Erfolgsfaktoren dieses Vertriebsweges in Beziehung zur Entwicklung des Onlinevertriebs zu setzen sowie die daraus resultierende Verschiebung im Verhältnis zwischen Reiseveranstaltern und traditionellem Vertrieb nachzuvollziehen.
- neue Marktkräfte und neue Wettbewerber zu identifizieren und deren Auswirkungen auch auf kommende Entwicklungen des Marktes zu antizipieren, so dass zukünftige Herausforderungen des Marktes erkannt werden und die Studierenden darauf selbständig reagieren können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Tourismusmanagement auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Grundlagen der Tourismuswirtschaft

Kurscode: BWTO01-01

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

Beschreibung des Kurses

Aufbauend auf den Kursen Dienstleistungsmanagement, BWL und Marketing betrachtet der Kurs die Tourismusindustrie mit ihren verschiedenen Anbietern im Speziellen. Hierzu werden eingangs die gängigen Fachbegriffe erklärt und voneinander abgegrenzt sowie die Besonderheiten des touristischen Produktes aufgezeigt. Anhand von Kennzahlen, Daten und Fakten werden die verschiedenen Teilmärkte, Anbieter und Zielgruppen dargestellt und so ein Überblick über den Tourismusmarkt vermittelt. Um die Nachfrageseite zu verstehen, werden die Motivation der Kunden, ihre Informations- und Entscheidungsprozesse sowie die Bedeutung von Qualität erklärt und die Bedeutung von Erlebnissen bei der Konzeption von touristischen Produkten erarbeitet. Die Anbieter touristischer Produkte werden im Überblick dargestellt und ihr Zusammenwirken bei der Erstellung einer Reise aufgezeigt. Nach einem Überblick über die wichtigsten Reiseziele wird das Management von Destinationen, Attraktionen und Themenparks, Events, Kreuzfahrten sowie der Geschäftsreisemarkt vertieft. Schließlich werden aktuelle sowie sich zukünftig abzeichnende Trends als Einflussfaktoren für bevorstehende Entwicklungen im Markt aufgezeigt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- touristische Fachbegriffe zu verstehen und anzuwenden.
- die Besonderheiten touristischer Produkte zu erklären und ihre Bedeutung für die Wettbewerbssituation verschiedener Anbieter nachzuvollziehen.
- verschiedene Teilbereiche des touristischen Marktes zu beschreiben und die jeweiligen Besonderheiten zu diskutieren.
- die Kundenseite mit ihren Bedürfnissen zu verstehen und zu analysieren, um diese im Vertrieb oder bei der Entwicklung von Produkten berücksichtigen zu können.
- die Charakteristiken verschiedener Anbieter gegenüberzustellen und dadurch erfolgreiche Strategien zu identifizieren sowie die Auswirkungen von zukünftigen Marktereignissen auf die Wettbewerbsteilnehmer zu antizipieren.
- den Einfluss aktueller wie sich zukünftig abzeichnender gesamtgesellschaftlicher Trends auf den Tourismus zu übertragen und die Auswirkungen touristischer Trends auf die Branche und ihre individuellen Teilbereiche abzuleiten.
- die bestimmenden Wettbewerbskräfte und Entwicklungen des Marktes zu identifizieren und ihre Zusammenhänge zu verstehen, so dass diese Erkenntnisse auf Teilmärkte und spezielle Fragestellungen übertragen und zukünftige Entwicklungen eingeordnet und bewertet werden können.

Kursinhalt

1. Besonderheiten des touristischen Produkts
   - 1.1 Was sind touristische Produkte?
   - 1.2 Touristische Produkte sind immateriell, intangibel
   - 1.3 Touristische Produkte sind nicht lagerfähig
   - 1.4 Touristische Produkte sind heterogen
   - 1.5 Touristische Produkte erfordern die Mitwirkung des Kunden als „externen Faktor“

2. Einführung in die Tourismusbranche
   - 2.1 Die wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche
   - 2.2 Begriffe und Definitionen

3. Die Kundenseite: Warum wird eigentlich gereist?
   - 3.1 Reisemotivation
   - 3.2 Risiken bei der Reiseentscheidung
   - 3.3 Reiseinformation
   - 3.4 Reiseentscheidung

4. Die Angebotsseite im Tourismus
   - 4.1 Das System Tourismus
   - 4.2 Die Wertekette
   - 4.3 Tourismus als virtuelles Produkt

5. Ziele und Zielgebiete
   - 5.1 Überblick über die wichtigsten Ziele und Reiseströme weltweit
   - 5.2 Reiseverhalten der deutschen Bevölkerung
   - 5.3 Einführung in das Destinationsmanagement
   - 5.4 Attraktionen & Themenparks
   - 5.5 Events
   - 5.6 Kreuzfahrten
   - 5.7 Geschäftsreisen

6. Qualität im Tourismus
   - 6.1 Definitionen
   - 6.2 Inhaltliche Dimensionen der Qualität
   - 6.3 Zeitliche Dimensionen der Qualität

7. Trends im Tourismus
   - 7.1 Gesamtgesellschaftliche Trends

7.2 Trends und Entwicklungen im Tourismus

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Fuchs, W. (2008): Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger. Oldenbourg, München. ▪ Freyer, W. (2011): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 10. Auflage, Oldenbourg, München. ▪ Schulz, A. et al. (2021): Grundlagen des Tourismus. 3. Auflage, Oldenbourg, München. ▪ Kolbeck, F./Rauscher, M. (2020): Tourismus-Management – Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen. 3. Auflage, Franz Vahlen, München. ▪ Mundt, J. W. (2013): Tourismus. 4. Auflage, Oldenbourg, München.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Akteur:innen und Geschäftsmodelle der Tourismus-wirtschaft

Kurscode: BWTO02

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

Beschreibung des Kurses

Der Vertiefungskurs Tourismusmanagement II baut auf den im Einführungskurs vermittelten Grundlagen auf und gibt zuerst einen Überblick über die Gestaltung von Erlebnissen im Tourismus. Nach einer Zusammenschau der wichtigsten Verkehrsträger und ihrer Bedeutung für den Tourismus wird der Luftverkehrsmarkt als wesentliche vorgelagerte Branche identifiziert. Mit Geschäftsmodellen, Yield-Management und Low Cost werden Managementtechniken und -strategien illustriert und auf touristische Kernbereiche übertragen. Mit den Reiseveranstaltern als den Produzenten von Reisen und dem Vertrieb touristischer Produkte werden die im Einführungskurs behandelten Themen mit zwei Kernthemen der Branche komplettiert. Hierzu werden zuerst der Begriff und die Aufgaben des Reiseveranstalters mit den dazugehörigen rechtlichen Konsequenzen definiert und das Produkt Pauschalreise mit seinen Charakteristiken diskutiert. Darauf folgt eine Darstellung der Entwicklungen des Reiseveranstaltermarktes sowie eine Diskussion der aktuellen Wettbewerbssituation von Reiseveranstaltern mit aktuellen Wettbewerbsstrategien von Reiseveranstaltern. Zum Vertrieb touristischer Produkte werden die klassischen direkten und indirekten Vertriebswege erklärt und ihre Charakteristiken herausgearbeitet. Die wachsende Bedeutung des Onlinevertriebs wird aufgezeigt und die daraus folgende Veränderung der Wettbewerbsparameter im touristischen Vertrieb vermittelt. Der Kurs schließt mit einem Überblick über das Verhältnis von Reiseveranstaltern und Reisevertrieb, der die Themen Provisionen, aktuelle Marktstellung des traditionellen Vertriebs, neue Herausforderungen im Verhältnis mit den Kunden sowie einem Ausblick auf anstehende Veränderungen und ihre Auswirkungen auf die Marktteilnehmer aufzeigt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Erlebnissen einzuschätzen und Techniken zur Erlebnisgestaltung anzuwenden.
- die Bedeutung verschiedener Verkehrsträger einzuschätzen und aus der Analyse der Entwicklungen im Luftverkehr Einflüsse auf den Tourismus zu erkennen und Strategien auf touristische Bereiche zu übertragen und zu diskutieren.
- verschiedene Teilmärkte im Tourismus in ihrer historischen Entwicklung bis heute zu verstehen, so dass sie dazu befähigt sind, zukünftige Entwicklungen zu bewerten, zu antizipieren, in einen Kontext zu setzen und daraus Auswirkungen und notwendige Maßnahmen für die verschiedenen Wettbewerbsteilnehmer abzuleiten.
- die aktuelle und zukünftige Wettbewerbsposition von Reiseveranstaltern und Pauschalreisen zu evaluieren und zukünftige Trends und Erfolgsfaktoren zu identifizieren.
- verschiedene Vertriebswege darzustellen, das Reisebüro als traditionellen Hauptvertriebsweg zu verstehen, frühere Erfolgsfaktoren dieses Vertriebsweges in Beziehung zur Entwicklung des Onlinevertriebs zu setzen sowie die daraus resultierende Verschiebung im Verhältnis zwischen Reiseveranstaltern und traditionellem Vertrieb nachzuvollziehen.
- neue Marktkräfte und neue Wettbewerber zu identifizieren und deren Auswirkungen auch auf kommende Entwicklungen des Marktes zu antizipieren, so dass zukünftige Herausforderungen des Marktes erkannt werden und die Studierenden darauf selbständig reagieren können.

Kursinhalt

1. Erlebnisgestaltung im Tourismus
   - 1.1 Erlebnisse im Gegensatz zu Sachgütern und Dienstleistungen
   - 1.2 Die Bedeutung von Erlebnissen für Anbieter und Nachfrager
   - 1.3 Erlebnisgestaltung in der Praxis
   - 1.4 Psychologische Mechanismen der Erlebnisgestaltung
2. Verkehrsträger im Tourismus
   - 2.1 Verkehrsträger im Tourismus
   - 2.2 Busreisen
   - 2.3 Bahnreisen
3. Luftverkehr und Tourismus
   - 3.1 Historische Entwicklung des Luftverkehrs
   - 3.2 Die Entstehung des modernen Luftverkehrs
   - 3.3 Luftverkehr, Politik und moderner Tourismus
4. Geschäftsmodelle im Luftverkehr
   - 4.1 Traditional Business Model

4.2 Virtual Business Model
4.3 Aviation Business Model

5. Das Low-Cost-Prinzip
5.1 Hintergrund der Low-Cost-Carrier
5.2 Das System Low-Cost

6. Yield oder Revenue Management
6.1 Der betriebswirtschaftliche Hintergrund
6.2 Was ist Yield Management
6.3 Preisdifferenzierung
6.4 Überbuchung

7. Reiseveranstalter
7.1 Was ist ein Reiseveranstalter?
7.2 Das Produkt: Die Pauschalreise
7.3 Die Entwicklung des Reiseveranstaltermarktes
7.4 Reiseveranstalter im Wettbewerb
7.5 Horizontale Integration
7.6 Vertikale Integration

8. Reisevertrieb
8.1 Vertrieb im Tourismus
8.2 Direkter und indirekter Vertrieb
8.3 Was genau ist ein Reisemittler?
8.4 Reisemittler aus Sicht des Reiseveranstalters

9. Reiseveranstalter und Reisevertrieb im Wettbewerb
9.1 Das Verhältnis von Reiseveranstaltern und Reisebüros
9.2 Provisionen und ihre Bedeutung als Wettbewerbsinstrument
9.3 Die Stellung der Reisebüros im Markt
9.4 Das Verhältnis von Reisebüros und Kunden
9.5 Strukturelle Veränderungen und Ausblick
9.6 Online Travel Agencies (OTA)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berg, W. (2014): Einführung Tourismus. Überblick und Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- DZT (2021): DZT Jahresbericht 2020. (Im Internet verfügbar).
- Freyer, W. (2015): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 11. Auflage, Oldenbourg, München.
- Fuchs, W. (2008): Lexikon Tourismus. Destinationen, Gastronomie, Hotellerie, Reisemittler, Reiseveranstalter, Verkehrsträger. Oldenbourg, München.
- Groß, S. (2017): Handbuch Tourismus und Verkehr. 2. Auflage, UVK, Konstanz/München.
- Kolbeck, F./Rauscher, M. (2015): Tourismus-Management – Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Mundt, J. W. (2013): Tourismus. 4. Auflage, Oldenbourg, München.
- Pompl (2007): Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung. 5. Auflage. Springer, Berin/Heidelberg/New York.
- Schulz, A. et al. (2014): Grundlagen des Tourismus. 2. Auflage, Oldenbourg, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Unternehmerisches Hotelmanagement

Modulcode: BWHO-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Willy Legrand (Grundlagen des Hotelmanagements) / Nadja Eisele-Steiner (Strategisches Hotelmanagement)

Kurse im Modul

- Grundlagen des Hotelmanagements (BWHO01-01)
- Strategisches Hotelmanagement (BWHO02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Grundlagen des Hotelmanagements • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Strategisches Hotelmanagement • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Grundlagen des Hotelmanagements

- Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft
- Strukturmerkmale der Hotellerie
- Leistungserstellung in der Hotellerie
- Bewertung von Leistungsstandards
- Einführung in das Hotelmanagement
- Besonderheiten der Hotel- und Gastronomiebranche
- Entwicklungen in der Hotellerie

Strategisches Hotelmanagement

- Grundlagen des strategischen Managements in der Hotellerie
- Strategieformulierung und -auswahl
- Performance Measurement in der Hotellerie
- Grundlagen des Personalmanagements in Hotellerie
- Grundlagen des Hotelmarketings
- Operatives Controlling in der Hotellerie
- Grundlagen des Revenue Managements

Qualifikationsziele des Moduls

Grundlagen des Hotelmanagements

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Hotellerie im Kontext der Tourismuswirtschaft einzuordnen.
- fundierte Kenntnisse zu den Strukturmerkmalen und der Leistungserstellung der Hotellerie anzuwenden.
- Hotelbewertungen einzuordnen und zu analysieren und unterschiedliche Arten von Hotelkonzepten gegeneinander abzugrenzen.
- grundlegende Kenntnisse der Managementbereiche eines Hotels anzuwenden.
- Besonderheiten und Entwicklungen in der Hotellerie einzuordnen und zu analysieren.

Strategisches Hotelmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundlegende strategische Kenntnisse anzuwenden.
- Strategien zu formulieren und auszuwählen.
- Kennzahlen zu analysieren.
- grundlegende Kenntnisse aus den Bereichen Personalmanagement und Hotelmarketing im Kontext der strategischen Ausrichtung eines Hotelbetriebs anzuwenden.
- Besonderheiten der Kostenrechnung und Budgetierung zu verstehen.
- grundlegendes Wissen über das Revenue Managements anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Hotelmanagement auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Hospitality, Tourismus & Event

Grundlagen des Hotelmanagements

Kurscode: BWHO01-01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs Hotelmanagement I vermittelt das Basiswissen rund um die speziellen betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Besonderheiten der Hotellerie. Die Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft ermöglicht neben der Darstellung spezifischer Strukturmerkmale eine erste Auseinandersetzung mit den Eigenschaften dieser Branche. Zudem wird in Bezug auf die Leistungserstellung und die Bewertung von Leistungsstandards ein vertieftes Wissen erworben. Diese Kenntnisse helfen bei der Analyse des Leistungsspektrums in der Hotellerie und legen die Basis für das Verständnis des Hotelmanagements. Im weiteren Verlauf des Kurses wird auf das Hotelmanagement vertieft eingegangen. Hierbei liegt der Fokus auf den Bereichen Organisation und Planung. Dies soll die Studierenden dazu befähigen, Planungs- und Organisationsentscheidungen vorzubereiten und zu analysieren. Schließlich wird das Verständnis für die Besonderheiten des Managements von Hotel- und Gastronomiebetrieben vermittelt sowie die Entwicklung der Branche näher betrachtet, so dass die Studierenden in der Lage sind, dieses Wissen bei Planungs- und Umsetzungsentscheidungen einfließen zu lassen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Hotellerie im Kontext der Tourismuswirtschaft einzuordnen.
- fundierte Kenntnisse zu den Strukturmerkmalen und der Leistungserstellung der Hotellerie anzuwenden.
- Hotelbewertungen einzuordnen und zu analysieren und unterschiedliche Arten von Hotelkonzepten gegeneinander abzugrenzen.
- grundlegende Kenntnisse der Managementbereiche eines Hotels anzuwenden.
- Besonderheiten und Entwicklungen in der Hotellerie einzuordnen und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Einordnung der Hotellerie in die Tourismuswirtschaft
   - 1.1 Differenzierung von Beherbergungsbetrieben
   - 1.2 Zusammenhang von Hotellerie und Tourismuswirtschaft
   - 1.3 Struktur und Systematik des Gastgewerbes
2. Strukturmerkmale der Hotellerie
   - 2.1 Differenzierungsmöglichkeiten

- 2.2 Betriebsarten
- 2.3 Betreiberformen und Kooperationen
- 2.4 Konzentration auf dem Hotelmarkt

3. Leistungserstellung in der Hotellerie
   - 3.1 Dienstleistungsmerkmale
   - 3.2 Leistungsangebot
   - 3.3 Der Hotelbetrieb als Leistungsbündel

4. Bewertung von Leistungsstandards
   - 4.1 Hotelklassifizierung
   - 4.2 Zertifikate und Siegel im Hotel- und Gaststättengewerbe
   - 4.3 Bewertungsportale

5. Einführung in das Hotelmanagement
   - 5.1 Organisation in der Hotellerie
   - 5.2 Planung und Managementebenen

6. Besonderheiten der Hotel- und Gastronomiebranche
   - 6.1 Standortgebundenheit und die Bedeutung von Markt- und Standortkonzepten
   - 6.2 Gästeerwartungen
   - 6.3 Nachfrageschwankungen

7. Entwicklungen in der Hotellerie
   - 7.1 Neue Geschäftsmodelle - Die Auswirkungen von Airbnb & Co.
   - 7.2 Entwicklungen in der Parahotellerie
   - 7.3 Trends und Entwicklungen in der Hotellerie

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Baierl, R. (2015). Rundum erfolgreich im Hotelmanagement. Holzmann Medien.
- Ehlen, T. (2018). Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends. Schriften zu Tourismus und Freizeit (Band 22). Erich Schmidt Verlag.
- Freyberg, B. von, Gruner, A., & Schmidt, L. (2016). Innovationen managen in Hotellerie und Gastronomie. Matthaes Verlag.
- Freyberg, B. von, Henschel, K., & Gruner, A. (2018). Hotelmanagement (5. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Freyberg, B. von, Schmidt, L., & Zeugfang, S. (2019). Strategisches Management für die Hotellerie (2. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Gardini, M. A. (2020). Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements (3. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Hänssler, K. (2020). Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen (10. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Scherhag, K., Ehlen, T., & Aeberhard, M. (2018). Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends. Erich Schmidt Verlag.
- Wood, R. C. (2017). Hotel Accommodation Management. Routledge Verlag, Abingdon
- Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung. Matthaes Verlag, Stuttgart
- FIRST CLASS. Management-Magazin für Hotel und Restaurant. B&L Medien Verlag, München
- Gastgewerbe-Magazin. Mitgliedermagazin von den DEHOGA-Landesverbänden Nordrhein-Westfalen, Brandenburg, Thüringen, Saarland, Sachsen.
- Hotel & GV-Praxis. Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main
- Hotel & Technik. AT-Fachverlag, Felbach
- Top hotel. Freizeit Verlag Landsberg, Landsberg

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
90 h	0 h	30 h	0 h	0 h	120 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Strategisches Hotelmanagement

Kurscode: BWHO02-01

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

Beschreibung des Kurses

Die Anforderungen an Führungskräfte in der Hotellerie steigen stetig. Grundlegende Kenntnisse von der Situationsanalyse bis hin zur Strategieimplementierung sind daher essentiell und werden im Kurs vermittelt. Zudem wird Wissen über die Anwendung von Performance Measurement bzw. die Erhebung und Analyse von Kennzahlen erworben, da dies für die strategische Steuerung und eine stetige Verbesserung eines Hotelbetriebs unerlässlich ist. Zudem wird in diesem Kurs vermittelt, welche Ziele und Aufgaben das Personalmanagement sowie das Hotelmarketing verfolgt, um die übergeordneten Unternehmensziele zu erreichen. Ergänzend werden Kenntnisse über die Besonderheiten der Kostenrechnung sowie der Budgetierung in der Hotellerie vermittelt. Auch die Grundlagen des Revenue Managements werden betrachtet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundlegende strategische Kenntnisse anzuwenden.
- Strategien zu formulieren und auszuwählen.
- Kennzahlen zu analysieren.
- grundlegende Kenntnisse aus den Bereichen Personalmanagement und Hotelmarketing im Kontext der strategischen Ausrichtung eines Hotelbetriebs anzuwenden.
- Besonderheiten der Kostenrechnung und Budgetierung zu verstehen.
- grundlegendes Wissen über das Revenue Managements anzuwenden.

Kursinhalt

1. Grundlagen des strategischen Managements in der Hotellerie
   - 1.1 Der strategische Managementprozess
   - 1.2 Situationsanalyse
   - 1.3 Mission, Vision, Leitbild
2. Strategieformulierung und -auswahl
   - 2.1 Strategiebildung
   - 2.2 Strategiewahl und -implementierung
3. Performance Measurement in der Hotellerie
   - 3.1 Ertrags- und Rentabilitätskennzahlen

3.2 Kennzahlen der Hotellerie
3.3 Kennzahlenanalyse

4. Grundlagen des Personalmanagements in Hotellerie
4.1 Ziele und Aufgaben des Personalmanagements
4.2 Besonderheiten des Personalmanagements in der Hotellerie

5. Grundlagen des Hotelmarketings
5.1 Besonderheiten des Hotelmarketings
5.2 Ableitung der Zielsetzung und Strategiefestlegung
5.3 Marketing-Mix in der Hotellerie
5.4 Aktuelle Trends im Hotelmarketing

6. Operatives Controlling in der Hotellerie
6.1 Besonderheiten der Kostenrechnung
6.2 Deckungsbeitragsrechnung
6.3 Budgetierung

7. Grundlagen des Revenue Managements
7.1 Der betriebswirtschaftliche Hintergrund
7.2 Relevante Kennzahlen
7.3 Instrumente des Revenue Managements

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Baierl, R. (2015). Rundum erfolgreich im Hotelmanagement. Holzmann Medien.
- Bohne, H. (2019). Kooperationsorientiertes Personalmanagement für die Hotellerie. De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Ehlen, T. (2018). Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends. Schriften zu Tourismus und Freizeit (Band 22). Erich Schmidt Verlag.
- Freyberg, B. von, Gruner, A., & Schmidt, L. (2016). Innovationen managen in Hotellerie und Gastronomie. Matthaes Verlag.
- Freyberg, B. von, Henschel, K., & Gruner, A. (2018). Hotelmanagement (5. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Freyberg, B. von, Schmidt, L., & Zeugfang, S. (2019). Strategisches Management für die Hotellerie (2. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Gardini, M. A. (2020). Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements (3. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Hänssler, K. (2020). Management in der Hotellerie und Gastronomie: Betriebswirtschaftliche Grundlagen (10. Auflage). De Gruyter -Oldenbourg Verlag.
- Heesen, B., & Meusburger, C.W. (2021). Basiswissen Investition und Planung in der Hotellerie: Schneller Einstieg in die investive, operative und strategische Planung. Springer Gabler.
- Scherhag, K., Ehlen, T., & Aeberhard, M. (2018). Aktuelle Herausforderungen in der Hotellerie: Innovationen und Trends. Erich Schmidt Verlag.
- Wood, R. C. (2017). Hotel Accommodation Management. Routledge Verlag, Abingdon
- Zeitungen und Zeitschriften:
- Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitung. Matthaes Verlag, Stuttgart
- FIRST CLASS. Management-Magazin für Hotel und Restaurant. B&L Medien Verlag, München
- Gastgewerbe-Magazin. Mitgliedermagazin von den DEHOGA-Landesverbänden Nordrhein-Westfalen, Brandenburg, Thüringen, Saarland, Sachsen.
- Hotel & GV-Praxis. Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main
- Hotel & Technik. AT-Fachverlag, Felbach
- Top hotel. Freizeit Verlag Landsberg, Landsberg

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Business-Controlling

Modulcode: BWBC-02

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Robert C. Schmidt (Business Controlling I) / Prof. Dr. Robert Christian Schmidt (Business-Controlling II)

Kurse im Modul

- Business Controlling I (BWBC01-01)
- Business-Controlling II (BWBC02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Business Controlling I • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten Business-Controlling II • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Business Controlling I

- Beschaffungscontrolling
- Produktionscontrolling
- Marketing- und Vertriebscontrolling
- Forschungs- und Entwicklungscontrolling
- Finanzcontrolling

Business-Controlling II

- Marketingcontrolling
- Personalcontrolling
- Investitionscontrolling
- Risikocontrolling
- Beteiligungscontrolling

Qualifikationsziele des Moduls

Business Controlling I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Notwendigkeit des Unternehmens- bzw. eines funktionsorientierten Controllings zu verstehen.
- die Ziele und Aufgaben des Bereichscontrollings von F&E, Beschaffung,Produktion und Logistik nachzuvollziehen.
- die wesentlichen Instrumente des jeweiligen Controllingbereichs zu kennen, entsprechend einer existierenden Problemsituation auszuwählen und anzuwenden.
- den Unternehmensbereich mittels der wichtigsten Kennzahlen zu analysieren.

Business-Controlling II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- neben der Notwendigkeit eines funktionsorientierten Controllings auch die Notwendigkeit eines funktionsübergreifenden Controllings zu verstehen.
- die Ziele und Aufgaben des Marketing-, Personal-, Investitions-, Risiko- und Beteiligungscontrollings nachzuvollziehen.
- die wesentlichen Instrumente des jeweiligen Controllingbereichs zu benennen, entsprechend einer existierenden Problemsituation auszuwählen und anzuwenden.
- die jeweiligen Betrachtungsobjekte mittels der wichtigsten Kennzahlen zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Planung & Controlling auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft

Business Controlling I

Kurscode: BWBC01-01

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

Beschreibung des Kurses

In einem immer komplexer werdenden Unternehmensumfeld ist ein funktionierendes Unternehmenscontrolling unerlässlich. Dabei soll Controlling die Realisation der Unternehmensziele mittels Information, Planung, Kontrolle und Koordination sicherstellen – und das in jedem Teilbereich des Unternehmens. Aus diesem Grund ist es elementar, die jeweiligen Unternehmensziele auch in die Leistungs- bzw. Funktionsbereiche des Unternehmens herunterzubrechen und deren Realisation mittels geeigneter Instrumente sicherzustellen. Der Kurs vermittelt zunächst die Grundlagen des Unternehmenscontrollings, um sodann die einzelnen Leistungsbereiche Forschung- und Entwicklung, Beschaffung, Produktion und Logistik näher zu beleuchten. Dabei werden die jeweiligen Besonderheiten und Ziele des Bereichs herausgearbeitet, um daraus die spezifischen Aufgaben und Ziele des Bereichscontrollings ableiten zu können. Daraufhin werden die wesentlichen Instrumente und Kennzahlen des jeweiligen Bereichs vorgestellt. Der Kurs vermittelt sowohl ein fachliches Wissen zu den einzelnen Unternehmensbereichen als auch den jeweiligen Bereichscontrollings. Die Studierenden werden damit in die Lage versetzt, Unternehmenscontrolling in der Praxis einzuordnen, die Aufgaben und Ziele des jeweiligen Unternehmensbereichs zu verstehen und ein entsprechendes Bereichscontrolling zu übernehmen bzw. einzuführen. Gleichzeitig wird ein vertieftes Methodenwissen vermittelt. Die Studierenden sind damit später in der Lage, die richtigen und notwendigen Controllinginstrumente auszuwählen und anzuwenden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Notwendigkeit des Unternehmens- bzw. eines funktionsorientierten Controllings zu verstehen.
- die Ziele und Aufgaben des Bereichscontrollings von F&E, Beschaffung,Produktion und Logistik nachzuvollziehen.
- die wesentlichen Instrumente des jeweiligen Controllingbereichs zu kennen, entsprechend einer existierenden Problemsituation auszuwählen und anzuwenden.
- den Unternehmensbereich mittels der wichtigsten Kennzahlen zu analysieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Unternehmenscontrollings
   - 1.1 Begriff und Zielsetzung des Unternehmenscontrollings
   - 1.2 Aufgaben des Unternehmenscontrollings

1.3 Objekte des Unternehmenscontrollings

2. Forschungs- und Entwicklungscontrolling
   - 2.1 Ziele und Aufgaben des F&E-Controllings
   - 2.2 Instrumente des F&E-Controllings
   - 2.3 Ausgewählte Kennzahlen des F&E-Controllings

3. Beschaffungscontrolling
   - 3.1 Ziele und Aufgaben des Beschaffungscontrollings
   - 3.2 Instrumente des Beschaffungscontrollings
   - 3.3 Ausgewählte Kennzahlen des Beschaffungscontrollings

4. Produktionscontrolling
   - 4.1 Ziele und Aufgaben des Produktionscontrollings
   - 4.2 Instrumente des Produktionscontrollings
   - 4.3 Ausgewählte Kennzahlen des Produktionscontrollings

5. Logistikcontrolling
   - 5.1 Ziele und Aufgaben des Logistikcontrollings
   - 5.2 Instrumente des Logistikcontrollings
   - 5.3 Ausgewählte Kennzahlen des Logistikcontrollings

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Auerbach, J., & Holtrup, M. (2018). Logistikcontrolling. In J. Littkemann, K. Derfuß, & M. Holtrup (Eds.), Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand (2. Aufl., S. 323–409). NWB.
- Bensberg, F., & Buscher, G. (2017). Controller gesucht! Kompetenzen und Berufsbilder. Controlling & Management Review, 61(8), 8–17.
- Fietz, A., & Maïzi, S. (2018). Produktionscontrolling. In J. Littkemann, K. Derfuß, & M. Holtrup (Eds.), Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand – Konzepte, Instrumente, praktische Anwendungen mit durchgängiger Fallstudie (2. Aufl., S. 125–204). NWB.
- Fischer, T. M., Möller, K., & Schultze, W. (2015). Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven (2. Aufl.). Schäffer-Poeschel.
- Holtrup, M. (2018). Beschaffungscontrolling. In J. Littkemann, K. Derfuß, & M. Holtrup (Eds.), Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand (2. Aufl., S. 59–123). NWB.
- Janssen, S., & Möller, K. (2011). Erfolgreiche Steuerung von Innovationsprozessen und -projekten – Ergebnisse einer empirischen Studie. Controlling & Management, 55(2), 97–104.
- Küpper, H.-U., Friedl, G., Hofmann, C., Hofmann, Y., & Pedell, B. (2013). Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente (6. Aufl.). Schäffer-Poeschel.
- Reimer, M., & Schäffer, U. (2022). Controlling: Trends & Benchmarks (WHU Controller Panel). Institute of Management Accounting and Control.
- Schentler, P., & Tschandl, M. (2022). Beschaffungscontrolling: Den Einkauf zielorientiert steuern. In A. Klein, P. Schentler, & T. Steinhauser (Eds.), Einkaufscontrolling: Instrumente und Kennzahlen für einen höheren Wertbeitrag des Einkaufs (2. Aufl., S. 23–41). Haufe-Lexware.
- Schnell, H. (2018). Produktionscontrolling: Selbstverständnis, Aufgaben und Instrumente. In A. Klein (Ed.), Modernes Produktionscontrolling für die Industrie 4.0: Konzepte, Instrumente und Kennzahlen (S. 21–40). Haufe-Lexware.
- Weber, J. (2018). Stand und Entwicklungsperspektiven des Logistik-Controllings im Überblick. In K. Furmans & C. Kilger (Eds.), Infrastruktur und Controlling der Logistik (S. 13–29). Springer Berlin Heidelberg.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Business-Controlling II

Kurscode: BWBC02-01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs schließt den wertkettenorientierten Überblick über die funktionsorientierten Controllingbereiche mit dem Marketingcontrolling ab. Neben der bis dahin beschriebenen, funktionsorientierten Spezialisierung des Unternehmenscontrollings existiert aber noch eine weitere Möglichkeit der Differenzierung. So kann das Unternehmenscontrolling auch auf spezifische Tätigkeitsfelder und damit funktionsübergreifend orientiert sein. Diese Perspektive bildet den zweiten Schwerpunkt des Kurses. Der Kurs beleuchtet zunächst das (funktionsorientierte) Marketingcontrolling, um sodann die (tätigkeitsorientierten) Controllingbereiche Personalcontrolling, Investitionscontrolling, Risikocontrolling und Beteiligungscontrolling näher zu beschreiben. Dabei werden die jeweiligen Besonderheiten und Ziele des Bereichs herausgearbeitet, um daraus die spezifischen Aufgaben und Ziele des jeweiligen Controllings sowie dessen wesentliche Instrumente und Kennzahlen ableiten zu können. Der Kurs vermittelt ein fachliches Wissen sowohl zu den einzelnen Unternehmensbereichen als auch den jeweiligen Bereichscontrollings. Die Studierenden werden damit in die Lage versetzt, Unternehmenscontrolling in der Praxis einzuordnen, die Aufgaben und Ziele des jeweiligen Unternehmensbereichs zu verstehen und ein entsprechendes Bereichscontrolling zu übernehmen bzw. einzuführen. Gleichzeitig wird ein vertieftes Methodenwissen vermittelt – die Studierenden sind damit später in der Lage, die richtigen und notwendigen Controllinginstrumente auszuwählen und anzuwenden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- neben der Notwendigkeit eines funktionsorientierten Controllings auch die Notwendigkeit eines funktionsübergreifenden Controllings zu verstehen.
- die Ziele und Aufgaben des Marketing-, Personal-, Investitions-, Risiko- und Beteiligungscontrollings nachzuvollziehen.
- die wesentlichen Instrumente des jeweiligen Controllingbereichs zu benennen, entsprechend einer existierenden Problemsituation auszuwählen und anzuwenden.
- die jeweiligen Betrachtungsobjekte mittels der wichtigsten Kennzahlen zu analysieren.

Kursinhalt

1. Marketingcontrolling
    - 1.1 Ziele und Aufgaben des Marketingcontrollings
    - 1.2 Instrumente des Marketingcontrollings

1.3 Ausgewählte Kennzahlen des Marketingcontrollings

2. Personalcontrolling
   - 2.1 Ziele und Aufgaben des Personalcontrollings
   - 2.2 Instrumente des Personalcontrollings
   - 2.3 Ausgewählte Kennzahlen des Personalcontrollings

3. Investitionscontrolling
   - 3.1 Ziele und Aufgaben des Investitionscontrollings
   - 3.2 Instrumente des Investitionscontrollings
   - 3.3 Ausgewählte Kennzahlen des Investitionscontrollings

4. Risikocontrolling
   - 4.1 Ziele und Aufgaben des Risikocontrollings
   - 4.2 Instrumente des Risikocontrollings
   - 4.3 Ausgewählte Kennzahlen des Risikocontrollings

5. Beteiligungscontrolling
   - 5.1 Ziele und Aufgaben des Beteiligungscontrollings
   - 5.2 Instrumente des Beteiligungscontrollings
   - 5.3 Ausgewählte Kennzahlen des Beteiligungscontrollings

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Britzelmaier, B., Armbruster, J. & Andraschko, L. (2019). Bestandsaufnahme Beteiligungscontrolling. Controller Magazin, 6, 36–43.
- Derfuß, K. & Höppe, S. (2018). Marketingcontrolling. In J. Littkemann, K. Derfuß & M. Holtrup (Hrsg.), Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand – Konzepte, Instrumente, praktische Anwendungen mit durchgängiger Fallstudie (S. 205–321). nwb.
- Eisenberg, S., Eisenberg, D. & Naber, M. (2018). Personalcontrolling. In J. Littkemann, K. Derfuß & M. Holtrup (Hrsg.), Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand – Konzepte, Instrumente, praktische Anwendungen mit durchgängiger Fallstudie (2. Aufl., S. 411–462). nwb.
- Fietz, A. & Schwarzer, S. (2018). Risikocontrolling. In J. Littkemann, K. Derfuß & M. Holtrup (Hrsg.), Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand – Konzepte, Instrumente, praktische Anwendungen mit durchgängiger Fallstudie (2. Aufl., S. 717–805). nwb.
- Heesen, B. (2020). Beteiligungsmanagement und Bewertung für Praktiker. Springer Fachmedien.
- Littkemann, J., Derfuß, K. & Holtrup, M. (2018). Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand – Konzepte, Instrumente, praktische Anwendungen mit durchgängiger Fallstudie. nwb.
- Müller, D. (2022). Investitionscontrolling und Investitionstheorie (3. Aufl.). Springer Gabler.
- Reinecke, S. & Tombach, A. (2022). Marketingcontrolling in der Unternehmenspraxis. In W. Becker & P. Ulrich (Hrsg.), Handbuch Controlling (S. 179–204). Springer Fachmedien.
- Schulte, K., Körner, S. & Shalchi, S. (2018). Investitionscontrolling. In J. Littkemann & K. Derfuß (Hrsg.), Unternehmenscontrolling: Praxishandbuch für den Mittelstand – Konzepte, Instrumente, praktische Anwendungen mit durchgängiger Fallstudie (2. Aufl., S. 463–578). nwb.
- Vanini, U. (2022). Risikocontrolling in der Unternehmenspraxis. In W. Becker & P. Ulrich (Hrsg.), Handbuch Controlling (S. 271–287). Springer Fachmedien.
- Wickel-Kirsch, S. (2023). Personalcontrolling in der Praxis: Entwicklungen im Personalcontrolling von 1993 bis 2022. In C. Kochhan & A. Moutchnik (Hrsg.), Handlungsraum Media Management (S. 235–246). Springer Fachmedien.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Enterprise Resource Planning

Modulcode: DLERP

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Dr. Cosmina Croitoru (Enterprise Resource Planning)

Kurse im Modul

- Enterprise Resource Planning (DLERP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
Studienformat: Fernstudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Studienformat: myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Studienformat: Duales myStudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie Studienformat: Kombistudium Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie	

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Geschäftsprozesse und ihre Integration
- Unterstützung von Geschäftsprozessen durch ERP-Systeme
- Umsetzung der wichtigsten Geschäftsprozesse in SAP S/HANA

Qualifikationsziele des Moduls

Enterprise Resource Planning

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Geschäftsprozesse in Unternehmen zu beschreiben.
- die Unterschiede von Finanzbuchhaltung und Controlling sowie deren zentrale Rolle in den Geschäftsprozessen in Unternehmen zu erläutern.
- die Rolle von Enterprise Resource Planning-Systemen zur Unterstützung von Geschäftsprozessen in Unternehmen zu erläutern.
- die wesentlichen Geschäftsprozesse von Unternehmen in ERP-Systemen, beispielhaft in SAP S/4HANA, durchzuführen.
- die Integration der Geschäftsprozesse in ERP-Systemen allgemein zu erklären und beispielhaft in SAP S74HANA zu demonstrieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Betriebswirtschaftslehre	Bachelor Betriebswirtschaftslehre

Enterprise Resource Planning

Kurscode: DLERP01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		10	keine

Beschreibung des Kurses

Enterprise Resource Planning (ERP) ist ein zentrales Werkzeug zur Planung und Steuerung von Unternehmen und zur Integration ihrer Geschäftsprozesse. Dieser Kurs gibt eine Einführung in die wesentlichen Geschäftsprozesse von Unternehmen, die Schnittstellen und die Integration der Geschäftsprozesse, sowie ihre Unterstützung durch ERP-Systeme. Am Beispiel des wohl verbreitetsten ERP-Systems, SAP S/4HANA, führt der Kurs in die Nutzung und Bedienung von ERP-Systemen ein. Dabei wird die Umsetzung der zentralen Geschäftsprozesse, wie Beschaffung (Purchase-to-Pay), Produktion (Plan-to-Produce), Vertrieb (Order-to-Cash), Finanzbuchhaltung und Controlling, in SAP S/4HANA behandelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Geschäftsprozesse in Unternehmen zu beschreiben.
- die Unterschiede von Finanzbuchhaltung und Controlling sowie deren zentrale Rolle in den Geschäftsprozessen in Unternehmen zu erläutern.
- die Rolle von Enterprise Resource Planning-Systemen zur Unterstützung von Geschäftsprozessen in Unternehmen zu erläutern.
- die wesentlichen Geschäftsprozesse von Unternehmen in ERP-Systemen, beispielhaft in SAP S/4HANA, durchzuführen.
- die Integration der Geschäftsprozesse in ERP-Systemen allgemein zu erklären und beispielhaft in SAP S74HANA zu demonstrieren.

Kursinhalt

1. Einführung in das Enterprise Resource Planning
   - 1.1 Unternehmenssoftware und SAP
   - 1.2 Grundlagen von SAP ERP
   - 1.3 SAP HANA und SAP S4/HANA
   - 1.4 Fallbeispiel: Global Bike Incorporated
   - 1.5 Navigation SAP S4/HANA
2. Purchase-to-Pay Geschäftsprozesse
   - 2.1 Einführung Purchase-to-Pay Geschäftsprozesse
   - 2.2 Grunddaten der Purchase-to-Pay Geschäftsprozesse

2.3 Purchase-to-Pay Geschäftsprozesse

3. Plan-to-Produce Geschäftsprozesse
   - 3.1 Einführung Plan-to-Produce Geschäftsprozesse
   - 3.2 Grunddaten der Plan-to-Produce Geschäftsprozesse
   - 3.3 Plan-to-Produce Geschäftsprozesse

4. Order-to-Cash Geschäftsprozesse
   - 4.1 Einführung Order-to-Cash Geschäftsprozesse
   - 4.2 Grunddaten der Order-to-Cash Geschäftsprozesse
   - 4.3 Order-to-Cash Geschäftsprozesse

5. Human Capital Management
   - 5.1 Einführung Human Capital Management
   - 5.2 Grunddaten der Human Capital Management Geschäftsprozesse
   - 5.3 Human Capital Management Geschäftsprozesse

6. Finanzbuchhaltung
   - 6.1 Einführung Finanzbuchhaltung
   - 6.2 Grunddaten der Finanzbuchhaltung
   - 6.3 Geschäftsprozesse in der Finanzbuchhaltung

7. Controlling
   - 7.1 Einführung internes Rechnungswesen
   - 7.2 Grunddaten des internen Rechnungswesens
   - 7.3 Geschäftsprozesse im internen Rechnungswesen

8. Enterprise Asset Management
   - 8.1 Einführung Enterprise Asset Management
   - 8.2 Grunddaten des Enterprise Asset Managements
   - 8.3 Geschäftsprozesse im Enterprise Asset Management

9. Projektmanagement
   - 9.1 Einführung Projektmanagement
   - 9.2 Grunddaten des Projektmanagements
   - 9.3 Projektmanagement mit dem Projektsystem

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Schulz, O (2016).: Der SAP-Grundkurs für Einsteiger und Anwender, 3. Auflage, SAP PRESS, ISBN 978-3836240772. ▪ Viswanathan, V./Szymanski, R. (2015): Understanding SAP ERP Integration, Infivista Inc., ISBN 978-1941773017.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
220 h	0 h	40 h	40 h	0 h	300 h

Lehrmethoden	
Tutorielle Betreuung	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Online Tests

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
220 h	0 h	40 h	40 h	0 h	300 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Skript	☑ Online Tests

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
220 h	0 h	40 h	40 h	0 h	300 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
220 h	0 h	40 h	40 h	0 h	300 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Skript	☑ Online Tests

IT-Management

Modulcode: BWIT

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Marian Benner-Wickner (Grundlagen der industriellen Softwaretechnik) / Prof. Dr. Tobias Brückmann (Requirements Engineering)

Kurse im Modul

- Grundlagen der industriellen Softwaretechnik (IGIS01)
- Requirements Engineering (IREN01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Grundlagen der industriellen Softwaretechnik • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten Requirements Engineering • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Grundlagen der industriellen Softwaretechnik

- Aufbau und Organisation von Informationssystemen
- Risiken und Herausforderungen der industriellen Softwaretechnik
- Softwarelebenszyklus: Von Planung bis Ablösung
- Requirements Engineering und Spezifikation
- Architektur und Implementierung
- Qualitätssicherung, Betrieb und Weiterentwicklung
- Rollen im Software Engineering
- Organisation von Softwareprojekten
- Softwareprozessmodell-Rahmenwerke

Requirements Engineering

- Grundlagen und Begriffe des Requirements Engineering
- Ermittlung von Anforderungen
- Ausgewählte Ermittlungstechniken
- Dokumentation von Anforderungen
- Modellierung von Prozessen
- Modellierung von Systemen
- Prüfen und Abstimmen von Anforderungen
- Management von Anforderungen und Techniken zur Priorisierung

Qualifikationsziele des Moduls

Grundlagen der industriellen Softwaretechnik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einfache Berechnungen im Binärsystem (Boolsche Algebra) durchzuführen.
- den Aufbau von Rechnersystemen und Kommunikationsnetzen zu beschreiben.
- die Phasen eines SW-Lebenszyklus voneinander abzugrenzen.
- Rollen und Phasen im Software-Prozess voneinander abzugrenzen.
- verschiedene Vorgehensmodelle der SW-Entwicklung zu kennen.
- typische Herausforderungen und Risiken der industriellen SW-Entwicklung zu kennen.
- verschiedene Programmierparadigmen und deren Einsatz zu kennen.

Requirements Engineering

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- mithilfe IT-Unterstützung relevanter Modelle eine Unternehmensmodellierung umzusetzen.
- Techniken und Methoden zu Ermittlung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- Techniken zur Dokumentation von Anforderungen an IT-Systeme einzusetzen.
- Techniken zur Prüfung und Abstimmung sowie der Verwaltung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- für gegebene Projektsituationen eigenständig geeignete Techniken und Methoden des Requirements Engineering auszuwählen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Grundlagen der industriellen Softwaretechnik

Kurscode: IGIS01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel des Kurses ist es, den Studierenden einen Einblick in die technischen und theoretischen Grundlagen des Software Engineering zu vermitteln. Neben dem generellen Aufbau von Rechnersystemen werden den Studierenden typische Herausforderungen bei der Entwicklung industrieller Informationssysteme vermittelt. Darüber hinaus wird dargestellt, mit welchen typischen Phasen und Aktivitäten im Software Engineering diese Risiken gezielt adressiert werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einfache Berechnungen im Binärsystem (Boolsche Algebra) durchzuführen.
- den Aufbau von Rechnersystemen und Kommunikationsnetzen zu beschreiben.
- die Phasen eines SW-Lebenszyklus voneinander abzugrenzen.
- Rollen und Phasen im Software-Prozess voneinander abzugrenzen.
- verschiedene Vorgehensmodelle der SW-Entwicklung zu kennen.
- typische Herausforderungen und Risiken der industriellen SW-Entwicklung zu kennen.
- verschiedene Programmierparadigmen und deren Einsatz zu kennen.

Kursinhalt

1. Aufbau und Organisation von Informationssystemen
   - 1.1 0 und 1 als Grundlage aller IT-Systeme
   - 1.2 Von-Neumann-Architektur
   - 1.3 Verteilte Systeme und Kommunikationsnetze
   - 1.4 Betriebliche Informationssysteme
2. Risiken und Herausforderungen der industriellen Softwaretechnik
   - 2.1 Eigenschaften von industriellen Softwaresystemen
   - 2.2 Softwaretechnik
   - 2.3 Risiken und typische Probleme
   - 2.4 Ursachenforschung
   - 2.5 Herausforderungen im Software Engineering
3. Softwarelebenszyklus: Von Planung bis Ablösung

3.1 Der Softwarelebenszyklus im Überblick
3.2 Planung
3.3 Entwicklung
3.4 Betrieb
3.5 Wartung
3.6 Abschaltung

4. Requirements Engineering und Spezifikation
4.1 Requirements Engineering
4.2 Spezifikation

5. Architektur und Implementierung
5.1 Architektur
5.2 Implementierung

6. Qualitätssicherung, Betrieb und Weiterentwicklung
6.1 Qualitätssicherung
6.2 Betrieb
6.3 Weiterentwicklung

7. Rollen im Software Engineering
7.1 Idee der rollenbasierten Herangehensweise
7.2 Typische Rollen

8. Organisation von Softwareprojekten
8.1 Vom Prozessparadigma zum Softwareprozess
8.2 Prozessparadigmen

9. Softwareprozessmodell-Rahmenwerke
9.1 V-Modell XT
9.2 Rational Unified Process (RUP)
9.3 Scrum

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Gumm, H. P./Sommer, M. (2011): Einführung in die Informatik. 9. Auflage, Oldenbourg, München. ▪ Hansen, H. R./Neumann, G. (2009): Wirtschaftsinformatik 1. Grundlagen und Anwendungen. 10. Auflage, UTB, Stuttgart. ▪ Ludewig, J./Lichter, H. (2010): Software Engineering. Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken. 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg. ▪ Sommerville, I. (2007): Software Engineering. 8. Auflage, Addison-Wesley, Boston.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Requirements Engineering

Kurscode: IREN01

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

Beschreibung des Kurses

Die frühen Phasen der Softwareentwicklung sind maßgeblich davon gekennzeichnet, dass fachliche und technische Anforderungen (Requirements) an das IT-System zu ermitteln sind. Die Anforderungsermittlung muss äußerst umsichtig betrieben werden, weil alle folgenden Aktivitäten im SW-Entwicklungsprozess auf der Grundlage der dokumentierten Anforderungen geplant und durchgeführt werden. In diesem Kurs werden Vorgehensweisen, Methoden und Modelle vermittelt, die eine strukturierte und methodische Ermittlung und Dokumentation von Anforderungen an betriebliche Informationssysteme ermöglichen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- mithilfe IT-Unterstützung relevanter Modelle eine Unternehmensmodellierung umzusetzen.
- Techniken und Methoden zu Ermittlung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- Techniken zur Dokumentation von Anforderungen an IT-Systeme einzusetzen.
- Techniken zur Prüfung und Abstimmung sowie der Verwaltung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- für gegebene Projektsituationen eigenständig geeignete Techniken und Methoden des Requirements Engineering auszuwählen.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Begriffe des Requirements Engineering
   - 1.1 Requirements Engineering im Softwareprozess
   - 1.2 Kernaktivitäten im Requirements Engineering
   - 1.3 Was ist eine Anforderung?
2. Ermittlung von Anforderungen
   - 2.1 Bestimmung des Systemkontextes
   - 2.2 Bestimmung der Quellen von Anforderungen
   - 2.3 Ausw.hlen der geeigneten Ermittlungstechniken
   - 2.4 Anforderungen unter Einsatz der Techniken ermitteln
3. Ausgewählte Ermittlungstechniken

- 3.1 Kreativitätstechniken
- 3.2 Befragungstechniken
- 3.3 Beobachtungstechniken
- 3.4 Prototyping

4. Dokumentation von Anforderungen
   - 4.1 Aktivitäten zur Dokumentation von Anforderungen
   - 4.2 Typische Elemente der Anforderungsdokumentation
   - 4.3 Dokumentationsformen

5. Modellierung von Prozessen
   - 5.1 Grundlagen und Begriffe
   - 5.2 Modellierung mit der Business Process Model and Notation
   - 5.3 Modellierung mit Ereignisgesteuerten Prozessketten

6. Modellierung von Systemen
   - 6.1 Grundlagen Unified Modeling Language
   - 6.2 UML-Use Case-Diagramm
   - 6.3 UML-Aktivitätsdiagramm
   - 6.4 UML-Klassendiagramm
   - 6.5 UML-Zustandsdiagramm

7. Prüfen und Abstimmen von Anforderungen
   - 7.1 Aktivitäten zum Prüfen und Abstimmen von Anforderungen
   - 7.2 Prüfkriterien
   - 7.3 Prüfprinzipien
   - 7.4 Prüftechniken
   - 7.5 Abstimmen von Anforderungen

8. Management von Anforderungen und Techniken zur Priorisierung
   - 8.1 Verwalten von Anforderungen
   - 8.2 Techniken zur Priorisierung von Anforderungen

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Pohl, K./Rupp, C. (2021): Basiswissen Requirements Engineering – Aus- und Weiterbildung zum „Certified Professional for Requirements Engineering“. 5. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg. ▪ Rupp, C./die SOPHISTen (2021): Requirements-Engineering und -Management: Aus der Praxis von klassisch bis agil. 7. Auflage, Carl Hanser, München. ▪ Rupp, C./die SOPHISTen/Queins, S. (2012): UML 2 glasklar: Praxiswissen für die UML-Modellierung. 4. Auflage, Carl Hanser, München.

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Nachhaltigkeitsmanagement in Tourismus, Hospitality und Event

Modulcode: DLBTONMTHE

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Dr. Karsten Hurrelmann (Nachhaltigkeitsmanagement I) / Dr. Karsten Hurrelmann (Nachhaltigkeitsmanagement II)

Kurse im Modul

- Nachhaltigkeitsmanagement I (DLBTONMTHE01)
- Nachhaltigkeitsmanagement II (DLBTONMTHE02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Nachhaltigkeitsmanagement I • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten (50) Nachhaltigkeitsmanagement II • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten (50)

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Nachhaltigkeitsmanagement I

- **Prinzipien der Nachhaltigkeit:**
- Übersicht über die Theorien von Planung und nachhaltiger Entwicklung, sowohl mit globaler Perspektive als auch bezogen auf den Kontext Tourismus, Hospitality und Events
- Analyse der ökologischen und sozialen Einflüsse durch die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie
- Exploration der Rolle von Regierungen und Nichtregierungsorganisationen sowie der sozialen, psychologischen und geographischen Dimension von Tourismusplanung und -entwicklung, inklusive des Abhängigkeitsverhältnisses effektiver Planung und Entwicklung auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene
- **Nachhaltigkeitsmanagement:**
- Definition und Analyse von Nachhaltigkeitsmanagementsystemen, die die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie in die Lage versetzen, Umweltschäden zu minimieren/zu vermeiden, einen fairen sozialen Austausch sicherzustellen und gleichzeitig Profitabilität zu gewährleisten
- Analyse von Zertifizierungsschemata und Prüfungsverfahren, sowohl von Selbstevaluierungsverfahren als auch Überprüfungen durch Externe
- Analyse von Erfassungsrichtlinien, inklusive kritischer Bewertung der Global Reporting Initiative und anderer Erfassungsstandards

Nachhaltigkeitsmanagement II

- **Nachhaltige Geschäftsstrategien:**
- Untersuchung von Geschäftspraktiken der Tourismusindustrie, Hotelentwicklungsprojekten und Konferenzveranstaltungsorten in Kombination mit gegenwärtigen Strategien bezüglich Energieeffizienz, Entsorgungsmanagement, Wasserkonservierung, Eco-Design und verantwortlicher architektonischer Planung
- Untersuchung spezifischer operationaler Angelegenheiten (z. B. Food & Beverage-Planungen und Logistikketten)
- Untersuchung der Implementierung der „triple bottom line“ bei Hospitalitykonzernen und kritische Überprüfung von „grünen“ Finanzierungssystemen mit dem Ziel einer Konzeptionalisierung eines holistischen Geschäftsmodells
- Analyse von Prozessen und Programmen, die in korporativen Standards sozialer Verantwortlichkeit münden
- Diskussion der Prinzipien eines Managements der Teilhabe

Qualifikationsziele des Moduls

Nachhaltigkeitsmanagement I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Konzepte und Theorien bezüglich nachhaltiger Entwicklung zu diskutieren.
- ein Bewusstsein für die ökologischen, soziokulturellen und wirtschaftlichen Einflüsse durch den Tourismus zu besitzen.
- ihr Wissen über mögliche Maßnahmen zur Bekämpfung der negativen Einflüsse durch die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu erläutern.
- die wichtigsten relevanten Richtlinien und Codes für die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu identifizieren.
- ein Verständnis und eine Wertschätzung von Nachhaltigkeit im Tourismus zu haben.
- Kosten und Nutzen einer Implementierung von SMS zu diskutieren.
- selbstständig die Planungsphase für ein nachhaltiges Managementsystem für ein Touristik-, Hospitality- oder Eventunternehmen durchzuführen.
- die Bedeutung (inklusive Kosten-Nutzen-Analyse) von Zertifizierungen von Reisezielen, Hospitalityorganisationen und Veranstaltungsorten zu bewerten.

Nachhaltigkeitsmanagement II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Konzepte nachhaltiger Praktiken in Konstruktion und Design von Touristik-, Hospitality- und Veranstaltungsinfrastrukturen zu diskutieren und qualifizierte Entscheidungen zu treffen.
- aktuelle und vorbildliche Verfahren (Best Practices) in Bezug auf nachhaltiges Handeln in der Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu identifizieren.
- Nachhaltigkeitsbelange in Bezug auf „Life Cycle Assessment“ und andere verwandte Konzepte zu diskutieren.
- klare Initiativen zu entwickeln, die Touristik-, Hospitality- und Eventunternehmen dabei unterstützen, eine korporative, sozialverantwortliche Unternehmensstrategie einzuführen.
- Indikatoren für eine Nachhaltigkeitsüberprüfung (Sustainability Performance Indicators) zu identifizieren und zu bewerten und die Prinzipien der „triple bottom line“ und ihre Anwendung in Unternehmen zu diskutieren.
- die mögliche Effektivität einer Managementstrategie der Teilhabe spezifisch für die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu bewerten.
- für die Industrie verfügbare „grüne“, nachhaltige Finanzierungsmodelle zu identifizieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Qualitäts- & Nachhaltigkeitsmanagement auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Nachhaltigkeitsmanagement I

Kurscode: DLBTONMTHE01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs führt die Studierenden in die Grundkonzepte, Prinzipien und Praktiken der nachhaltigen Entwicklung sowohl mit globaler Perspektive als auch bezogen auf den Kontext Tourismus ein. Einem Überblick über die allgemein verwandte Terminologie in Sachen Nachhaltigkeit folgend, werden die grundlegenden Prinzipien nachhaltiger Entwicklung untersucht und diskutiert. Im Rahmen des Kurses werden die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Einflüsse der Tourismusindustrie analysiert und die Rolle von Regierungen und Nichtregierungsakteuren in der Entwicklung von Schadensvermeidungsstrategien untersucht. In dem Kurs werden gesellschaftliche, psychologische und geographische Dimensionen der Tourismusplanung und -entwicklung diskutiert und Abhängigkeitsverhältnisse effektiver Planung und Entwicklung auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene erörtert.Weiterhin lernen Studierende, nachhaltige Managementsysteme zu definieren und zu analysieren, die es Touristik-, Hospitality- und Eventunternehmen ermöglichen, Umweltschäden so gering wie möglich zu halten oder zu vermeiden, einen fairen sozialen Austausch sicherzustellen und gleichzeitig Profitabilität zu gewährleisten. Der Kurs erstreckt sich auch auf die Anwendung von Zertifizierungsschemata, sowohl von Selbstevaluierungs- und Erfassungsverfahren durch Touristik- und Hospitalityunternehmen als auch von Überprüfungen durch Dritte. Erfassungsrichtlinien werden analysiert. Die Global Reporting Initiative und andere Erfassungsstandards werden kritisch überprüft.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Konzepte und Theorien bezüglich nachhaltiger Entwicklung zu diskutieren.
- ein Bewusstsein für die ökologischen, soziokulturellen und wirtschaftlichen Einflüsse durch den Tourismus zu besitzen.
- ihr Wissen über mögliche Maßnahmen zur Bekämpfung der negativen Einflüsse durch die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu erläutern.
- die wichtigsten relevanten Richtlinien und Codes für die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu identifizieren.
- ein Verständnis und eine Wertschätzung von Nachhaltigkeit im Tourismus zu haben.
- Kosten und Nutzen einer Implementierung von SMS zu diskutieren.
- selbstständig die Planungsphase für ein nachhaltiges Managementsystem für ein Touristik-, Hospitality- oder Eventunternehmen durchzuführen.
- die Bedeutung (inklusive Kosten-Nutzen-Analyse) von Zertifizierungen von Reisezielen, Hospitalityorganisationen und Veranstaltungsorten zu bewerten.

Kursinhalt

1. Nachhaltige Entwicklung durch die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie
   - 1.1 Terminologie, historische Perspektive und Prinzipien
   - 1.2 Ökonomische, ökologische und soziokulturelle Einflüsse
2. Nachhaltiger Tourismus, Hospitality und Events
   - 2.1 Definition und Prinzipien
   - 2.2 Nachhaltige Planung, Entwicklung und Management von Reisezielen
3. Konsumentenverhalten
   - 3.1 Planung für den klassischen, zeitgenössischen und zukünftigen Reisetypus/Touristen
   - 3.2 Die Rolle von Unternehmen als korporative Kunden
4. Richtlinien und Codes
   - 4.1 Übersicht über existierende Richtlinien und Codes
   - 4.2 Richtlinien und Codes in der Praxis
5. Tourismustypen und Trends
   - 5.1 Nachhaltiger Tourismus versus andere Formen des Tourismus
   - 5.2 Trends und vorbildliche Verfahren (Best Practices)
6. Nachhaltige Managementsysteme
   - 6.1 Definition nachhaltiger Managementsysteme (SMS) und Vergleich mit ökologischen Managementsystemen (EMS)
   - 6.2 Überblick und kritische Bewertung ISO (ISO 14001) und EMAS

6.3 Kosten und Nutzen im Zusammenhang mit SMS

7. Einführung von SMS im Bereich Touristik, Hospitality und Event
   - 7.1 Planung und Einrichtung von Verfahren
   - 7.2 PCDA-Zyklus

8. Überprüfungen: Ziele und Prozesse
   - 8.1 Intention des Überprüfungsverfahrens
   - 8.2 Stadien des Bewertungsverfahrens und andere Formen der Überprüfung
   - 8.3 Externe Überprüfung durch Dritte

9. Berichterstattung
   - 9.1 Adressaten und Arten der Berichterstattung
   - 9.2 Richtlinien und Standards der Berichterstattung
   - 9.3 Best Practice-Beispiele

10. Eco-Labels in der Tourismusindustrie
   - 10.1 Komponenten und Funktionen
   - 10.2 Kritische Bewertung von Zertifizierungssystemen für Reiseziele

11. Zertifizierung in den Bereichen Hospitality und Veranstaltungen
   - 11.1 Kategorisierung von Eco-labels
   - 11.2 Trends

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Balderjahn, I. (2013): Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten. UTB, Konstanz.
- Braun, K. (2013): Die Rolle der Ethik in der Tourismuswirtschaft. Diplomica, Hamburg.
- Cavagnaro, E./Curiel, G. (2012): The Three Levels of Sustainability. Greenleaf Publishing, Sheffeld.
- European Commission: Eco-Management and Audit Scheme (EMAS). EMAS User's Guide (URL: [letzter Zugriff: 27.10.2016]).
- Evangelischer Entwicklungsdienst (Hrsg.): Tourism Watch – Zeitschrift Informationsdienst Tourismus und Entwicklung. Bonn. (fortlaufend).
- Freyberg, B. v./Gruner, A./Hübschmann, M. (2015): Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Hotellerie & Gastronomie. Matthaes, Stuttgart.
- Große Ophoff, M. (2016): Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement. Green Meetings als Zukunftsprojekt für die Veranstaltungsbranche. Oekom, München.
- Kunz, E. (2012): Tourismus im Umbruch – Herausforderungen der Zukunft. Treiber und Faktoren künftiger Unternehmensstrategien. eine wissenschaftliche Betrachtung. ghh consult GmbH, Wiesbaden.
- International Standard Organization (ISO). ISO and the environment. Standards catalogue. (URL: [letzter Zugriff: 27.10.2016]).
- Jones, M. (2012): Sustainable Event Management. A practical guide, 2. Auflage, Routledge, London.
- Laßberg, D. v. (1995): Ganzheitlich orientierte Tourismusentwicklung. Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung, Ammerland.
- Saarinen, J./Rogerson, C. M./Manwa, H. (2012): Tourism and the Millennium Development Goals. Tourism, Local Communities and Development. In: Tourism Geographies, 16. Jg., Heft 1, S. 23–30.
- Sheldon, C./Yoxon, M. (2006): Environmental Management Systems. A Step-by-Step Guide to Implementation and Maintenance. 3. Auflage, Routledge, Oxford.
- Sloan, P./Legrand, W./Chen, J. S. (2016): Sustainability in the Hospitality Industry. Principles of Sustainable Operations. 3. Auflage, Routledge, Oxford.
- Sloan, P./Simons-Kaufmann, C./Legrand, W. (2012): Sustainable Hospitality and Tourism as Motors for Development. Case Studies from Developing Regions of the World. Routledge, Oxford.
- Wenk, M. S. (2005): The European Union's Eco-Management and Audit Scheme (EMAS). Dordrecht, Springer.

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Nachhaltigkeitsmanagement II

Kurscode: DLBTONMTHE02

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

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs beginnt mit der Analyse von Projekten von Tourismusunternehmen und Hotelentwicklungsprojekten in Zusammenhang mit aktuellen Belangen wie Energieeffizienz, Wassermanagement, Wasserkonservierung, Eco-Design und verantwortlicher architektonischer Planung. Es werden spezifische operationale Angelegenheiten (z. B. Food und Beverage-Planungen und Versorgungsketten) untersucht. Der Kurs widmet sich dann der Untersuchung der „triple bottom line", angewandt von großen Hospitalitykonzernen und Konferenzveranstaltern und wird aktuelle „grüne" Finanzierungssysteme mit dem Ziel der Konzeptionalisierung eines holistischen Geschäftsmodells kritisch überprüfen. Der Fokus des Kurses liegt in der Vermittlung eines Verständnisses für die Prozesse und Verfahren, die zu korporativen Standards sozialer Verantwortlichkeit hinführen. Schwerpunktmäßig werden Prinzipien eines Managements der Teilhabe für Touristik-, Hospitality- und Eventunternehmen diskutiert und deren Bedeutung für den langfristigen Erfolg einer Organisation analysiert. Des Weiteren werden praktische Fallstudien vorgestellt und diskutiert, um zukünftige Tourismus-, Hospitality- und Eventmanager mit bisherigen Erfahrungen und Wissen auszustatten, wie eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren und Teilhabern gelingen kann.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Konzepte nachhaltiger Praktiken in Konstruktion und Design von Touristik-, Hospitality- und Veranstaltungsinfrastrukturen zu diskutieren und qualifizierte Entscheidungen zu treffen.
- aktuelle und vorbildliche Verfahren (Best Practices) in Bezug auf nachhaltiges Handeln in der Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu identifizieren.
- Nachhaltigkeitsbelange in Bezug auf „Life Cycle Assessment" und andere verwandte Konzepte zu diskutieren.
- klare Initiativen zu entwickeln, die Touristik-, Hospitality- und Eventunternehmen dabei unterstützen, eine korporative, sozialverantwortliche Unternehmensstrategie einzuführen.
- Indikatoren für eine Nachhaltigkeitsüberprüfung (Sustainability Performance Indicators) zu identifizieren und zu bewerten und die Prinzipien der „triple bottom line" und ihre Anwendung in Unternehmen zu diskutieren.
- die mögliche Effektivität einer Managementstrategie der Teilhabe spezifisch für die Tourismus-, Hospitality- und Eventindustrie zu bewerten.
- für die Industrie verfügbare „grüne", nachhaltige Finanzierungsmodelle zu identifizieren.

Kursinhalt

1. Baugelände – Analyse, Auswahl & Infrastrukturplanung
    - 1.1 Prinzipien
    - 1.2 Tragfähigkeitsgrenzen
    - 1.3 Environmental Impact Assessment (EIA) & Social Impact Assessment (SIA), Definitionen und Methodologien
    - 1.4 Input
    - 1.5 Output
    - 1.6 Lebenszyklus-Modelle

2. Prinzipien nachhaltigen Designs
    - 2.1 Prinzipien und Konzepte
    - 2.2 Passive versus aktive Solartechniken
    - 2.3 Überblick und kritische Analyse aktueller operational vorbildlicher Verfahren (Best Practices)

3. Leistungsindikatoren und Finanzierungssysteme
    - 3.1 Concept of Externalities
    - 3.2 Berechnung von Externalities
    - 3.3 Ökologische und soziale Leistungsindikatoren
    - 3.4 Nachhaltigkeitsindikatoren
    - 3.5 „Grüne“ Finanzierungsmodelle

4. Konzeptionen korporativer, sozialer Verantwortlichkeit
    - 4.1 Klassisches Modell
    - 4.2 Teilhabe-Modell
    - 4.3 Non-Profit-Unternehmen
    - 4.4 Kosten und Nutzen
    - 4.5 Vorbildliche Verfahren (Best Practices)

5. Teilhabereinfluss auf Unternehmen
    - 5.1 Anteilseigner
    - 5.2 Konsumenten
    - 5.3 Angestellte
    - 5.4 Regierungsorganisationen
    - 5.5 Nichtregierungsorganisationen
    - 5.6 Lokale Gemeinde

6. Leistungsbewertung

6.1 Gewinn und Investierung
6.2 Prinzipien der „triple bottom line“
6.3 Rahmen nachhaltiger Performanz (Sustainability Performance Framework)
6.4 Herausforderungen und Chancen
6.5 Zukünftige Entwicklungen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- **Bücher:**
- Balderjahn, I. (2013): Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten. UTB, Konstanz.
- Borkmann, V./Rief, S./Iber, B. (2014): FutureHotel Gastbefragung. Studie aus dem Forschungsprojekt Futurehotel. Eine Erhebung zu innovativen Lösungen für die Hotelgäste der Hotellerie im DACH-Markt. Fraunhofer, Stuttgart.
- Borras, M. (2008): Hotels Spaces. Rockport, Beverly (MA).
- Doerner, R.-W./Niemeyer, M. (Hrsg.) (2011): Kompendium der Hotelimmobilie. Immobilien Zeitung Verlag, Wiesbaden.
- Freyberg, B. v./Gruner, A./Hübschmann, M. (2015): Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor in Hotellerie & Gastronomie. Matthaes, Stuttgart.
- Große Ophoff, M. (2016): Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement. Green Meetings als Zukunftsprojekt für die Veranstaltungsbranche. Oekom, München.
- Jones, M. (2012): Sustainable Event Management. A practical guide. 2. Auflage, Routledge, London.
- McPhail, K./Walters, D. (2009): Accounting and Business Ethics. An Introduction. Routledge, Oxford.
- Pearce, A./Ahn, Y.H./HanmiGlobal (2012): Sustainable Buildings and Infrastructure. Paths to the future. Routledge, Oxford.
- Rutes, W. A./Penner, R. H./Adams, A. (2012): Hotel Design, Planning and Development. 2. Auflage, Architectural Press, Oxford.
- Singh, A. J./Houdré, H. (Hrsg.) (2012): Hotel Sustainable Development. Principles and Practices. American Hotel & Lodging Educational Institute, Lansing.
- Sloan, P./Legrand, W./Chen, J. S. (2016): Sustainability in the Hospitality Industry. Principles of Sustainable Operations. 3. Auflage, Routledge, Oxford.
- Unerman, J./Bebbington, J./O’Dwyer, B. (2007): Sustainability Accounting and Accountability. Routledge, Oxford.
- Yeang, K./Spector, A. (2011): Green Design. From theory to practice. Black Dog Publishing. London.
- **Zeitschriften:**
- hotelbau
- Tourism Watch

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Facility Management

Modulcode: DLBIMFM-01

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Wolfgang Inderwies (Facility Management: Grundlagen) / Wolfgang Inderwies (Facility Management: Leistungsbereiche)

Kurse im Modul

- Facility Management: Grundlagen (DLBIMFM01-01)
- Facility Management: Leistungsbereiche (DLBIMFM02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Facility Management: Grundlagen • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten Facility Management: Leistungsbereiche • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Facility Management: Grundlagen

- Spezifische Managementansätze für Gewerbeimmobilien
- Grundsätzliche Aufgaben des Immobilienmanagements
- Ganzheitlicher Ansatz des Facility Managements
- Operative Kernaufgaben im Facility Management
- Digitales Facility Management

Facility Management: Leistungsbereiche

- Strategische Aspekte im Facility Management
- Leistungsbereich Technisches Facility Management
- Leistungsbereich Kaufmännisches Facility Management
- Leistungsbereich Infrastrukturelles Facility Management
- Leistungsbereich Flächenmanagement

Qualifikationsziele des Moduls

Facility Management: Grundlagen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den grundlegenden Ansatz des Facility Managements zu verstehen.
- das Facility Management in das allgemeine Immobilienmanagement einzuordnen.
- die Einsatzgebiete ausgehend von der Entstehungsgeschichte und wesentlicher Entwicklungsstufen im In- und Ausland zu skizzieren.
- die Einsatzmöglichkeiten und Implementierungsschritte zu erläutern.

Facility Management: Leistungsbereiche

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- strategische Aspekte des Facility Managements zu verstehen
- das technische Facility Management detailliert zu beschreiben.
- das kaufmännische Facility Management in seinen Einzelheiten zu erklären.
- das infrastrukturelle Facility Management genau zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Immobilien auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Facility Management: Grundlagen

Kurscode: DLBIMFM01-01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs dient dazu, das Facility Management sicher von anderen Managementansätzen unterscheiden und und seine Leistungsfähigkeit einschätzen zu können. Ausgangspunkte sind aktuelle Regelwerke (DIN EN ISO 41001, GEFMA 100), nach denen Facility Management als eine Managementdisziplin zur ergebnisorientierte Handhabung von Facilities und Services gesehen wird, welche die Kernprozesse eines Unternehmens unterstützen. Der hier besprochene ganzheitliche Ansatz des Facility Managements geht von den grundsätzlichen Aufgaben des Immobilienmanagements aus und entwickelt Strategien, die zur Qualitätsverbesserung und Erhöhung der Kapitalrentabilität beitragen. Dazu werden Aufgabenbereiche definiert und mögliche Praxisprobleme in der Umsetzung besprochen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den grundlegenden Ansatz des Facility Managements zu verstehen.
- das Facility Management in das allgemeine Immobilienmanagement einzuordnen.
- die Einsatzgebiete ausgehend von der Entstehungsgeschichte und wesentlicher Entwicklungsstufen im In- und Ausland zu skizzieren.
- die Einsatzmöglichkeiten und Implementierungsschritte zu erläutern.

Kursinhalt

1. Spezifische Managementansätze für Gewerbeimmobilien
   - 1.1 Definition und Eingrenzung des Begriffs Immobilienmanagement
   - 1.2 Die Begriffe Facility Management, Gebäudemanagement und Facility Services
   - 1.3 Corporate Real Estate Management (CREM) und Public Real Estate Management (PREM)

2. Grundsätzliche Aufgaben des Immobilienmanagements
   - 2.1 Asset- und Portfoliomanagement
   - 2.2 Property Management
   - 2.3 Nutzerperspektive
   - 2.4 Kaufmännische, technische und infrastrukturelle Aufgaben
   - 2.5 Aspekte der Betreiberverantwortung

3. Ganzheitlicher Ansatz des Facility Managements
   - 3.1 Entstehung und Einordnung des FM
   - 3.2 Grundsätzliche Aufgabenbereiche der Facility Services
   - 3.3 Berücksichtigung wesentlicher Stakeholder im Rahmen der Facility Services

4. Operative Kernaufgaben im Facility Management
   - 4.1 Sicherstellung der Leistungsqualität
   - 4.2 Effizientes Immobiliencontrolling
   - 4.3 Dokumentation und Reporting

5. Digitales Facility Management
   - 5.1 Digitalisierung im Facility Management
   - 5.2 Systeme und Integration
   - 5.3 Anwendungsfälle

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Brauer, K. U. (2019). Grundlagen der Immobilienwirtschaft: Recht – Steuern – Marketing – Finanzierung – Bestandsmanagement – Projektentwicklung (10. Aufl.). Springer Gabler.
- Gondering, H. & Wagner, T. (2018). Facility Management. Handbuch für Studium und Praxis(3. Aufl.). Vahlen.
- Murfeld, E. (2018). Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft (8. Aufl.).Hammonia.
- Preuß, N. & Schöne, L. B. (2016). Real Estate und Facility Management. Aus Sicht derConsultingpraxis (4. Aufl.). Springer Vieweg.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Facility Management: Leistungsbereiche

Kurscode: DLBIMFM02-01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt Detailkenntnisse zu den spezifischen Leistungsbereichen des FM, insbesondere zum kaufmännischen, technischen und infrastrukturellen FM.Dabei beschäftigt sich das technische FM insbesondere mit den spezifischen Aufgaben der Instandhaltung und des Energiemanagements.Zum kaufmännischen FM werden Aufgaben des Vertragsmanagements, des Kostenmanagements und des Wertmanagements besprochen.Das infrastrukturelle Management wird hinsichtlich seiner Aufgaben bezogen auf das Flächenmanagement und integrierte Serviceangebote dargestellt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- strategische Aspekte des Facility Managements zu verstehen
- das technische Facility Management detailliert zu beschreiben.
- das kaufmännische Facility Management in seinen Einzelheiten zu erklären.
- das infrastrukturelle Facility Management genau zu erläutern.

Kursinhalt

1. Normatives und strategisches Facility Management
   - 1.1 Normativer Rahmen des Facility Managements
   - 1.2 Strategische Ebene des Facility Managements
2. Leistungsbereich technische Facility Services
   - 2.1 Grundlegende Aufgaben der technischen Facility Services
   - 2.2 Betreiben und Dokumentieren
   - 2.3 Grundmaßnahmen der Instandhaltung
   - 2.4 Energiemanagement
3. Leistungsbereich kaufmännische Facility Services
   - 3.1 Grundlegende Aufgaben der kaufmännischen Facility Services
   - 3.2 Beschaffungs- und Vertragsmanagement
   - 3.3 Nutzungskostenmanagement
   - 3.4 Vermietungsmanagement

3.5 Wertemanagement und Bilanzierung

4. Leistungsbereich infrastrukturelle Facility Services
   - 4.1 Grundlegende Aufgaben der infrastrukturellen Facility Services
   - 4.2 Sicherheitsdienste
   - 4.3 Gebäudereinigung
   - 4.4 Verpflegungsdienste
   - 4.5 Umzugsdienste

5. Leistungsbereich Flächenmanagement
   - 5.1 Aufgabenbereich des Flächenmanagements
   - 5.2 Büroformen im Wandel

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Brauer, K. U. (2017). Grundlagen der Immobilienwirtschaft: Recht – Steuern – Marketing – Finanzierung – Bestandsmanagement – Projektentwicklung (9. Aufl.). Springer Gabler.
- Gondring, H. & Wagner, T. (2018). Facility Management: Handbuch für Studium und Praxis (3. Aufl).Vahlen.
- Murfeld, E. (2018). Spezielle Betriebswirtschaftslehre der Immobilienwirtschaft (8. Aufl.).Hammonia.
- Preuß, N. & Schöne, L. B. (2016). Real Estate und Facility Management: Aus Sicht derConsultingpraxis (4. Aufl.). Springer Vieweg.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Fremdsprache Italienisch

Modulcode: DLFSWI

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Enno Nagel (Zertifikatskurs Italienisch) / N.N. (Fremdsprache Italienisch)

Kurse im Modul

- Zertifikatskurs Italienisch (DLFSWI01)
- Fremdsprache Italienisch (DLFSI01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Zertifikatskurs Italienisch • Studienformat "myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Fernstudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Duales myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Kombistudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) Fremdsprache Italienisch • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Zertifikatskurs Italienisch

Erlernen und vertiefen von Italienisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Fremdsprache Italienisch

Erlernen und vertiefen von Italienisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls

Zertifikatskurs Italienisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Italienisch zu bedienen.

Fremdsprache Italienisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Italienisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Alle weiteren Module im Bereich Sprachen	Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Zertifikatskurs Italienisch

Kurscode: DLFSWI01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1 und B2 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Italienisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Studierenden ein Zertifikat entsprechend des gewählten Levels.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Italienisch zu bedienen.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden von externen Dienstleistern zur Verfügung gestellt

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Fremdsprache Italienisch

Kurscode: DLFSI01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1 und B2 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Italienisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Italienisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleistern zur Verfügung gestellt

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Fremdsprache Französisch

Modulcode: DLFSWF

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	5	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Alexa Wiese (Zertifikatskurs Französisch) / N.N. (Fremdsprache Französisch)

Kurse im Modul

- Zertifikatskurs Französisch (DLFSWF01)
- Fremdsprache Französisch (DLFSF01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Zertifikatskurs Französisch • Studienformat "Kombistudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Fernstudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Duales myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) Fremdsprache Französisch • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Zertifikatskurs Französisch

Erlernen und vertiefen von Französisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Fremdsprache Französisch

Erlernen und vertiefen von Französisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls

Zertifikatskurs Französisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Französisch zu bedienen.

Fremdsprache Französisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Französisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Alle weiteren Module im Bereich Sprachen	Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Zertifikatskurs Französisch

Kurscode: DLFSWF01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1 und B2 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Französisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Studierenden ein Zertifikat entsprechend des gewählten Levels.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Französisch zu bedienen.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Fremdsprache Französisch

Kurscode: DLFSF01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1 und B2 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Französisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Französisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Fremdsprache Spanisch

Modulcode: DLFSWS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Maja Popovic (Zertifikatskurs Spanisch) / N.N. (Fremdsprache Spanisch)

Kurse im Modul

- Zertifikatskurs Spanisch (DLFSWS01)
- Fremdsprache Spanisch (DLFSS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Zertifikatskurs Spanisch • Studienformat "Duales myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Fernstudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Kombistudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) Fremdsprache Spanisch • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Zertifikatskurs Spanisch

Erlernen und vertiefen von Spanisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Fremdsprache Spanisch

Erlernen und vertiefen von Spanisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls

Zertifikatskurs Spanisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Spanisch zu bedienen.

Fremdsprache Spanisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Spanisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Alle weiteren Module im Bereich Sprachen	Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Zertifikatskurs Spanisch

Kurscode: DLFSWS01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1 und B2 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Spanisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Studierenden ein Zertifikat entsprechend des gewählten Levels.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Spanisch zu bedienen.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Fremdsprache Spanisch

Kurscode: DLFSS01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1 und B2 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Spanisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1 oder B2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Spanisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Fremdsprache Englisch

Modulcode: DLFSWE

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Audrey Fernandes-Diehl (Zertifikatskurs Englisch) / Prof. Dr. Katja Grupp (Fremdsprache Englisch)

Kurse im Modul

- Zertifikatskurs Englisch (DLFSWE01)
- Fremdsprache Englisch (DLFSE01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Zertifikatskurs Englisch • Studienformat "Duales myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "myStudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Kombistudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) • Studienformat "Fernstudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.) Fremdsprache Englisch • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Zertifikatskurs Englisch

Erlernen und vertiefen von Englisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Fremdsprache Englisch

Erlernen und vertiefen von Englisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls

Zertifikatskurs Englisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Fremdsprache Englisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Alle weiteren Module im Bereich Sprachen	Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Zertifikatskurs Englisch

Kurscode: DLFSWE01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Studierenden ein Zertifikat entsprechend des gewählten Levels.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)
- ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
  - Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, „phrasal verbs“, Kollokationen und Redewendungen. Unterschiede zwischen britischem und amerikanischem Englisch

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Sprachkurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Fremdsprache Englisch

Kurscode: DLFSE01

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

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen die Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
  - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
  - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)
- ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1)

- Grammatik:
  - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
  - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
  - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
  - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
  - Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, „phrasal verbs“, Kollokationen und Redewendungen. Unterschiede zwischen britischem und amerikanischem Englisch

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

Management im Sport

Modulcode: DLBSMWMS

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Arda Alan Isik (Sports Venue Management) / Prof. Dr. Dirk Stöppel (Buchführung und Bilanzierung im Sport)

Kurse im Modul

- Sports Venue Management (DLBSMSVM01)
- Buchführung und Bilanzierung im Sport (DLBSMMSV02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Sports Venue Management • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten Buchführung und Bilanzierung im Sport • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten (50) • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Sports Venue Management

- Grundlagen des Sports Venue Managements
- Charakteristika von Sportstätten
- Nutzungsplanung von Sportstätten
- Organisation von Sportstätten
- Organisation und Erfolgsmessung des Personalmarketings
- Aktuelle Entwicklungen im Sports Venue Managements

Buchführung und Bilanzierung im Sport

- Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext
- Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext
- Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport
- Besonderheiten bei der Bewertung von Vermögensgegenständen und Unternehmen im
- sportwirtschaftlichen Kontext
- Beispiele der Buchführung und Bilanzierung aus der sportwirtschaftlichen Praxis

Qualifikationsziele des Moduls

Sports Venue Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe Facility Management und Sports Venue Management zu differenzieren und die Besonderheiten des Sports Venue Managements zu verstehen.
- die verschiedenen Sportstättentypen zu benennen und ihre besonderen Charakteristika zu erklären.
- ein Anforderungsprofil für eine Sportstätte in Abhängigkeit der geplanten Nutzung zu erstellen.
- die Erlösquellen von Sportstätten zu identifizieren sowie den sportstättenabhängigen Personalbedarf und die technischen Besonderheiten im Betriebsablauf zu erkennen.
- in Abhängigkeit des jeweiligen Sportstättentyps relevante operationelle Risiken zu identifizieren und ein funktionierendes Risikomanagement zu entwickeln.
- aktuelle Trends im Sports Venue Management zu erkennen und deren Auswirkungen zu bewerten.

Buchführung und Bilanzierung im Sport

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext anzuwenden.
- die wichtigsten Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext zu skizzieren und diese anzuwenden.
- die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport zu erläutern und adressatenbezogen umsatz- und Cashflow-relevante Informationen aufzubereiten.
- die Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen – insbesondere die Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände – im sportwirtschaftlichen Kontext zu erklären und geeignete Bewertungsverfahren anzuwenden.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Buchführung und Bilanzierung von Sportvereinen zu erarbeiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus den Bereichen Sport & Fitness und Planung & Controlling auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sports Venue Management

Kurscode: DLBSMSVM01

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

Beschreibung des Kurses

Aufbauend auf den Grundlagen zum Facility Management lernen die Studierenden die Besonderheiten des Sport Venue Managements kennen. Neben der Präsentation verschiedener Sportstättentypen, die jeweils völlig unterschiedliche Anforderungen an das Sport Venue Management stellen, beschäftigt sich der Kurs mit der Nutzungsplanung von Sportstätten (z. B. Anforderungsprofile in Abhängigkeit der Nutzung oder die Finanzierung von Sportstätten) sowie die Organisation der jeweiligen Sportstätte, wobei hier besonderes Augenmerk auf verschiedene Erlösquellen, technische Besonderheiten sowie Personalanforderungen in Abhängigkeit des Sportstättentyps und dem Risikomanagement gelegt wird. Schließlich werden die vermittelten Grundlagen zum Sport Venue Management vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen praxisnah beleuchtet (z. B. Nachhaltigkeit und computerunterstützende Facility Management-Systeme).

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Begriffe Facility Management und Sports Venue Management zu differenzieren und die Besonderheiten des Sports Venue Managements zu verstehen.
- die verschiedenen Sportstättentypen zu benennen und ihre besonderen Charakteristika zu erklären.
- ein Anforderungsprofil für eine Sportstätte in Abhängigkeit der geplanten Nutzung zu erstellen.
- die Erlösquellen von Sportstätten zu identifizieren sowie den sportstättenabhängigen Personalbedarf und die technischen Besonderheiten im Betriebsablauf zu erkennen.
- in Abhängigkeit des jeweiligen Sportstättentyps relevante operationelle Risiken zu identifizieren und ein funktionierendes Risikomanagement zu entwickeln.
- aktuelle Trends im Sports Venue Management zu erkennen und deren Auswirkungen zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Sports Venue Managements
   - 1.1 Was ist Facility Management?
   - 1.2 Relevante Stakeholder
   - 1.3 Managementfunktionen

1.4 Was sind die Besonderheiten am Sports Venue Management?

2. Charakteristika von Sportstätten
   - 2.1 Sportplätze
   - 2.2 Sportstadien bzw. -arenen
   - 2.3 (Mehrzweck-)Sporthallen
   - 2.4 Multifunktionshallen

3. Nutzungsplanung von Sportstätten
   - 3.1 Identifikation des Bedarfs an die Sportstätte
   - 3.2 Anforderung an die Sportstätte
   - 3.3 Bestandsimmobilie oder Neubau?
   - 3.4 Finanzierung von Sportstätten

4. Organisation von Sportstätten
   - 4.1 Das Betreiben von Sportstätten und deren Erlösquellen
   - 4.2 Technische Besonderheiten von Sportstätten
   - 4.3 Sportstättenabhängige Personalanforderungen
   - 4.4 Risikomanagement

5. Aktuelle Entwicklungen im Sport Venue Management
   - 5.1 Nachhaltiges Sportstättenmanagement
   - 5.2 Computer Aided Facility Management (CAFM)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Ammon, R./Southall, R./Nagel, M. (2016): Sport Facility Management. Organizing Events and Mitigating Risks. 3. Auflage, Fitness Information Technology, Morgantown.
- Bach, L. (2004): Sportstätten-Management. Neue Wege für vereinseigene und kommunale Sportstätten. Landesportbund Hessen, Frankfurt a. M.
- Biedermann, K. (2005): Sportvereine als Betreiber von Sportstätten. Konzepte und Perspektiven. ibidem, Stuttgart.
- Eßig, N. et al. (2015) Leitfaden nachhaltiger Sportstättenbau. Kriterien für den Neubau nachhaltiger Sporthallen. Bundesinstitut für Sportwissenschaft/Sportverlag Strauß, Bonn/Köln.
- Fried, G. (2015): Managing Sport Facilities. 3. Auflage, Human Kinetics, Champaign.
- Krämer. T. (Hrsg.) (2013): Indoor-Sportstätten. Ratgeber Planung & Bau, Ausstattung, Betrieb. Stadionwelt Verlag, Brühl.
- Krämer, T. (Hrsg.) (2013): Outdoor-Sportstätten. Ratgeber Planung & Bau, Ausstattung, Betrieb. Stadionwelt Verlag, Brühl.
- Nävy, J. (2012): Facility Management. Grundlagen, Computerunterstützung, Systemeinführung, Anwendungsbeispiele. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Sawyer, T. (Hrsg.) (2009): Facility Management for Physical Activity and Sport. Sagamore, Champaign.
- Schlesiger, G. (2010): Sportplätze. Sportfreianlagen: Planung – Bau – Ausstattung – Pflege. Bundesinstitut für Sportwissenschaft/Sportverlag Strauß, Köln/Köln.
- Wehr, P. (2001): Handbuch Sportstättenmanagement. Landesportbund Hessen, Frankfurt a. M.
- Wimmer, M. (2014): Stadionbauten. Handbuch und Planungshilfe. DOM, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Buchführung und Bilanzierung im Sport

Kurscode: DLBSMMSV02

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

Beschreibung des Kurses

Zunächst werden die Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung sowie der Jahresabschlussanalyse vorgestellt und in einen sportwirtschaftlichen Kontext gesetzt. Ausgehend hiervon werden die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport herausgearbeitet, wobei das Augenmerk besonders auf die verschiedenen Adressaten einer ordnungsgemäßen Buchführung und Bilanzierung, auf die Spannungsfelder unterschiedlicher Rechnungslegungsanforderungen im Sport sowie auf das Revenue und Cashflow Management im sportwirtschaftlichen Kontext gelenkt wird. Im Weiteren werden die Besonderheiten der Unternehmensbewertung im sportwirtschaftlichen Kontext sowie relevante Bewertungsverfahren vorgestellt. Abschließend werden die theoriebezogenen Grundlagen mit einem praktischen Anwendungsbezug versehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundlagen zur Buchführung und Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext anzuwenden.
- die wichtigsten Grundlagen der Jahresabschlussanalyse im sportwirtschaftlichen Kontext zu skizzieren und diese anzuwenden.
- die Besonderheiten der Buchführung und Bilanzierung im Sport zu erläutern und adressatenbezogen umsatz- und Cashflow-relevante Informationen aufzubereiten.
- die Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen – insbesondere die Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände – im sportwirtschaftlichen Kontext zu erklären und geeignete Bewertungsverfahren anzuwenden.
- praxisfallbezogen Lösungsansätze spezieller Problemstellungen in der Buchführung und Bilanzierung von Sportvereinen zu erarbeiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen zur Bilanzierung im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 1.1 Basiselemente der Bilanzierung
   - 1.2 Bilanzierung von immateriellen Vermögen (insbesondere Humankapital) und Sachanlagen
   - 1.3 Bilanzierung von Vorräten
   - 1.4 Bilanzierung von Finanzanlagen

- 1.5 Bilanzierung von Eigenkapital
- 1.6 Bilanzierung von Fremdkapital
- 1.7 Der Jahresabschluss

2. Grundlagen zur Analyse des Jahresabschlusses im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 2.1 Grundlagen
   - 2.2 Finanzwirtschaftliche Bilanzanalyse
   - 2.3 Erfolgswirtschaftliche Bilanzanalyse
   - 2.4 Strategische Bilanzanalyse

3. Besonderheiten der Buchführung und der Bilanzierung im Sport
   - 3.1 Adressaten
   - 3.2 Spannungsfelder unterschiedlicher Rechnungslegungsanforderungen im Sport
   - 3.3 Revenue und Cashflow Management von Sportvereinen, insbesondere als Kapitalgesellschaft

4. Besonderheiten der Bewertung von Vermögensgegenständen und der Unternehmensbewertung im Sport
   - 4.1 Anlass der Bewertung
   - 4.2 Bewertungsverfahren

5. Beispiele für Buchführung und Bilanzierung aus der sportwirtschaftlichen Praxis
   - 5.1 Buchführung und Bilanzierung eines Sportvereins als eingetragener Verein
   - 5.2 Buchführung und Bilanzierung eines Sportvereins als Kapitalgesellschaft

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W. (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen – HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS. 24. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Dreyer, D. (2004): Bewertung personalintensiver Dienstleistungsunternehmen. Die Integration von Intellektuellem Kapital in die Unternehmensbewertung. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Heno, R. (2016): Jahresabschluss nach Handelsrecht, Steuerrecht und internationalen Standards (IFRS). 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Huwer, E. (2013): Der Jahresabschluss von Fußballunternehmen. Branchenspezifische Rechnungslegung nach HGB im Lizenzfußball. ESV, Berlin.
- Korthals, J. P. (2005): Bewertung von Fußballunternehmen. Eine Untersuchung am Beispiel der deutschen Fußballbundesliga. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Sport Media Management

Modulcode: DLBSMSMM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Fernando Teixeira (Sportmedienmanagement) / Fernando Teixeira (Public Relations Management im Sport)

Kurse im Modul

- Sportmedienmanagement (DLBSMSMM01)
- Public Relations Management im Sport (DLBSMSMM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Sportmedienmanagement • Studienformat "Kombistudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten Public Relations Management im Sport • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Sportmedienmanagement

- Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext
- Adressaten des Sportmedienmanagements und deren situationsabhängige Erwartungshaltung
- Relevante Außenkommunikationsinstrumente einer sportlichen Institution
- Relevante Innenkommunikationsinstrumente einer sportlichen Institution
- Relevante Kommunikationskanäle eines Beraters

Public Relations Management im Sport

- Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements
- Customer Relations im Kontext der Public Relations
- Partner Relations im Kontext der Public Relations
- Investor Relations im Kontext der Public Relations
- Societal Relations als Leitmotiv

Qualifikationsziele des Moduls

Sportmedienmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die Adressaten des Sportmedienmanagements zu identifizieren, deren jeweilige Motivations- und Interessenlage zu bewerten und adäquate grundlegende Medienstrategien situationsabhängig zu entwickeln.
- unterschiedliche Kanäle in der Außenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Innenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Kommunikation eines mandatierten Beraters für seinen Kunden (in Form eines Profisportlers) zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.

Public Relations Management im Sport

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Public Relations im sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen und sowohl den Adressatenkreis als auch deren perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage zu erkennen.
- verschiedene Kundengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Partnergruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Investorengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- Societal Relations in ihren Grundzügen zu erläutern und die Rolle einer „gelebten“ Kultur einer sportwirtschaftlichen Institution zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Sportmedienmanagement

Kurscode: DLBSMSMM01

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden mit den Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext vertraut gemacht. Hierbei werden sowohl grundlegende Begrifflichkeiten definiert als auch Sportmedienmanagement als branchenspezifisches Medienmanagement etabliert. Im Anschluss werden mögliche Adressaten des Sportmedienmanagements (Sender und Empfänger) der Informationen vorgestellt sowie ihre perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage dargelegt. Darüber hinaus widmet sich der Kurs der Vorstellung relevanter Kanäle der Außen- und Innenkommunikation sportlicher Institutionen sowie der Kommunikationsoptionen von mandatierten Beratern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen des Medienmanagements in einem sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- die Adressaten des Sportmedienmanagements zu identifizieren, deren jeweilige Motivations- und Interessenlage zu bewerten und adäquate grundlegende Medienstrategien situationsabhängig zu entwickeln.
- unterschiedliche Kanäle in der Außenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Innenkommunikation einer sportlichen Institution zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.
- unterschiedliche Kanäle in der Kommunikation eines mandatierten Beraters für seinen Kunden (in Form eines Profisportlers) zu identifizieren und situationsabhängig einzusetzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen zum Medienmanagement im sportwirtschaftlichen Kontext
   - 1.1 Begriffsdefinition Medienmanagement
   - 1.2 Medienmanagement als Instrument im Marketingmix
   - 1.3 Sportmedienmanagement als branchenspezifisches Medienmanagement
   - 1.4 Anspruchsgruppen im Sportmedienmanagement
2. Relevante Kanäle der klassischen Kommunikation einer sportlichen Institution
   - 2.1 Live-Auftritt

2.2 Der Weg von der Pressemitteilung zu den Medienanstalten
2.3 Funk und Fernsehen
2.4 Printmedien

3. Bedeutung des New Media Management für eine sportliche Institution
3.1 Digitale Medien
3.2 Digitale Darstellungsformen
3.3 Digitale Touchpoints und Crossmedia

4. Mobile und Social Media im Hinblick auf sportliche Institutionen
4.1 Mobile Media
4.2 Social-Media-Kanäle
4.3 Aufbau von Brand und Branded Communities

5. Relevante Kommunikationskanäle eines mandatieren Beraters
5.1 Allgemeine Betreuungsfelder
5.2 Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit von Sportlern durch Berater
5.3 Die Privatsphäre von Sportlern im Hinblick auf das Medienmanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, T. (2014): Medienmanagement und öffentliche Kommunikation. Der Einsatz von Medien in Unternehmensführung und Marketing. Springer VS, Wiesbaden.
- Bölz, M. (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Daumann, F. (2014): Grundlagen der Sportökonomie. 2. Auflage, UVK, Konstanz/München.
- Gläser, M. (2014): Medienmanagement. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Kratochvil, J. (2011): Modernes Marketing für Sportvereine. Ein Praxishandbuch. Meyer & Meyer, Aachen.
- Sigler, C. (2010): Online-Medienmanagement. Grundlagen – Konzepte – Herausforderungen. Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Public Relations Management im Sport

Kurscode: DLBSMSMM02

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

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden mit den Grundlagen der Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements vertraut gemacht. Im Anschluss daran wird die Öffentlichkeit segmentiert und perspektivenindividuell Verbraucher, Partner und Investoren als mögliche Adressaten der Public Relations-Aktivitäten vorgestellt sowie relevante Instrumente von Public Relations situationsabhängig präsentiert.Abschließend werden die Grundlagen der Societal Relations auf den sportwirtschaftlichen Kontext übertragen und wesentliche Implikationen für die Implementierung einer „gelebten“ Kultur der jeweiligen sportwirtschaftlichen Institution geliefert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Public Relations im sportwirtschaftlichen Kontext zu verstehen und sowohl den Adressatenkreis als auch deren perspektivenindividuelle Motivations- und Interessenlage zu erkennen.
- verschiedene Kundengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Partnergruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- verschiedene Investorengruppen als Adressaten der Public Relations-Aktivitäten zu identifizieren und Strategien für deren jeweilige Ansprache zu entwickeln.
- Societal Relations in ihren Grundzügen zu erläutern und die Rolle einer „gelebten“ Kultur einer sportwirtschaftlichen Institution zu bewerten.

Kursinhalt

1. Public Relations als Teilsegment des Sportmedienmanagements
   - 1.1 Sportlicher Erfolg in Kombination mit kommunikativer Herausforderung
   - 1.2 Begriffsabgrenzungen
   - 1.3 Public Relations als Teil des strategischen Managements
2. Consumer und Societal Relations
   - 2.1 Consumer Relations
   - 2.2 Societal Relations

3. Sponsor- und Kooperationspartner Relations
   - 3.1 Kooperationspartner Relations
   - 3.2 Sponsor Relations

4. Themenbereiche der Sport-PR
   - 4.1 Der PR-Prozess
   - 4.2 Anwendungsansätze der Sport-PR

5. Praktische Anwendungen der Sport-PR
   - 5.1 PR für Sportvereine
   - 5.2 PR für Sportler
   - 5.3 PR für Sportverbände

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, T. (2014): Medienmanagement und öffentliche Kommunikation. Der Einsatz von Medien in Unternehmensführung und Marketing. Springer VS, Wiesbaden.
- Bölz, M. (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Grupe, S. (2011): Public Relations. Ein Wegweiser für die PR-Praxis. Springer, Heidelberg et al.
- Hoffjann, O. (2013): Vertrauen in Public Relations. Springer VS, Wiesbaden.
- Kratochvil, J. (2011): Modernes Marketing für Sportvereine. Ein Praxishandbuch. Meyer & Meyer, Aachen.
- McKee, K. B./Lamb, L. (2009): Applied Public Relations. Cases in Stakeholder Management. 2. Auflage, Routledge, New York/London.
- Oliver, S. (2010): Public Relations Strategy. 3. Auflage, Kogan Page, London/Philadelphia.
- Stoldt, G. C./Dittmore, S. W./Branvold, S. E. (2012): Sport Public Relations. Managing Stakeholder Communication. 2. Auflage, Human Kinetics, Champaign.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Fußballmanagement

Modulcode: DLBSMWFM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Oliver Kempfer (Fußballmarketing) / Prof. Dr. Dirk Gutzeit (Fußball Brand Management)

Kurse im Modul

- Fußballmarketing (DLBSMWFM01)
- Fußball Brand Management (DLBSMWFM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Fußballmarketing • Studienformat "Duales myStudium": Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten Fußball Brand Management • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation • Studienformat "Duales myStudium": Fachpräsentation

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Fußballmarketing

- Fußballmarkt
- Marketinginstrumente im Fußball
- Sponsoring im Fußball
- Digitalisierung im Fußball

Fußball Brand Management

- Besonderheiten der Markenführung im Sport
- Strategische Markenführung im Fußball
- Operative Markenführung im Fußball
- Wirkungsebene der Markenführung im Fußball
- Brands im Profifußball
- Markenführung mit Fußball

Qualifikationsziele des Moduls

Fußballmarketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden produktpolitischen Zusammenhänge im Fußball Business einzuordnen und in den Kontext zuvor vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu stellen.
- die grundlegenden preispolitischen Besonderheiten und Preisstrategien im Fußball zu erörtern.
- kommunikationspolitische Maßnahmen im Fußball zu verstehen und die Medienlandschaft in diesem Kontext näher kennen zu lernen.
- die vertriebspolitischen Ziele, Instrumente und Methoden im Fußball Business zu identifizieren und zu analysieren.
- Angebots- und Kaufentscheidungsprozesse auf Seite von Anbietenden und Nachfragenden im Fußball nachzuvollziehen.
- die Rolle der Fans im Fußball Marketing zu analysieren, Kundensegmentierungs- und Kundenbindungsmaßnahmen zu differenzieren.

Fußball Brand Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Markenführung und Markenphilosophie im Bereich des Fußballs richtig einzuordnen.
- die Markeninszenierung vor dem Hintergrund einer dynamischen Medienlandschaft zu bewerten.
- Markenwerte und Markenstärke im Profifußball kennen zu lernen und zu vertiefen.
- Vereine und Spieler:innen als Marken respektive Markenbotschafter:innen zu verstehen.
- die Testimonialvermarktung im Fußball und den Brand Fit zwischen Marke und Testimonial zu identifizieren und zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Fußballmarketing

Kurscode: DLBSMWFM01

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

Beschreibung des Kurses

Fußball mobilisiert Menschen und Unternehmen auf der ganzen Welt. Mit und durch den Fußball werden Milliardenbeträge umgesetzt. Der Kurs beschäftigt sich mit der Verortung des Fußballs im Kontext von Marketing und Sport. Es werden sowohl die Anbietenden als auch die Nachfragenden des Fußballmarktes identifiziert. Darüber hinaus werden aus Sicht der Verbände, Clubs, Spieler:innen und Sportausrüstenden die Instrumente des Marketings zur Vermarktung des Fußballs beschrieben. Aus einer anderen Perspektive wird die Instrumentalisierung des Fußballs am Beispiel von strategischen Partnerschaften und insbesondere des Sponsorings behandelt. Abschließend wird auf die Digitalisierung im Fußball und diesbezüglich auf neue Optionen in der Vermarktung eingegangen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden produktpolitischen Zusammenhänge im Fußball Business einzuordnen und in den Kontext zuvor vermittelter Inhalte und Themen aus dem Bereich des Sportmanagements zu stellen.
- die grundlegenden preispolitischen Besonderheiten und Preisstrategien im Fußball zu erörtern.
- kommunikationspolitische Maßnahmen im Fußball zu verstehen und die Medienlandschaft in diesem Kontext näher kennen zu lernen.
- die vertriebspolitischen Ziele, Instrumente und Methoden im Fußball Business zu identifizieren und zu analysieren.
- Angebots- und Kaufentscheidungsprozesse auf Seite von Anbietenden und Nachfragenden im Fußball nachzuvollziehen.
- die Rolle der Fans im Fußball Marketing zu analysieren, Kundensegmentierungs- und Kundenbindungsmaßnahmen zu differenzieren.

Kursinhalt

1. Begriffliche Einordnung
   - 1.1 Marketing und Sportmarketing
   - 1.2 Marketing und Profifußball
2. Fußballmarkt: Angebot

2.1 Fußball als Produkt
2.2 Verbände und Ligen
2.3 Teilhabe am Erfolg

3. Fußballmarkt: Nachfrage
3.1 Fans
3.2 Business-Kund:innen
3.3 Konsument:innen
3.4 Medien

4. Marketing im Fußball
4.1 Verbandsmarketing
4.2 Clubmarketing
4.3 Spielermarketing
4.4 Fußball als Absatzmarkt

5. Marketing mit Fußball
5.1 Strategische Partnerschaften
5.2 Eventmarketing
5.3 Sponsoring
5.4 Ambush-Marketing
5.5 Testimonials

6. Digitalisierung im Fußball
6.1 Fußball wird digitaler
6.2 Neue Optionen für Vermarktung und Erlebnis
6.3 Digitaler Fußball (E-Sport)

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ DFL Deutsche Fußball Liga (2021). Wirtschaftsreport 2021. https://media.dfl.de/sites/2/2021/03/D_DFL_Wirtschaftsreport_2021_M.pdf ▪ Freyer, W. (2018). Sport-Marketing. Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft (5. Auflage). Erich Schmidt Verlag. ▪ Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. & Eisenbeiß, M. (2019). Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele (13. Auflage). Springer Gabler. ▪ Nufer, G. (2018). Ambush Marketing im Sport. Grundlagen - Best Practice – Evaluation (2. Auflage). Erich Schmidt Verlag. ▪ Renz, M. (2020). Wettbewerb europäischer Profifußballligen. Ökonomisch-rechtliche Analyse der Wettbewerbskonzentration und Ligenstrukturen [Dissertation, Universität Bayreuth]. Springer Gabler.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Advanced Workbook, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
100 h	0 h	25 h	25 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Fußball Brand Management

Kurscode: DLBSMWFM02

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden die Besonderheiten der Markenführung im Sport beleuchtet und darauf aufbauend drei Ebenen der Markenführung im Profifußball näher betrachtet, die strategische, die operative sowie die Resultats- respektive die Wirkungsebene. Es geht darum, die wesentlichen Grundlagen des Markenmanagements im Kontext von Fußball-Clubs, Fußballspieler:innen, Fußballligen und Fußballevents zu veranschaulichen. Neben der Markenführung im Fußball werden über dies Partner und Sponsoren behandelt, die den Profifußball im Rahmen ihrer eigenen Markenführung instrumentalisieren und mitunter Fußballer:innen als Testimonials in ihrer Werbung einsetzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Markenführung und Markenphilosophie im Bereich des Fußballs richtig einzuordnen.
- die Markeninszenierung vor dem Hintergrund einer dynamischen Medienlandschaft zu bewerten.
- Markenwerte und Markenstärke im Profifußball kennen zu lernen und zu vertiefen.
- Vereine und Spieler:innen als Marken respektive Markenbotschafter:innen zu verstehen.
- die Testimonialvermarktung im Fußball und den Brand Fit zwischen Marke und Testimonial zu identifizieren und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen zum Markenmanagement
   - 1.1 Marke und Markenmanagement
   - 1.2 Die identitätsorientierte Markenführung
   - 1.3 Besonderheiten der Markenführung im Sport
2. Die Bedeutung von Marken im Fußball
   - 2.1 Fußballvereine als Marken
   - 2.2 Fußballer und Fußballerinnen als Marken
   - 2.3 Fußballevents und Brand Communities im Fußball
3. Markenführung im Fußball
   - 3.1 Die strategische Ebene der Markenführung

3.2 Die operative Ebene der Markenführung
3.3 Die Wirkungsebene der Markenführung

4. Markenführung mit Fußball
   4.1 Sponsoring und Sport-Branding
   4.2 Brand Marketing mit Fußball
   4.3 Fußballer und Fußballerinnen als Testimonials

5. Herausforderungen und Chancen im Fußball Brand Management
   5.1 Digitale Markenführung
   5.2 Internationalisierung von Fußballmarken
   5.3 Nachhaltige Markenführung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bühler, A. & Nufer, G. (2016). Markenmanagement mit Social Media – dargestellt am Beispiel deutscher Fußballmarken. In S. Regier, H. Schunk & T. Könecke (Hrsg.), Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06934-6_32
- Diegel, M. (2021). Markterweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Rückwirkungseffekte von Markentransfer- und Co-Branding-Strategien auf das Markenimage. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-33100-9
- Preuß, H., Huber, F., Schunk, H. & Könecke, T. (Hrsg.) (2014). Marken und Sport. Aktuelle Aspekte der Markenführung im Sport und mit Sport. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-3695-0
- Regier, S., Schunk, H. & Könecke, T. (Hrsg.) (2016). Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien. Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06934-6

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Online Tests
- ☑ Prüfungsleitfaden

E-Sport-Management

Modulcode: DLBSMWESM

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Thorsten Zippan (E-Sport-Events) / Thorsten Zippan (E-Sport-Marketing)

Kurse im Modul

- E-Sport-Events (DLBSMWESM01)
- E-Sport-Marketing (DLBSMWESM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	E-Sport-Events • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten E-Sport-Marketing • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

E-Sport-Events

- Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport
- Events im E-Sport
- Planung von E-Sport-Events
- Vermarktung von E-Sport-Events
- Herausforderungen bei der Durchführung von E-Sport-Events

E-Sport-Marketing

- Die Grundlagen des E-Sport Marketings
- Potenziale des E-Sports aus Sicht von Unternehmen und Sportvereinen
- Markenführung im E-Sport und mit E-Sport
- E-Sport Marketing Strategien
- Zielgruppenorientiertes Sponsoring im E-Sport
- Die Zukunft des E-Sport Marketing

Qualifikationsziele des Moduls

E-Sport-Events

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklungen der E-Sport Events international einschätzen zu können.
- die Akteur:innen und ihre Ziele im E-Sport zu identifizieren und abzugrenzen.
- virtuelle und analoge Events sowie internationale Meisterschaften im E-Sport zu kennen.
- die unterschiedlichen Gaming-Kategorien im E-Sport zu differenzieren.
- die Entwicklung der Preisgelder und Zahlungsflüsse zu analysieren.
- E-Sport Events mit klassischen Sportevents zu vergleichen sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu diskutieren.

E-Sport-Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den E-Sport Markt international zu verstehen und Trends zu erkennen.
- zwischen klassischem Marketing, Sportmarketing und E-Sport Marketing zu differenzieren.
- Marketing auf Livestreamplattformen wie Twitch zu bewerten.
- Markenführung im E-Sport und Markenführung mit E-Sport zu erkennen und adäquat abzugrenzen.
- den Brand Fit im E-Sport zu analysieren und auch im Kontext des Influencer-Marketings zu diskutieren.
- die Möglichkeiten des zielgruppenorientierten Sponsorings im E-Sport, auch in Bezug auf die Internationalisierung, zu erörtern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule
Baut auf Modulen aus dem Bereich Sport & Fitness auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

E-Sport-Events

Kurscode: DLBSMWESM01

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

Beschreibung des Kurses

Events spielen im E-Sport eine herausragende Rolle. In diesem Kurs werden die Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport ausgearbeitet und zum klassischen Eventmanagement in Beziehung gesetzt. Um das System der E-Sport Events zu verstehen, werden die wesentlichen Eventarten auf nationaler und internationaler Bühne näher betrachtet. Weiterhin gilt es die verschiedenen Locations kennenzulernen und zu bewerten. Das Kernthema ist die Planung von E-Sport Events mit allen Facetten. Darüber hinaus werden die möglichen Vermarktungsstrategien und Kommunikationskanäle erläutert. Zum Abschluss gilt es, die einzelnen Herausforderungen zu beschreiben und Lösungsstrategien zu beherrschen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklungen der E-Sport Events international einschätzen zu können.
- die Akteur:innen und ihre Ziele im E-Sport zu identifizieren und abzugrenzen.
- virtuelle und analoge Events sowie internationale Meisterschaften im E-Sport zu kennen.
- die unterschiedlichen Gaming-Kategorien im E-Sport zu differenzieren.
- die Entwicklung der Preisgelder und Zahlungsflüsse zu analysieren.
- E-Sport Events mit klassischen Sportevents zu vergleichen sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu diskutieren.

Kursinhalt

1. Besonderheiten des Eventmanagements im E-Sport
   - 1.1 E-Sport-Events
   - 1.2 Abgrenzung zum klassischen Eventmanagement
2. Events im E-Sport
   - 2.1 Vergleich von klassischem Sport und E-Sport
   - 2.2 Betrachtung nationaler Events
   - 2.3 Analyse der globalen Big Events
   - 2.4 Locations für E-Sport-Turniere
   - 2.5 Arten von Events
3. Planung von E-Sport-Events

3.1 Eventkonzeption
3.2 Event-Projektmanagement
3.3 Eventfinanzierung

4. Vermarktung von E-Sport-Events
4.1 Besonderheiten beim Teammanagement
4.2 Kommunikation mit der E-Sport-Community
4.3 Media-Management bei E-Sport-Events

5. Herausforderungen bei der Durchführung von E-Sport-Events
5.1 Cheating durch Soft- und Hardware
5.2 Onlineplattformen finden und analysieren
5.3 Gaming-Peripherie

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Diegel, M. (2021). Markenerweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Springer Gabler.
- Hoffmann, A. (2020). Das Phänomen E-Sport. Meyer und Meyer Verlag.
- Görlich, D. & Breuer, M. (2020). eSport: Status Quo und Entwicklungspotenziale. Springer Gabler.
- Ströh, J. H. (2017). The eSports Market and eSports Sponsoring. Tectum Verlag.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
	☑ Folien	

E-Sport-Marketing

Kurscode: DLBSMWESM02

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

Beschreibung des Kurses

Das E-Sport Marketing ist eine junge Teildisziplin des Marketings bzw. des Sportmanagements. Die Digitalisierung im Sport schreitet voran. Dies betrifft nicht ausschließlich den analogen Sport und die damit verbundenen Veränderungen, sondern vielmehr auch die Veränderung des Sportverständnisses. Diese Veränderung führt zum erweiterten Sportbegriff, dem E-Sport. Aufgrund dieser Entwicklungen sind spezielle Themen des E-Sport Marketing entstanden. Zunächst gilt es zu klären, was genau E-Sport Marketing ist und inwieweit es sich vom klassischen Sportmarketing abgrenzt. Weiterhin gilt es zu analysieren, welche Potentiale im E-Sport Marketing für die einzelnen Stakeholder stecken und wie diese in der Praxis umgesetzt werden. Das Thema der Markenführung spielt im E-Sport Marketing eine zentrale Rolle. Zur Zielerreichung können verschiedene E-Sport Marketingstrategien angewendet werden und auf die Zielgruppen und die Plattformen angepasst werden. Durch eine klare Abgrenzung der Zielgruppen können zudem gezielte Sponsoringmaßnahmen initiiert werden. Der E-Sport Markt ist ein sehr dynamischer Markt, weshalb es sehr wichtig ist, auch die zukünftigen Entwicklungen zu betrachten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den E-Sport Markt international zu verstehen und Trends zu erkennen.
- zwischen klassischem Marketing, Sportmarketing und E-Sport Marketing zu differenzieren.
- Marketing auf Livestreamplattformen wie Twitch zu bewerten.
- Markenführung im E-Sport und Markenführung mit E-Sport zu erkennen und adäquat abzugrenzen.
- den Brand Fit im E-Sport zu analysieren und auch im Kontext des Influencer-Marketings zu diskutieren.
- die Möglichkeiten des zielgruppenorientierten Sponsorings im E-Sport, auch in Bezug auf die Internationalisierung, zu erörtern.

Kursinhalt

1. Die Grundlagen des E-Sport Marketings
   - 1.1 E-Sport als Produkt
   - 1.2 Begriffsbestimmung des E-Sport Marketing
   - 1.3 Abgrenzung zum klassischen Sportmarketing
2. Potenziale des E-Sports aus Sicht von Unternehmen und Sportvereinen

2.1 Analyse des Marktes und der Potenziale
2.2 Das Unternehmen im E-Sport
2.3 Der Sportverein im E-Sport

3. Markenführung im E-Sport und mit E-Sport
3.1 Markenführung im E-Sport
3.2 Markenführung mit E-Sport

4. E-Sport Marketing Strategien
4.1 Zielgruppen des E-Sport Marketings
4.2 Plattformen des E-Sport Marketings
4.3 Inhalte des E-Sport Marketings
4.4 Strategien des E-Sport Marketings

5. Zielgruppenorientiertes Sponsoring im E-Sport
5.1 Zielgruppe des Sponsorings im E-Sport
5.2 Vorteile von Sponsoring im E-Sport Markt
5.3 Herausforderungen für das Sponsoring im E-Sport Markt
5.4 Vergleich des E-Sport Sponsorings mit klassischen Sponsoringmaßnahmen im Sport

6. Die Zukunft des E-Sport Marketing
6.1 Entwicklungspotentiale im professionellen Sport
6.2 Breitensport und E-Sport Marketing
6.3 Aktuelle Themen des E-Sport Marketings

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Diegel, M. (2021). Markenerweiterungsstrategien professioneller Sportvereine im eSport. Springer Gabler.
- Hoffmann, A. (2020). Das Phänomen E-Sport. Meyer und Meyer Verlag.
- Görlich, D. & Breuer, M. (2020). eSport: Status Quo und Entwicklungspotenziale. Springer Gabler.
- Ströh, J. H. (2017). The eSports Market and eSports Sponsoring. Tectum Verlag.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	**Kursart**
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Skript
- ☑ Video
- ☑ Audio

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Musterklausur
- ☑ Online Tests

Mastering Prompts

Modulcode: DLBWMP

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Kristina Schaaff (Artificial Intelligence) / Prof. Dr. Christian Kroll (Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken)

Kurse im Modul

- Artificial Intelligence (DLBDSEAIS01_D)
- Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken (DLBPKIEKPT01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Artificial Intelligence • Studienformat "Duales myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "myStudium": Klausur, 90 Minuten • Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken • Studienformat "myStudium": Projektpräsentation • Studienformat "Kombistudium": Projektpräsentation • Studienformat "Fernstudium": Projektpräsentation • Studienformat "Duales myStudium": Projektpräsentation
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Artificial Intelligence

- Geschichte der KI
- Moderne KI-Systeme
- Bestärkendes Lernen
- Verarbeitung natürlicher Sprache
- Computer Vision

Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken

In diesem Modul tauchen die Studierenden in die Welt der generativen KI-Anwendungen ein, indem sie KI-generierte Inhalte wie Texte, Bilder und Videos erstellen, während sie lernen, diese Systeme in ihren jeweiligen Studienfeldern zu nutzen, zu analysieren und zu bewerten.

Qualifikationsziele des Moduls

Artificial Intelligence

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.

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 präsentiere
- Speziell im dualen Fernstudium: das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme anzuwenden und durch praktische Erfahrungen im Unternehmen zu erweitern.
- Speziell im dualen Fernstudium: instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Data Science & Artificial Intelligence auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Artificial Intelligence

Kurscode: DLBDSEAIS01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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

- Brett, J. M., Friedman, R., & Behfar, K. (2009). How to manage your negotiating team. Harvard Business Review, 87(9), 105–109.
- Buchanan, B. G. (2005). A (very) brief history of artificial intelligence. AI Magazine, 26(4), 53–60.
- Cole, E., Krutz, R. L., & Conley, J. (2009). Network security bible. John Wiley & Sons.
- Kurose, J., & Ross, K. (2016). Computer networking: A top-down approach. Pearson Education.
- Mikolov, T., Chen, K., Corrado, G., & Dean, J. (2013). Efficient estimation of word representations in vector space. ArXiv.
- Russell, S. & Norvig, P. (2023). Künstliche Intelligenz. (4.Auflage). Pearson Deutschland.
- Stevens, F. (2014). TCP/IP illustrated (2. Aufl., Vol. 1—The protocols). Pearson.
- Tanenbaum, A., & Wetherall, D. (2013). Computer networks. Pearson Education.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Theoriekurs

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Musterklausur
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Online Tests
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Projekt: KI-Exzellenz mit kreativen Prompt-Techniken

Kurscode: DLBPKIEKPT01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	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. Speziell im dualen Fernstudium: Im dualen Fernstudium ist der Theorie-Praxis-Transfer anhand eines realen Projekts, das im Praxisbetrieb umgesetzt werden soll, zu leisten. Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung ihres Praxisbetriebs unter Betreuung einer:s Lehrenden. Eine Betreuung seitens Praxispartner kann auf Wunsch erfolgen.

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 präsentiere
- Speziell im dualen Fernstudium: das im Studium bisher erworbene Wissen auf praktische Probleme anzuwenden und durch praktische Erfahrungen im Unternehmen zu erweitern.
- Speziell im dualen Fernstudium: instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu machen

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-though prompting elicit reasoning in large language models. arXiv. https://arxiv.org/pdf/2201.11903.pdf

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
0 h	0 h	30 h	0 h	120 h	150 h

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung
- ☑ Course Feed
- ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint
- ☑ Recorded Live Sessions

Lernmaterial
- ☑ Folien

Prüfungsvorbereitung
- ☑ Prüfungsleitfaden

Karriere-Entwicklung

Modulcode: DLBKAENT

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum		BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Heike Schiebeck (Persönlicher Karriereplan) / Prof. Dr. Heike Schiebeck (Persönlicher Elevator Pitch)

Kurse im Modul

- Persönlicher Karriereplan (DLBKAENT01)
- Persönlicher Elevator Pitch (DLBKAENT02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Persönlicher Karriereplan • Studienformat "Fernstudium": Advanced Workbook (100%) • Studienformat "myStudium": Advanced Workbook • Studienformat "Duales myStudium": Advanced Workbook Persönlicher Elevator Pitch • Studienformat "Fernstudium": Konzeptpräsentation (100%) • Studienformat "Duales myStudium": Konzeptpräsentation (100) • Studienformat "myStudium": Konzeptpräsentation

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Persönlicher Karriereplan

- Karrieretheorien und -modelle
- Berufliche Entwicklung
- Auswahl möglicher Karrieren
- Personal Branding
- Karrierestrategie
- Globale Karrieren
- Stellensuche

Persönlicher Elevator Pitch

Durch die Anwendung von Selbstreflexion, Selbstwahrnehmung auf der Basis relevanter beruflicher Erfolgsparameter sollen die Studierenden Karriereziele, Karriereschritte und ihre Karrierestrategie entwickeln. Unter Berücksichtigung ihrer aktuellen beruflichen und/oder Studiensituation werden die zentralen Elemente einer kurz- und mittelfristigen Karriereplanung von den Studierenden für ihre individuelle Situation erarbeitet. Am Ende des Kurses sind die Studierenden in der Lage, ihren persönlichen Elevator Pitch zu präsentieren und zielgruppen- bzw. publikumsgerecht zu kommunizieren. Auf diese Weise reflektieren sie ihre aktuelle berufliche Situation. Der persönliche Elevator Pitch ist das Herzstück des Personal Branding und unterstützt die Vermittlung dieser Vision bei persönlichen Netzwerkaktivitäten.

Qualifikationsziele des Moduls

Persönlicher Karriereplan

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- dargestellte Karrieretheorien und -modelle im Hinblick auf ihre persönliche Situation zu verstehen, anzuwenden und zu reflektieren, um zu einem Konzept bzw. Bild einer gewünschten Karriere zu gelangen.
- das Konzept der Karriere- und Laufbahnplanung zu verstehen und kritisch zu reflektieren.
- die Bedeutung einer strategisch orientierten Karriereplanung zu verstehen.
- die Bedeutung einer persönlichen Standortbestimmung zu verstehen und durchzuführen, um die eigene Persönlichkeit und Motivation herauszuarbeiten und die eigenen Werte, Stärken, Kompetenzen, Fähigkeiten und Interessen zu ermitteln.
- die Notwendigkeit des Aufbaus und der Pflege der eigenen persönlichen Marke zu verstehen.
- die unterschiedlichen Prozesse der Stellensuche in nationalen/internationalen Kontexten zu verstehen und dementsprechend kontextabhängige Bewerbungen zu erstellen.
- die Prinzipien globaler Karrieren zu verstehen und zu wissen, wie sie im internationalen Umfeld agieren können.

Persönlicher Elevator Pitch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihre Karriereziele, Karriereschritte und den persönlichen Status Quo auf Basis ihrer bisherigen Leistungen zu ermitteln.
- ihre aktuelle Situation zu reflektieren und zu definieren, wohin sie sich entwickeln wollen und welchen Karriereschritt sie anstreben.
- eine Karrierestrategie zu entwickeln, indem sie persönliche Karriereziele und einen kohärenten Aktionsplan erstellen.
- den Prozess des Aufbaus einer persönlichen Marke zu verstehen und anzuwenden.
- ihre Identität, ihre Fähigkeiten, ihre Profession, die Gründe für ihre Überzeugung und die notwendigen "Investitionen" zur Erreichung der Karriereschritte zu definieren.
- ihre persönlichen Stärken und ihren wichtigsten Antrieb zu identifizieren.
- die Macht der effektiven Kommunikation, des Netzwerkens und des Storytellings zu verstehen.
- die Prinzipien und den Prozess der Gestaltung eines starken persönlichen Elevator Pitchs zu verstehen und anzuwenden.
- ihren persönlichen Elevator Pitch kritisch zu reflektieren und an die Besonderheiten des Kontexts, des Publikums, der Zielgruppe und der Art der Präsentation anzupassen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Baut auf Modulen aus dem Bereich Human Resources auf	Alle Bachelor-Programme im Bereich Human Resources

Persönlicher Karriereplan

Kurscode: DLBKAENT01

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

Beschreibung des Kurses

In der heutigen komplexen und sich ständig wandelnden Umwelt variieren die Formen von Karrieren je nach Kontext, Werteverständnis und Marktdynamik. Die "klassische Karriereleiter", die man erklimmt und die die einzige vorherrschende Form der Karriere war, ist längst überholt, und der:die Einzelne wird mit einer Vielzahl von Möglichkeiten in Bezug auf die Branche oder die Arbeitsplatzwahl und die Arbeitsgestaltung konfrontiert. Es ist wichtiger denn je, die große Vielfalt an beruflichen Optionen zu berücksichtigen, insbesondere für gut ausgebildete Personen, um fundierte Entscheidungen zu treffen. Dieser Kurs soll die Studierenden dabei unterstützen, sich durch diese Komplexität ihrer persönlichen Karriereplanung zu manövrieren, wobei Selbsterkenntnis, Selbstreflexion und Zielsetzung wichtige Elemente dieses Prozesses sind. Geleitet von zentralen Elementen der Karrieretheorie, Karrieremodellen und Forschungsergebnissen werden den Studierenden Instrumente und Reflexionsübungen an die Hand gegeben, um zu einer soliden, direkt anwendbaren Strategie zu gelanden, mit der sie ihre beruflichen Fortschritte und Karriereschritte weiter vorantreiben können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- dargestellte Karrieretheorien und -modelle im Hinblick auf ihre persönliche Situation zu verstehen, anzuwenden und zu reflektieren, um zu einem Konzept bzw. Bild einer gewünschten Karriere zu gelangen.
- das Konzept der Karriere- und Laufbahnplanung zu verstehen und kritisch zu reflektieren.
- die Bedeutung einer strategisch orientierten Karriereplanung zu verstehen.
- die Bedeutung einer persönlichen Standortbestimmung zu verstehen und durchzuführen, um die eigene Persönlichkeit und Motivation herauszuarbeiten und die eigenen Werte, Stärken, Kompetenzen, Fähigkeiten und Interessen zu ermitteln.
- die Notwendigkeit des Aufbaus und der Pflege der eigenen persönlichen Marke zu verstehen.
- die unterschiedlichen Prozesse der Stellensuche in nationalen/internationalen Kontexten zu verstehen und dementsprechend kontextabhängige Bewerbungen zu erstellen.
- die Prinzipien globaler Karrieren zu verstehen und zu wissen, wie sie im internationalen Umfeld agieren können.

Kursinhalt

1. Karrieretheorien und -ansätze
    1.1 Definition und Einordnung von Karriere

- 1.2 Traditionelle Karriertheorien und -modelle
- 1.3 Neue Karrieremodelle und -theorien
- 1.4 Karrierelernzyklus

2. Karriereentwicklung
   - 2.1 Karrieremotive
   - 2.2 Karriererollen
   - 2.3 Karriereleistung

3. Karriereplanung
   - 3.1 Grundlagen der Karriereplanung
   - 3.2 Prozess der Karriereplanung
   - 3.3 Unwägbarkeiten der Karriereplanung

4. Individuelle Beschreibung
   - 4.1 Persönlichkeit
   - 4.2 Werte
   - 4.3 Kompetenzen, Fähigkeiten, Stärken und Interessensfelder

5. Karrieremöglichkeiten
   - 5.1 Mögliche Karrierepfade
   - 5.2 Karriereformen
   - 5.3 Beschäftigungsfähigkeit
   - 5.4 Berufliche Identität

6. Entwicklung einer Karrierestrategie und Management der Karriere
   - 6.1 Karrierekapital
   - 6.2 Karriereziele
   - 6.3 Karriereerfolg
   - 6.4 Selbstreflexion
   - 6.5 Personal Branding

7. Globale Karrieren
   - 7.1 Globale Karriereformen
   - 7.2 Individuelle Eigenschaften globaler Führungskräfte
   - 7.3 Rolle der Interkulturalität
   - 7.4 Diversität und Inklusion

8. Arbeitssuche in Deutschland und im Ausland

8.1 Datenbanken für die Arbeitssuche
8.2 Netzwerke und Plattformen
8.3 Gestaltung von Lebenslauf und Anschreiben
8.4 Schriftliche Bewerbung und Video-Bewerbung
8.5 Auswahlverfahren

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Butto Zarzar, C., & Klein, W. K. (2020). Beruflich vorankommen mit dem 5-Punkte-Plan. Haufe Taschenguide.
- Ibarra, H. (2004). Working Identity: Unconventional Strategies for Reinventing Your Career. Harvard Business School Press.
- Kauffeld, S., & Spurk, D. (2018). Handbuch Karriere und Laufbahnmanagement. Springer.
- Ng, T. W. H., Eby, L. T., Sorensen, K. L., & Feldman, D. C. (2005). Predictors of objective and subjective career success: A meta-analysis. Personnel psychology, 58(2), 367-408.
- Ng, T. W. H., & Feldman, D. C. (2014). Subjective career success: A meta-analytic review. Journal of Vocational Behavior, 85(2), 169-179.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
	☑ Audio	
☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Theoriekurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Ja
Prüfungsleistung	Advanced Workbook

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

Lehrmethoden

Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
☑ Course Feed	☑ Skript	☑ Online Tests
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint	☑ Video	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Recorded Live Sessions	☑ Audio	
	☑ Folien	

Persönlicher Elevator Pitch

Kurscode: DLBKAENT02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	DLBKAENT01

Beschreibung des Kurses

Die Karriereformen variieren je nach Kontext oder persönlichen Vorlieben in der sich ständig verändernden, anspruchsvollen und komplexen Umwelt von heute. Veränderungen im Umfeld, wie z.B. im Bereich der Technologie, Nachhaltigkeit oder dem Aufkommen künstlicher Intelligenz, zwingen den:die Einzelne:n dazu, berufliche Übergange selbst in die Hand zu nehmen. Persönliche Bemühungen, die eigene Karriere weiterzuentwickeln, etwa durch die Akquisition neuer Projekte, Jobs oder Arbeitgeber:innen, erfordern die richtigen Strategien, um erfolgreich zu sein. Kontakte durch gezieltes Netzwerken aufzubauen und zu pflegen sowie die Entwicklung der eigenen Marke spielen dabei eine besondere Rolle. Gerade für Berufseinsteiger:innen nach abgeschlossener Ausbildung/Studium ist effektives Netzwerken der Schlüssel für den Berufseinstieg und die Karriereentwicklung in diesen turbulenten Zeiten. Darüber hinaus ist Personal Branding ein Konzept, das nicht nur in der Forschung an Relevanz gewonnen hat, sondern auch in der Karriereberatung breite Anwendung findet. Die Entwicklung und Vermittlung einer persönlichen Marke ist ein zentrales Thema dieses Kurses. Durch den Einsatz des Personal Branding-Ansatzes bei Netzwerk-Aktivitäten kann der:die Einzelne zu seinem:ihrem beruflichen Erfolg beitragen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihre Karriereziele, Karriereschritte und den persönlichen Status Quo auf Basis ihrer bisherigen Leistungen zu ermitteln.
- ihre aktuelle Situation zu reflektieren und zu definieren, wohin sie sich entwickeln wollen und welchen Karriereschritt sie anstreben.
- eine Karrierestrategie zu entwickeln, indem sie persönliche Karriereziele und einen kohärenten Aktionsplan erstellen.
- den Prozess des Aufbaus einer persönlichen Marke zu verstehen und anzuwenden.
- ihre Identität, ihre Fähigkeiten, ihre Profession, die Gründe für ihre Überzeugung und die notwendigen "Investitionen" zur Erreichung der Karriereschritte zu definieren.
- ihre persönlichen Stärken und ihren wichtigsten Antrieb zu identifizieren.
- die Macht der effektiven Kommunikation, des Netzwerkens und des Storytellings zu verstehen.
- die Prinzipien und den Prozess der Gestaltung eines starken persönlichen Elevator Pitchs zu verstehen und anzuwenden.
- ihren persönlichen Elevator Pitch kritisch zu reflektieren und an die Besonderheiten des Kontexts, des Publikums, der Zielgruppe und der Art der Präsentation anzupassen.

Kursinhalt

- Das Kernelement dieses Kurses ist ein persönlicher Elevator Pitch mithilfe eines Personal Branding-Canvas. Die Entwicklung einer persönlichen Marke ist nicht nur für Freiberufler:innen oder Unternehmer:innen relevant, sondern auch für Personen, die ihre eigene Weiterentwicklung auf der Karriereleiter innerhalb ihrer Organisation anstreben, oder für diejenigen, die einen Arbeitsplatz suchen. Nachdem die Teilnehmer:innen die Merkmale und Hintergründe des Personal Branding und den zugrundeliegenden Prozess verstanden haben, werden sie in der Lage sein, diesen Prozess auf ihre eigene Person und Situation anzuwenden.
- Selbstwahrnehmung ist die wichtigste "Zutat" für den Aufbau einer wirksamen persönlichen Marke ist, werden die Teilnehmer:innen dazu ermutigt, sich auf eine intensive Reise der Selbstreflexion zu begeben, um ihr Verständnis für ihre Identität, ihre Fähigkeiten, ihren Beruf und ihre Gründe für eine persönliche Marke zu vertiefen und in der Folge einen persönlichen Elevator Pitch zu entwickeln.
- Der Elevator Pitch ist das Herzstück und die Essenz des Personal Branding und ermöglicht es dem:der Einzelnen, sich wichtigen Personen und potenziellen Arbeitgeber:innen kurz und prägnant zu präsentieren. Nachdem die Studierenden die Prinzipien und Erfolgsfaktoren eines Elevator Pitch verstanden haben, können sie ihren eigenen Elevator Pitch entwickeln. Sie werden lernen, Aspekte wie Timing, Nutzen, klare Positionierung und das Zielpublikum durch eine mündliche Form der Präsentation entsprechend zu berücksichtigen. Darüber hinaus wird die Rolle von Kommunikations-, Netzwerk- und Storytelling-Prinzipien hervorgehoben.
- Kenntnis der Kernelemente und Erfolgsfaktoren des persönlichen Elevator Pitch im Rahmen der individuellen Karriereentwicklung.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Dowling, D. (2009). How to Perfect an Elevator Pitch About Yourself. Harvard Business Review. https://hbr.org/2009/05/how-to-perfect-an-elevator-pit.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). Personal branding: Interdisciplinary systematic review and research agenda. Frontiers in psychology, 2238.
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get noticed to get ahead: The impact of personal branding on career success. Frontiers in psychology, 2662.
- Spall, C., & Schmidt, H. J. (2019). Personal Branding. Was Menschen zu starken Marken macht. Springer Gabler.
- Woodside, A. G. (2010). Brand consumer storytelling theory and research: Introduction to a Psychology & Marketing special issue. Psychology & Marketing, 27(6), 531-540.
- Zayats, M. (2020). Digital Personal Branding. Über den Mut, sichtbar zu sein. Ein Guide für Menschen und Unternehmen. Springer Gabler.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Konzeptpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Konzeptpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden
☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint		
☑ Recorded Live Sessions		

Studienformat myStudium

Studienform	**Kursart**
myStudium	Projekt

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Konzeptpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	**Lernmaterial**	**Prüfungsvorbereitung**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Folien	☑ Prüfungsleitfaden

AWS Cloud Specialization

Module Code: DLBAWSCLSP

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	BA	10	300 h

Semester / Term	Duration	Regularly offered in	Language of Instruction and Examination
see curriculum	Minimum 1 semester	WiSe/SoSe	English

Module Coordinator

Georgi Dimchev (Project: AWS - Cloud Essentials) / Prof. Dr. Tianxiang Lu (Project: AWS - Cloud Advanced)

Contributing Courses to Module

- Project: AWS - Cloud Essentials (DLBPAWSCLES01)
- Project: AWS - Cloud Advanced (DLBPAWSCLAD01)

Module Exam Type

Module Exam	Split Exam
	Project: AWS - Cloud Essentials • Study Format "myStudies": Written Assessment: Project Report • Study Format "Duales myStudium": Written Assessment: Project Report • Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report Project: AWS - Cloud Advanced • Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report • Study Format "Duales myStudium": Written Assessment: Project Report • Study Format "myStudies": Written Assessment: Project Report

Weight of Module
see curriculum

Module Contents

Project: AWS - Cloud Essentials

Students will learn the foundational concepts and services of Amazon Web Services (AWS), covering its core infrastructure services including computing, storage, and networking through practical experience. Emphasis is placed on practical skills for deploying Infrastructure as a Service (IaaS), Platform as a Service (PaaS), and Software as a Service (SaaS) solutions.

Project: AWS - Cloud Advanced

This course offers advanced understanding of AWS, with a particular emphasis on specialized areas such as Solutions Architecture, Compliance & Security, and AI & Machine Learning. Students will acquire hands-on expertise in these areas, with the goal of enabling them to deploy laaS, Paas, or SaaS workloads using AWS, effectively tackle real-life interdisciplinary challenges, and confidently handle service configurations within the AWS cloud console.

Learning Outcomes

Project: AWS - Cloud Essentials

On successful completion, students will be able to

- understand the core services of AWS including compute, network, databases, and storage, deployment models (on-premises, hybrid, and vpc).
- explain the shared responsibility model, describe the basic global infrastructure and core security services.
- describe the AWS Well-Architected Framework and the basics of AWS Cloud Migration.
- get familiar with the terminology and concepts related to AWS Services, the AWS Management Console, AWS security measures, IAM and AWS networking services.
- apply and manage core service settings within the AWS cloud console effectively.
- assess data storage services in AWS to meet various application needs.
- plan and implement a scenario-based serverless service for small or medium-sized companies.
- configure basic network security using Amazon CloudWatch monitoring features for simple use cases in AWS, ensuring secure cloud operations.
- critically examine the core billing, account management, and pricing models and explain how to use pricing tools to make cost-effective choices for AWS services.

Project: AWS - Cloud Advanced

On successful completion, students will be able to

- understand and articulate the core services provided by AWS within chosen specialization tracks, including Solutions Architect, Compliance & Security, and AI & Machine Learning.
- critically examine the pros and cons of developing and deploying real-world scenarios using AWS IaaS, PaaS, vs. SaaS and public, private or hybrid deployment demonstrating a clear grasp of the necessary service and deployment intricacies.
- manage and configure profound service settings within the AWS cloud console, showing depth in technical proficiency and operational capabilities.
- critically assess, test and monitor the effect of different AWS deployment features, addressing interdisciplinary challenges through the appropriate use of AWS cloud services in realistic use cases.
- assess and critically reflect on AWS-based solutions, considering industry compliance and security requirements, ensuring a robust understanding of the legal and regulatory framework.
- apply and implement machine learning and artificial intelligence concepts using AWS to solve real-world problems, demonstrating innovative thinking and practical application of theoretical knowledge.

Links to other Modules within the Study Program	**Links to other Study Programs of the University**
This module is similar to other modules in the field of Computer Science & Software Development	All Bachelor Programs in the IT & Technology field

Project: AWS - Cloud Essentials

Course Code: DLBPAWSCLES01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
BA	English		5	none

Course Description

Amazon Web Services (AWS) is a comprehensive cloud computing platform provided by Amazon that offers scalable computing power, storage, and various other functionalities to help businesses and individuals deploy applications and manage data efficiently. It reduces the need for physical hardware, thus lowering costs and increasing flexibility by allowing users to access services and resources on-demand from anywhere in the world. This service is highly relevant for daily life and business as it supports a wide range of applications and services, from hosting websites to supporting IoT devices and big data analytics, ultimately facilitating innovation, scalability, and global operations.This course prepares students for the AWS Cloud Practitioner Certificate, providing a foundational understanding of AWS core services. Students will learn to articulate the benefits and use cases of AWS IaaS, PaaS, and SaaS, and grasp the basics of public, private, and hybrid cloud deployments. The course emphasizes practical skills in managing and configuring AWS services, ensuring students can effectively navigate the AWS cloud console. It lays the groundwork for critical assessments of AWS deployment features, addressing compliance and security requirements, and preparing students for more advanced AWS certifications and applications

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand the core services of AWS including compute, network, databases, and storage, deployment models (on-premises, hybrid, and vpc).
- explain the shared responsibility model, describe the basic global infrastructure and core security services.
- describe the AWS Well-Architected Framework and the basics of AWS Cloud Migration.
- get familiar with the terminology and concepts related to AWS Services, the AWS Management Console, AWS security measures, IAM and AWS networking services.
- apply and manage core service settings within the AWS cloud console effectively.
- assess data storage services in AWS to meet various application needs.
- plan and implement a scenario-based serverless service for small or medium-sized companies.
- configure basic network security using Amazon CloudWatch monitoring features for simple use cases in AWS, ensuring secure cloud operations.
- critically examine the core billing, account management, and pricing models and explain how to use pricing tools to make cost-effective choices for AWS services.

Contents

- This course offers a comprehensive exploration of Amazon Web Services (AWS), focusing on its core services such as computing, networking, databases, and storage solutions. Students will delve into the AWS shared responsibility model, understand the global infrastructure, and learn about the integral security services provided. This also covers the AWS Well-Architected Framework and an introduction of the fundamentals for cloud migration strategies. Through hands-on exercises, students will gain proficiency in managing AWS environments using the AWS Management Console and implement security measures via AWS Identity and Access Management (IAM) and network services. Additionally, the course emphasizes the importance of cost management, enabling students to critically analyze AWS pricing models to make informed financial decisions for cloud-based solutions.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). AWS Cloud Practitioner Essentials (7 hours).
- AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). AWS Cloud Quest: Cloud Practitioner.
- AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). AWS Technical Essentials (4 hours).
- AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). Serverless – Knowledge Badge Readiness Path (13 hours).
- AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). Standard Exam Prep Plan: AWS Certified Cloud Practitioner (CLF-C02) (18 hours).

Study Format myStudies

Study Format	Course Type
myStudies	Project

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Slides	☑ Guideline

Study Format Duales myStudium

Study Format	Course Type
Duales myStudium	Project

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Slides	☑ Guideline

Study Format Distance Learning

Study Format	Course Type
Distance Learning	Project

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Slides	☑ Guideline

Project: AWS - Cloud Advanced

Course Code: DLBPAWSCLAD01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
BA	English		5	none

Course Description

AWS (Amazon Web Services) is a comprehensive cloud computing platform provided by Amazon that offers scalable computing power, storage, and various other functionalities to help businesses and individuals deploy applications and manage data efficiently. It reduces the need for physical hardware, thus lowering costs and increasing flexibility by allowing users to access services and resources on-demand from anywhere in the world. This service is highly relevant for daily life and business as it supports a wide range of applications and services, from hosting websites to supporting IoT devices, big data analytics and machine learning, ultimately facilitating innovation, scalability, and global operations. The course prepares students for the AWS Cloud Solution Architect Professional Certificate. It dives deeper into AWS core services, focusing on sophisticated deployment and management techniques. Students will critically examine and apply real-world scenarios using AWS IaaS, PaaS, and SaaS, and navigate complex deployment models. They will gain technical proficiency in managing advanced service settings within the AWS cloud console and address interdisciplinary challenges through hands-on practice. Additionally, the course covers assessing AWS solutions for compliance and security, ensuring robust understanding of legal frameworks. Students will also implement machine learning and AI concepts to solve real-world problems, fostering innovative thinking and practical application, and preparing them for the dynamic demands of the tech industry.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand and articulate the core services provided by AWS within chosen specialization tracks, including Solutions Architect, Compliance & Security, and AI & Machine Learning.
- critically examine the pros and cons of developing and deploying real-world scenarios using AWS IaaS, PaaS, vs. SaaS and public, private or hybrid deployment demonstrating a clear grasp of the necessary service and deployment intricacies.
- manage and configure profound service settings within the AWS cloud console, showing depth in technical proficiency and operational capabilities.
- critically assess, test and monitor the effect of different AWS deployment features, addressing interdisciplinary challenges through the appropriate use of AWS cloud services in realistic use cases.
- assess and critically reflect on AWS-based solutions, considering industry compliance and security requirements, ensuring a robust understanding of the legal and regulatory framework.
- apply and implement machine learning and artificial intelligence concepts using AWS to solve real-world problems, demonstrating innovative thinking and practical application of theoretical knowledge.

Contents

- This course ensures students gain a comprehensive understanding of AWS, specializing in Solutions Architect, Compliance & Security, and AI & Machine Learning. They will articulate core AWS services and critically examine the pros and cons of deploying real-world scenarios using AWS IaaS, PaaS, SaaS, and different deployment models (public, private, hybrid).
- Students will manage and configure service settings within the AWS cloud console, demonstrating technical proficiency. They will assess, test, and monitor AWS deployment features, addressing interdisciplinary challenges using realistic use cases. Additionally, students will evaluate AWS-based solutions for industry compliance and security, understanding the legal and regulatory frameworks.
- The course also covers applying machine learning and AI concepts using AWS to solve real-world problems, encouraging innovative thinking and practical application. This approach prepares students to excel in cloud architecture, compliance protocols, security measures, and AI-driven problem-solving, ensuring readiness for the tech industry's dynamic demands.

Literature
Compulsory Reading
Further Reading ▪ AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). AWS Solutions Architect – Knowledge Badge Readiness Path (51 hours). ▪ AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). Generative AI Learning Plan for Developers (12 hours). ▪ AWS Training and Certification Skill Builder. (2024). Online Course Supplement: Practical Data Science with Amazon SageMaker (1 day).

Study Format Distance Learning

Study Format	Course Type
Distance Learning	Project

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Slides	☑ Guideline

Study Format Duales myStudium

Study Format	Course Type
Duales myStudium	Project

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Slides	☑ Guideline

Study Format myStudies

Study Format	Course Type
myStudies	Project

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	**Online Tests:** no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study	**Contact Hours**	**Tutorial/Tutorial Support**	**Self Test**	**Independent Study**	**Hours Total**
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	**Learning Material**	**Exam Preparation**
☑ Course Feed ☑ Intensive Live Sessions/Learning Sprint ☑ Recorded Live Sessions	☑ Slides	☑ Guideline

Studium Generale I und II

Modulcode: DLBSG

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	CP	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	BA	10	300 h

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

Modulverantwortliche(r)

N.N. (Studium Generale I) / N.N. (Studium Generale II)

Kurse im Modul

- Studium Generale I (DLBSG01)
- Studium Generale II (DLBSG02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Studium Generale I • Studienformat "Duales myStudium": Siehe gewählter Kurs • Studienformat "Fernstudium": Siehe gewählter Kurs • Studienformat "myStudium": Siehe gewählter Kurs Studium Generale II • Studienformat "Kombistudium": Siehe gewählter Kurs • Studienformat "Duales myStudium": Siehe gewählter Kurs • Studienformat "Fernstudium": Siehe gewählter Kurs • Studienformat "myStudium": Siehe gewählter Kurs

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Studium Generale I

Als Kurs für das „Studium Generale“ sind prinzipiell alle IU-Bachelorkurse anrechenbar, sodass inhaltlich aus der gesamten Breite des IU Fernstudiums gewählt werden kann.

Studium Generale II

Als Kurs für das „Studium Generale“ sind prinzipiell alle IU-Bachelorkurse anrechenbar, sodass inhaltlich aus der gesamten Breite des IU Fernstudiums gewählt werden kann.

Qualifikationsziele des Moduls

Studium Generale I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- erworbene Schlüsselkompetenzen auf Fragestellungen ihres Studienfaches und/oder in ihrem beruflichen Umfeld anzuwenden.
- eigene Fähig- und Fertigkeiten selbstgesteuert zu vertiefen.
- über die Grenzen ihres eigenen Fachgebietes hinauszublicken.

Studium Generale II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- erworbene Schlüsselkompetenzen auf Fragestellungen ihres Studienfaches und/oder in ihrem beruflichen Umfeld anzuwenden.
- eigene Fähig- und Fertigkeiten selbstgesteuert zu vertiefen.
- über die Grenzen ihres eigenen Fachgebietes hinauszublicken.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Ist ein eigenständiges Angebot mit möglichen Bezügen zu verschiedenen Pflicht- und Wahlpflichtmodulen	Alle Bachelor-Programme des IU Fernstudiums

Studium Generale I

Kurscode: DLBSG01

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

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Kurses „Studium Generale I“ vertiefen die Studierenden ihr Wissen in einem selbstgewählten Themenfeld durch das Absolvieren eines IU-Kurses außerhalb ihres geltenden Curriculums. Sie haben dadurch die Möglichkeit, über den Tellerand ihres eigenen Fachgebietes hinauszublicken und weitere (Schlüssel-)Kompetenzen zu erwerben. Die damit verbundene Wahlmöglichkeit versetzt die Studierenden in die Lage, ihre Studieninhalte selbstbestimmt noch stärker auf für sie relevante Fragestellungen hin auszurichten und/oder ausgewählte Kompetenzen zu stärken oder zu entwickeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- erworbene Schlüsselkompetenzen auf Fragestellungen ihres Studienfaches und/oder in ihrem beruflichen Umfeld anzuwenden.
- eigene Fähig- und Fertigkeiten selbstgesteuert zu vertiefen.
- über die Grenzen ihres eigenen Fachgebietes hinauszublicken.

Kursinhalt

- Der Kurs „Studium Generale I“ bietet den Studierenden die Möglichkeit, dass sie Lehrveranstaltungen außerhalb ihres Curriculums absolvieren und sich das Ergebnis als Wahlpflichtfach anerkennen lassen können. Hierfür sind prinzipiell alle IU-Bachelorkurse anrechenbar sowie akademische Leistungen anderer staatlich anerkannter Hochschulen, die die folgenden Voraussetzungen erfüllen:
  - Sie sind nicht integraler Bestandteil des geltenden Pflichtcurriculums.
  - Sie haben keine Zugangsvoraussetzungen oder die Studierenden können die Erfüllung der Zugangsvoraussetzung nachweisen.
- Die Prüfung der gewählten Kurse muss zur Anerkennung als Teil des ‚Studium Generale‘ vollumfänglich abgelegt und endgültig bestanden sein.

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Siehe gewählter Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Siehe gewählter Kurs

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

Lehrmethoden
Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Siehe gewählter Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Siehe gewählter Kurs

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

Lehrmethoden
Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Siehe gewählter Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Siehe gewählter Kurs

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

Lehrmethoden
Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studium Generale II

Kurscode: DLBSG02

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

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Kurses „Studium Generale II“ vertiefen die Studierenden ihr Wissen in einem selbstgewählten Themenfeld durch das Absolvieren eines IU-Kurses außerhalb ihres geltenden Curriculums. Sie haben dadurch die Möglichkeit, über den Tellerand ihres eigenen Fachgebietes hinauszublicken und weitere (Schlüssel-)Kompetenzen zu erwerben. Die damit verbundene Wahlmöglichkeit versetzt die Studierenden in die Lage, ihre Studieninhalte selbstbestimmt noch stärker auf für sie relevante Fragestellungen hin auszurichten und/oder ausgewählte Kompetenzen zu stärken oder zu entwickeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- erworbene Schlüsselkompetenzen auf Fragestellungen ihres Studienfaches und/oder in ihrem beruflichen Umfeld anzuwenden.
- eigene Fähig- und Fertigkeiten selbstgesteuert zu vertiefen.
- über die Grenzen ihres eigenen Fachgebietes hinauszublicken.

Kursinhalt

- Der Kurs „Studium Generale II“ bietet den Studierenden die Möglichkeit, dass sie Lehrveranstaltungen außerhalb ihres Curriculums absolvieren und sich das Ergebnis als Wahlpflichtfach anerkennen lassen können. Hierfür sind prinzipiell alle IU-Bachelorkurse anrechenbar sowie akademische Leistungen anderer staatlich anerkannter Hochschulen, die die folgenden Voraussetzungen erfüllen:
  - Sie sind nicht integraler Bestandteil des geltenden Pflichtcurriculums.
  - Sie haben keine Zugangsvoraussetzungen oder die Studierenden können die Erfüllung der Zugangsvoraussetzung nachweisen.
- Die Prüfung der gewählten Kurse muss zur Anerkennung als Teil des ‚Studium Generale‘ vollumfänglich abgelegt und endgültig bestanden sein.

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur ▪ Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studienformat Kombistudium

Studienform	**Kursart**
Kombistudium	Siehe gewählter Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Siehe gewählter Kurs

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

Lehrmethoden
Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Siehe gewählter Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Siehe gewählter Kurs

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

Lehrmethoden
Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studienformat Fernstudium

Studienform	Kursart
Fernstudium	Siehe gewählter Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Siehe gewählter Kurs

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

Lehrmethoden
Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Siehe gewählter Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Siehe gewählter Kurs

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

Lehrmethoden
Siehe Kursbeschreibung des gewählten Kurses

Bachelorarbeit

Modulcode: BBAK

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

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

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Cornelia Schlick (Bachelorarbeit) / Prof. Dr. Christian Müller-Kett (Kolloquium)

Kurse im Modul

- Bachelorarbeit (BBAK01)
- Kolloquium (BBAK02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	Bachelorarbeit • Studienformat "Duales myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit • Studienformat "myStudium": Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit • Studienformat "Duales Studium": Bachelorarbeit • Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit Kolloquium • Studienformat "myStudium": Kolloquium • Studienformat "Duales Studium": Kolloquium • Studienformat "Duales myStudium": Kolloquium • Studienformat "Fernstudium": Kolloquium • Studienformat "Kombistudium": Kolloquium
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Bachelorarbeit

- Bachelorarbeit

Kolloquium

- Kolloquium zur Bachelorarbeit

Qualifikationsziele des Moduls

Bachelorarbeit

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, 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.

Kolloquium

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Bachelorarbeit gewählte wissenschaftliche und methodische Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen der Fachexperten (Gutachter der Bachelorarbeit) aktiv zu beantworten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang	**Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule**
Alle Module	Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Bachelorarbeit

Kurscode: BBAK01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		9	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 dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnissen des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, 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 muss zu einer Themenstellung geschrieben werden, die einen inhaltlichen Bezug zum jeweiligen Studienschwerpunkt aufweist. Im Rahmen der Bachelorarbeit müssen die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden 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
Weiterführende Literatur ▪ Hemmer, M. C., & Fröhlich, T. (2023). The Art of Thesis Writing. ▪ Hunziker, A.W. (2010). Spaß am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit (4. Auflage), Verlag SKV Zürich. ▪ Wehrlin, U. (2010). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM München. ▪ Themenabhängige Literaturauswahl

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Thesis-Kurs

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
270 h	0 h	0 h	0 h	0 h	270 h

Lehrmethoden
Selbstständige Projektbearbeitung unter akademischer Anleitung.

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
270 h	0 h	0 h	0 h	0 h	270 h

Lehrmethoden
Selbstständige Projektbearbeitung unter akademischer Anleitung.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
270 h	0 h	0 h	0 h	0 h	270 h

Lehrmethoden
Selbstständige Projektbearbeitung unter akademischer Anleitung.

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Bachelorarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
270 h	0 h	0 h	0 h	0 h	270 h

Lehrmethoden
Selbstständige Projektbearbeitung unter akademischer Anleitung.

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Bachelorarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
270 h	0 h	0 h	0 h	0 h	270 h

Lehrmethoden
Selbstständige Projektbearbeitung unter akademischer Anleitung.

Kolloquium

Kurscode: BBAK02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		1	gemäß Studien- und Prüfungsordnung

Beschreibung des Kurses

Das Kolloquium wird nach Einreichung der Bachelorarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben. Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden sowie die Beantwortung von Fragen der Gutachter.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Bachelorarbeit gewählte wissenschaftliche und methodische Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen der Fachexperten (Gutachter der Bachelorarbeit) aktiv zu beantworten.

Kursinhalt

1. Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Bachelorarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Hemmer, M. C., & Fröhlich, T. (2023). The Art of Thesis Writing.
- Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat myStudium

Studienform	Kursart
myStudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

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

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung

Studienformat Duales Studium

Studienform	**Kursart**
Duales Studium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	**Präsenzstudium/ synchrone virtuelle Lehre**	**Tutorium/ Tutorielle Betreuung**	**Selbstüberprüfung**	**Praxisanteil**	**Gesamt**
30 h	0 h	0 h	0 h	0 h	30 h

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.

Studienformat Duales myStudium

Studienform	Kursart
Duales myStudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

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

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung

Studienformat Fernstudium

Studienform	**Kursart**
Fernstudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

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

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung

Studienformat Kombistudium

Studienform	Kursart
Kombistudium	Abschlussarbeit

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	**Online Tests:** Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

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

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung