

MODULHANDBUCH

für den Studienschwerpunkt chinesischesprachiger Kulturraum

Modul-Nr.	Bezeichnung
SPR 101	Einführung in die chinesische Sprache
SPR 102	Wirtschaft und Gesellschaft Chinas
WIW 170	Grundfragen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre
WIW 350	Marketing
WIW 171	Mikroökonomie
SPR 103	Chinesische Alltagskommunikation
SPR 104	Grundlagen Interkultureller Kommunikation
SPR 401	Fachsprache Wirtschaftsenglisch
WIW 807	Wirtschaftsmathematik / Wirtschaftsstatistik
WIW 400	Wirtschaftsinformatik
SPR 105	Einführung in die Fachkommunikation Wirtschaft
SPR 106	Studien Interkultureller Kommunikation
SPR 402	Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum
WIW 600	Leistungsprozesse (Materialwirtschaft, Produktions und Kostentheorie, Produktionswirtschaft)
WIW 501	Unternehmensführung/ Informationsmanagement
SPR 107	Chinesische Unternehmenskommunikation
SPR 108	Chinesische Kommunikation in Hochschule und Unternehmen
SPR 109	Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt
SPR 403	Englisch für das wirtschaftliche Fachprofil
WIW 316	Recht
SPR 110	Auslandsmodul Chinesische Sprache/Kommunikation
SPR 111	Auslandsmodul Wirtschaft
SPR 112	Auslandsmodul Wahlpflicht
SPR 113	Unternehmenspraktikum im Ausland
SPR 114	Geschäftskommunikation mit China – Nachbereitung des Studienaufenthalts in China
SPR 115	Nachbereitung des Auslandsaufenthaltes
SPR 701	Bachelorprojekt

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 101	Einführung in die chinesische Sprache	Dr. Weidemann/ Prof. Tan
Studiengang:		Semester: 1. Semester (WS)
Languages and Business Administration		ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180
Studienschwerpunkt:		Lehr- und Lernformen in h:
Chinesischsprachiger Kulturraum		Vorlesung/Übung: 60 h (4 SWS)
		Übung: 60 h (4 SWS)
		Selbststudium: 60 h
Lernziele		
Die Studierenden		
<ul style="list-style-type: none"> • kennen die kontrastiven Elemente der deutschen und der chinesischen Sprache hinsichtlich der Phonetik, der Morphologie und Syntax; • beherrschen die chinesische Lautschrift (Pinyin-Umschrift); • kennen wichtige Eckdaten der Entwicklungsgeschichte der chinesischen Schrift und Charakteristika des chinesischen Schriftsystems; • verfügen über chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe A 1 des europäischen Referenzrahmens. 		
Lehrinhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Besonderheiten der chinesischen Sprache durch den Vergleich der deutschen und der chinesischen Sprache • Einführung in die chinesische Lautschrift (Pinyin-Umschrift) • Einführung in die Benutzung chinesischer Wörterbücher • Vermittlung der lexikalischen und grammatischen Strukturen für die ersten Sprechhandlungen zu studien- und alltagsbezogenen Themen • Schreibübungen • Lektüre und Produktion von einfachen Texten • Einsatz von multimedialen Lernmitteln zur Förderung der fremdsprachlichen Grundfertigkeiten – u.a. Hörverstehen und Sprechfertigkeit 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Qian, Nairong (Hg.): Linguistik der chinesischen Sprache. Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 1995. • Yang, Jizhou: Hanyu Jiaocheng I, Band 1 und 2. Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 1999. • Bellassen, Joel; Zhang, Pengpeng: A Key to Chinese Speech and Writing I, II. Beijing: Sinolingua, 1997. • Zhang, Pengpeng: The Most Common Chinese Radicals. Beijing: Sinolingua, 2001. 		
Multimedia-Lehrwerke:		
<ul style="list-style-type: none"> • China Panorama. Phonetic Interduction. A practical course on contemporary Chinese phonetics. Beijing: Audio-Visual Press China Central Radio & TV University, 2005. • Go 2 China. Mandarin Platform. Chinese Course (zu dem Lehrbuch Hanyu Jiaocheng Band 1, Teil 1 & Teil 2). Beijing Unitesoft Information Technology, 2006. • Go 2 China. Practical Chinese Conversation. Beijing Unitesoft Information Technology, 2005. • Chinesisch Interaktiv. Die weltweit erste Lernsoftware-Serie für Chinesisch. Beijing: Sinolingua 2006 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Keine		
Leistungsnachweise		
Art: Mündliche Prüfung (20%)	Zeitdauer:	15 Min.
Schriftliche Prüfung (80%)		60 Min
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 23.1.2007

durch: Jinfu Tan

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 102	Wirtschaft und Gesellschaft Chinas	Dr. Weidemann
Studiengang:		Semester: 1. Semester (WS)
Languages and Business Administration		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120
Studienschwerpunkt:		Lehr- und Lernformen in h:
Chinesischsprachiger Kulturraum		Vorlesung/Übung: 60 h (4 SWS)
		Selbststudium: 60 h
Lernziele		
Die Studierenden		
<ul style="list-style-type: none"> • können grundlegendes Faktenwissen zur Geschichte Chinas, zum Staatsaufbau und Wirtschaftssystem der VR China sowie bezüglich zentraler Elemente von Alltagskultur und Gesellschaft reproduzieren. • erkennen grundlegende Geistestraktionen und historische Entwicklungslinien und sind in der Lage, diese zu erläutern, systematisch voneinander abzugrenzen und sie zur Analyse konkreter Beispiele und aktueller Positionen heranzuziehen. 		
Lehrinhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die Geschichte Chinas • Einführung in wichtige Denkschulen (Konfuzianismus, Taoismus, Kosmologie) • Elemente chinesischer Alltagskultur • System des Staatsaufbaus und administrative Einteilung • Ökonomischer Transformationsprozess 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Staiger, Brunhild / Friedrich, Stefan / Schütte, Hans-Wilm (Hg.) (2003): Das große China-Lexikon: Geschichte · Geographie · Gesellschaft · Politik · Wirtschaft · Bildung · Wissenschaft · Kultur. Darmstadt. • Gernet, Jacques (1997): Die chinesische Welt. Frankfurt am Main. • Heilmann, Sebastian (2004). Das politische System der Volksrepublik China. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse		
Keine		
Leistungsnachweise		
Art:	schriftliche Prüfung (70%)	Zeitdauer: 60 min.
	aP: Präsentation (30%)	
Vorleistungen:		

Erarbeitet am: 23.01.07

durch: D. Weidemann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW 170	Grundfragen und Methoden der BWL	Prof. Dr. G. Baier alle Prof. FB WIW
Abschluss: Bachelor of Arts		Semester: Wintersemester
Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB GPW (PM)		ECTS-Punkte: 4
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		Arbeitsaufwand in h: 120
		Lehr- und Lernformen in h: Seminaristische Vorlesung: 30 (2 SWS) Seminar: 30 (2 SWS) Selbststudium inkl. Projektarbeit: 60
Lernziele		
<p>Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis wirtschaftswissenschaftlicher Problemstellungen, Denkweisen und Methoden. Es werden dazu die Inhalte mit den Methoden der Betriebswirtschaftslehre in zwei Lehrveranstaltungen angeboten und inhaltlich miteinander verzahnt.</p> <p>In der "Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre" erhalten die Studierenden einen umfassenden Überblick über die Fragestellungen und Inhalte, mit denen sich die Wissenschaft vom Wirtschaften in Betrieben auseinandersetzt.</p> <p>In der „Einführung in die Theorie und Praxis wissenschaftlichen Arbeitens“ erhalten die Studierenden einen umfassenden Überblick über die Methoden, mit denen in der Betriebswirtschaft gearbeitet wird. Die Studenten lernen das gesellschaftswissenschaftliche Instrumentarium auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden.</p> <p>Der betriebliche Transformationsprozess und seine Teilaufgaben werden in ihrem komplexen Wechselspiel vorgestellt. Die Studenten werden so befähigt, Prozesse des Wirtschaftens in Betrieben nachzuvollziehen und einzuordnen. Die Studierenden sollen ohne besondere Vorkenntnisse in die Lage versetzt werden, mit wichtigen Grundbegriffen der Betriebswirtschaftslehre umzugehen, um mit Fachvertretern kommunizieren zu können.</p> <p>In der Methodenausbildung lernen die Studenten zum einen grundlegendes Wissen über Formen des wissenschaftlichen Arbeitens, zum anderen insbesondere praktische Fähigkeiten in den Bereichen der Literatur-Recherche, der statistischen Erhebungen und der Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, qualifizierte Forschungsarbeit in der Betriebswirtschaftslehre zu betreiben.</p>		
<u>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</u>		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundtatbestände ▪ Betrieblicher Transformationsprozess und seine Bestimmungsfaktoren ▪ Betriebsführung - Management ▪ Aufgabenfelder im Außenverhältnis des Betriebs (Gründungs- und Standortplanung sowie Rechtsformentscheidungen) ▪ Aufgabenfelder im Betrieb (Bereitstellungs-, Produktions-, Absatz-, Investitions-, Finanz- und Personalplanung) ▪ Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens 		
Literatur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre		
<ul style="list-style-type: none"> • Härdler, J. (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure, 2. Aufl., München 2003 • Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 15. Aufl., Wien 2000 • Schmalen, H.: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre, 12. Aufl., Stuttgart, 2002 • Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 20. Aufl., München 2000 		

Einführung in die Theorie und Praxis wissenschaftlichen Arbeitens

- Wissenschaftstheorie (Geschichte des wissenschaftlichen Denkens, Methode als Weg zum Erkenntnisziel)
- Wissenschaftliche Methoden der Betriebswirtschaftslehre
- Praxis des wissenschaftlichen Arbeitens (Literaturrecherche, Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten, in der Betriebswirtschaftslehre übliche Zitierweisen)
- Empirische Arbeitsweise (Umfragen, betriebswirtschaftliche Fallstudien, Erhebung und Verarbeitung statistischer Daten)
- Präsentationstechniken (Präsentation betriebswirtschaftlicher Erkenntnisse mit modernen Hilfsmitteln, z.B. PowerPoint etc.)

Literaturquellen Einführung in die Theorie und Praxis wissenschaftlichen Arbeitens:

Bleich, S.: Die literarische und die juristische Hermeneutik – Ein Vergleich, In: Neue Juristische Wochenschrift 1989, S. 3197-3202

Popper, K.: Logik der Forschung. Zur Erkenntnistheorie der modernen Naturwissenschaft, Wien 1935

Wrobel, R.: Regeln für die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten, Manuskript 2005

Voraussetzungen/Vorkenntnisse Keine

Leistungsnachweise

Art:	Gewichtung:	Zeitdauer:
schriftliche Prüfungsleistung (Klausur)	50 %	60
alternative Prüfungsleistung (Projektarbeit/Präsentation)	50 %	

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19.04.2006
Aktualisiert am: 6.5.2008

durch: Prof. Dr. G. Baier
durch: Prof. Dr. R. Wrobel

Modulnummer WIW 350	Modulname Marketing	Dozent(en) Prof. G. Baier, Prof. A. BÜchner Prof. A. Mahefa	
Abschluss: Bachelor of Arts		Semester: Wintersemester	
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM)		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung: 30 (2 SWS) Übung: 15 (1 SWS) Selbststudium/Prüfungsvorbereitung: 75	
Lernziele Die Studenten entwickeln ein Marketingverständnis und werden für die Denkweise des Faches sensibilisiert. Durch Aneignung wesentlicher Grundbegriffe und –konzepte werden sie in die Lage versetzt, mit Fachvertretern zu kommunizieren. Die Studenten werden mit der Entwicklung des Faches vertraut gemacht. Sie erfassen, daß die Bedeutung des Marketing aufgrund der häufig festzustellenden Verlagerung des betrieblichen Engpaßbereichs hin zur Leistungsverwertung zunimmt. Die Studenten erkennen, daß Marketing mittlerweile eine duale Funktion besitzt, die sich neben der traditionellen rein absatzwirtschaftlichen Funktion auch auf die Funktion der marktorientierten Unternehmensführung erstreckt. Die Besonderheiten von Marketing-Entscheidungen im Unternehmen, insbesondere ihre Abhängigkeit von speziellen Informations- und Verhaltensgrundlagen werden erkannt. Hierzu lernen die Studenten grundlegende Verfahren der Marktforschung kennen und werden mit dem verhaltenswissenschaftlichen Paradigma des Marketing vertraut gemacht. Die Studenten können die strategischen und operativen Aufgaben des Marketing voneinander trennen und erwerben grundlegende Kenntnisse zu Auswahl und Einsatz der Marketing-Instrumente, die in der klassischen Einteilung in vier Instrumentalbereiche dargeboten werden. Durch die Vorbereitung von Übungsaufgaben und deren gemeinsame Diskussion beschäftigen sich die Studenten aktiv mit dem Stoff der Lehrveranstaltung und lernen diesen anzuwenden und zu vertiefen.			
Lehrinhalte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Marketing (Entwicklung und Definition der Disziplin) ▪ Besonderheiten von Marketing-Entscheidungen im Unternehmen (Marktforschung und Käuferverhalten als wichtige Entscheidungsgrundlagen) ▪ Strategisches und operatives Marketing ▪ Überblick über die Instrumentalbereiche Produkt-, Kommunikations-, Kontrahierungs- und Distributionspolitik ▪ Anwendung der Instrumente im Marketing-Mix 			
Literatur: Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement –Strategie- Instrumente- Umsetzung Unternehmensführung, Wiesbaden 2003 Meffert, H.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 9. Aufl., Wiesbaden 2000 Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H.: Marketing, 19. Aufl., Berlin 2002 Kotler, P./Bliemel, F.: Marketing- Management, 10. Aufl., Stuttgart 2000			
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Kenntnisse der Lehrinhalte des Moduls Einführung in die Wirtschaftswissenschaften			
Leistungsnachweise			
Art: schriftliche Prüfungsleistung	Gewichtung: 100 %	Zeitdauer: 120 min	
Vorleistungen: keine			

Erarbeitet am: 19.04.2006

durch: Prof. Dr. G. Baier

Modulnummer WIW171	Modulname Mikroökonomie	Dozent(en) Prof. R. Wrobel Prof. R. Fischer, Prof. A. Sonntag	
Abschluss: Bachelor of Arts		Semester: Wintersemester	
Studiengäng(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB GPW (PM) Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120	
		Lehr- und Lernformen in h: Seminaristische Vorlesung: 60 (4 SWS) Selbststudium (inkl. Projektarbeit): 60	
Lernziele In der Einführung VWL erwerben die Studierenden Grundkenntnisse über die Grundtatbestände in der Wirtschaft, insbesondere zur Bedürfnis- und Bedarfsstruktur, zur Arbeitsteilung, dem ökonomischen Prinzip und zur Notwendigkeit des nachhaltigen Wirtschaftens. Die Studierenden erkennen die Determinanten der individuellen sowie der Gesamtnachfrage am Markt; sie beziehen den Nutzen und die Budgetrestriktionen in ihre Nachfrageanalyse mit ein, kennen die Berechnung der Preis- sowie Einkommenselastizität. Verzahnend mit den betriebswirtschaftlichen Kenntnissen zu Produktionsfunktionen und Kostenverläufen können die Studierenden die Preisbildung auf polypolistischen, monopolistischen und oligopolistischen Märkten erklären. Sie können Schlussfolgerungen hinsichtlich der Zusammensetzung der volkswirtschaftlichen Güterproduktion ziehen und damit die Lösung des Allokationsproblems mit Hilfe des Preisbildungsmechanismus erklären. Staatliche Interventionen in die Preisbildung können begründet werden. Beziehungen zur Wettbewerbstheorie und -politik können hergestellt werden.			
Lehrinhalte 1. Grundtatbestände von Wirtschaftsgesellschaften 2. Die Nachfrage nach Gütern 2.1. Determinanten der Nachfrage, Nutzensbetrachtungen, Budget und optimaler Haushaltsplan 2.2. Generelle und spezielle Nachfragefunktionen 2.3. Preis- sowie Einkommenselastizitäten 3. Das Güterangebot 3.1. Das Angebot eines Unternehmens 3.2. Das Gesamtangebot 4. Marktformen und Preisbildung 4.1. Preisbildung und Verhaltensweisen bei vollkommener Konkurrenz 4.2. Preisbildung und Verhaltensweisen auf monopolistischen Märkten 4.3. Preisbildung und Verhaltensweisen auf oligopolistischen Märkten 5. Staatliche Interventionen in die Preisbildung			
Literatur: Herzina, K.: Einführung in die Mikroökonomie, Verlag Vahlen 2005 Schumann, J., Meyer, U., Ströbele, W.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Berlin 1999 (oder neuere Auflage)			
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Keine			
Leistungsnachweise			
Art: schriftliche Prüfungsleistung (Klausur)	Gewichtung: 100 %	Zeitdauer: 120 min	
Vorleistungen: keine			

Erarbeitet am: 19.04.2006, aktualisiert: 7.5.08

durch: Prof. Dr. A. Sonntag

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 103	Chinesische Alltagskommunikation	Prof. Tan
Studiengang:	Semester: 2. Semester (SS)	
Languages and Business Administration	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180	
Studienschwerpunkt:	Lehr- und Lernformen in h:	
Chinesischsprachiger Kulturraum	Vorlesung/Übung: 60 h (4 SWS)	
	Übung: 60 h (4 SWS)	
	Selbststudium: 60 h	
Lernziele		
Die Studierenden		
<ul style="list-style-type: none"> • kennen die Funktionen der chinesischen Sprache als Kulturträger und Kommunikationswerkzeug • realisieren Sprechhandlungen in verschiedenen Situationen der Alltagskommunikation • verfügen über chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe A 2.1 des europäischen Referenzrahmens. 		
Lehrinhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Festigung und Erweiterung lexikalischer und grammatischer Strukturen auf der Basis pragmatisch-kommunikativer Modelle • Vermittlung umgangssprachlicher Mittel durch Sprechtrainings zu studien-, alltags- und berufsbezogenen Themenkomplexen anhand praxisorientierten Übungsmaterials • Textproduktion zu umfangreichem Themenspektrum im Studium und Alltagsleben 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Yang, Jizhou: Hanyu Jiaocheng I, Band 2. Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 1999. • Yang, Jizhou: Hanyu Jiaocheng II, Band 1. Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 1999. • Zhang, Pengpeng: Intensive Spoken Chinese. Beijing: Sinolingua, 2001. • Yang, Defeng; Huang, Li: Meeting China. Elementary. Beijing: Peking University Press, 1997. 		
Multimedia-Lehrwerke:		
<ul style="list-style-type: none"> • Autorengruppe von Capital Normal University: A Short Course in Chinese Pinyin. One CD-ROM. Beijing: Peking University Press. • China Panorama. Let's Enjoy Chinese. A handy auxiliary course on the structure of Chinese characters. Beijing: Audio-Visual Press, China Central Radio & TV University, 2005. • China Panorama. Phonetic Interduction. A practical course on contemporary Chinese phonetics. Beijing: Audio-Visual Press China Central Radio & TV University, 2005. • Go 2 China. Mandarin Platform. Chinese Course (zu dem Lehrbuch Hanyu Jiaocheng Band 1, Teil 1 & Teil 2). Beijing Unitesoft Information Technology, 2006. • Go 2 China. Practical Chinese Conversation. Beijing Unitesoft Information Technology, 2005. • Chinesisch Interaktiv. Die weltweit erste Lernsoftware-Serie für Chinesisch. Beijing: Sinolingua 2006. • Chen Fu; Zhang Heshen: Standard Chinese. Elementary Part I. Daheng Electronic Press, 2005. 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse		
Abschluss des Moduls „Einführung in die chinesische Sprache“ oder Nachweis chinesischer Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe A 1 des europäischen Referenzrahmens.		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfung (80%)	Zeitdauer: 60 Min.	
Mündliche Prüfung (20%)	15 Min.	
Vorleistungen:		

Erarbeitet am: 15.11.2006

durch: Jinfu Tan

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 104	Grundlagen interkultureller Kommunikation	Dr. Weidemann
Studiengang:		Semester: 2. Semester (SS)
Languages and Business Administration		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120
Studienschwerpunkt:		Lehr- und Lernformen in h:
Chinesischsprachiger Kulturraum		Vorlesung/Übung: 30 h (2 SWS) Seminar: 30 h (2 SWS) Selbststudium: 60 h
Lernziele		
Die Studierenden		
<ul style="list-style-type: none"> • kennen Grundbegriffe und Theorien der interkulturellen Kommunikation; • können in der Analyse konkreter Interaktionssituationen und interkultureller Fallstudien diese Modelle und Theorien anwenden; • können Ergebnisse kulturvergleichender Forschung bezüglich ‚deutscher‘ und ‚chinesischer‘ kultureller Regeln und Kommunikationsstile darstellen und anhand konkreter Beispiele erläutern; • sind in der Lage, Beobachtungsverfahren anzuwenden und zu Einsichten in kulturelle Elemente der Eigenkultur zu gelangen; • sind fähig, Konfliktpotentiale in interkulturellen Kommunikationssituationen zu antizipieren und situationsangemessene Bewältigungsstrategien zu entwickeln. 		
Lehrinhalte		
Baustein I: Einführung in die interkulturelle Kommunikation		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe und Theorien interkultureller Kommunikation • Theoretische Konzeptionen und empirische Forschungen zur interkulturellen Kommunikation, insbesondere zur deutsch-chinesischen Wirtschaftskommunikation • Problemlagens und Bewältigungsstrategien interkultureller Kommunikation 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Lüsebrink, Hans-Jürgen (2005). Interkulturelle Kommunikation. Stuttgart: Metzler. • Thomas, Alexander & Schenk, Eberhard (2001). Beruflich in China: Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. • Thomas, Alexander / Kinast, Eva-Ulrike / Schroll-Machl, Sylvia (Hg.) (2003): Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. 		
Baustein II: Grundlagen interkultureller Kompetenz		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die sozialwissenschaftliche Methode der teilnehmenden Beobachtung; • Praktische Übungen zur Beschreibung und Analyse der (eigenen) Alltagskultur; • Einführung in Ergebnisse kulturvergleichender Forschung bezüglich ‚deutscher‘ und ‚chinesischer‘ kultureller Regeln und Kommunikationsstile. 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Beer, Bettina (Hrsg.) (2003). Methoden und Techniken der Feldforschung. Berlin: Dietrich Reimer. • Lin-Huber, Margrith (2001). Chinesen verstehen lernen. Bern: Huber. • Schroll-Machl, Sylvia (2002): Die Deutschen – Wir Deutsche: Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse:		
Keine		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfung (50%) aP: Projektarbeit (50%)	Zeitdauer:	60 min.
Vorleistungen:		

Erarbeitet am: 23.01.07

durch: D. Weidemann

Modulnummer	Modulname :	Dozent(en)
SPR 401	Fachsprache Wirtschaftsenglisch	FG Englisch
Studiengang(e):	Semester: 2. Sem. (Pflichtmodul)	
Languages and Business Administration	ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):	Lehr- und Lernformen in h:	
Frankophoner/hispanophoner/chinesisch-sprachiger Kulturraum	Seminar: 30 U (2 SWS)	
	Übung: 30 U (2 SWS)	
	Selbststudium: 60 h	
Lernziele		
<p>Für die mündliche und schriftliche Kommunikation anwendungsbereite Kenntnisse der fachsprachlichen Terminologie, Strukturen und Kommunikationssituationen/Textsorten in einer Reihe wichtiger Bereiche der nationalen und internationalen Wirtschaft sowie Befähigung zur selbständigen englischsprachigen Weiterbildung auf diesem Gebiet durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weiterentwicklung des verstehenden Hörens und Lesens, weiteres Bewusstmachen der kommunikativen Situation (Partnerbeziehung, Textsorte, Stil ...) - Wortschatz- und Grammatikerweiterung und -festigung - Übung von Aussprache und Intonation - Umsetzung der rezipierten Texte und Textelemente in die angeleitete und selbständige Textproduktion in der schriftlichen und mündlichen Kommunikation <p>Die durch das Modul erworbene fremdsprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe B 2. 2 des Europäischen Referenzrahmens.</p>		
Lehrinhalte		
Themenkomplex 1: Produkte und ihre Vermarktung:		
<ul style="list-style-type: none"> - Marketing-Begriff - Produkte, Marken und Preise; Marktstruktur - Marktforschung - Public Relations - Werbeformen, Werbekanäle und –medien - Verkaufsförderungsmaßnahmen - Produktvertrieb: Groß- und Einzelhandel - Logistik-Begriff - Material-, Waren- und Informationsfluss zwischen Lieferant u. Firma, in der Firma und zw. Firma u. Kunden 		
Themenkomplex 2: Finanz- und Versicherungswesen:		
<ul style="list-style-type: none"> - Banken und Finanzdienstleistungen - Steuern - Rechnungswesen - Wertpapiergeschäfte - Währungen und Wechselkurse - Versicherungswesen 		
Themenkomplex 3: Welthandel/Globalisierung/International Business Issues		
<ul style="list-style-type: none"> - Welthandel; seine Förderung und Regulierung; nationale Zahlungsbilanzen - Globalisierung und Lokalisierung, Wirtschaftsblöcke. Globalisierungsdebatte, ethische Aspekte der Globalisierung - Nationale Unterschiede in der politischen Ökonomie, Auswirkung kultureller Unterschiede auf Volkswirtschaften - Interkulturelle Wirtschaftskommunikation; Englisch als Lingua franca in der Wirtschaft 		

Literaturangaben:

- William Cullen, Doris Lehniger: B for Business, Max Hueber Verlag, Ismaning 2000
- Graham Tullis, Tonya Trappe: New Insights into Business, Pearson Education Ltd., Harlow 2000
- Ian MacKenzie: English for Business Studies, Cambridge University Press, Cambridge 2002
- Martin Bradbeer: Langenscheidt – Der Business-English-Kurs, Langenscheidt, Berlin & München 2006
- Willi Fensel, Uwe Krabbe: Insurance Matters – Englisch für Versicherungskaufleute, Cornelsen & Oxford, Berlin 2001
- Ian MacKenzie: Management and Marketing, Heinle/Thomson 1997
- Ian MacKenzie: Financial English: Heinle/Thomson 1991
- Klemens Veth, Ron Lister: Schlüsselbegriffe der Wirtschaft, Cornelsen & Oxford, Berlin 1999
- John F. Turner: Business Grammar and Vocabulary, Cornelsen & Oxford, Berlin 1999
- Aktuelle Artikel aus englischsprachigen (Wirtschafts) Zeitungen und Zeitschriften (z. B. Financial Times, TIME, The Economist, Business Spotlight, ...) und aus dem Internet

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

- Abiturkenntnisse Englisch
- Wahlpflichtmodul „Grundlagen Wirtschaftsenglisch“ bzw. Äquivalent (z. B. Zertifikat einer Berufsausbildung in der Wirtschaft mit Wirtschaftsenglisch, CAE, Unicert II wirtschaftsfachsprachlich, Zertifikat der London Chamber of Commerce, TOEIC,...)

Leistungsnachweise**Art:** schriftliche Prüfung 100 %**Zeitdauer:** 90 Min.**Vorleistungen:** keine

Erarbeitet am: 19.1.2007

durch: FG Englisch/E. Ho./Th. Ri./S. Bu.

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW 807	Wirtschaftsmathematik/ Wirtschaftsstatistik	Prof.Dr.Baumann Prof.Dr.Schumann
Studienabschluss: Bachelor of Arts		Semester: Sommersemester
Studiengang(e): Languages and Business Administration		ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180
		Lehr- und Lernformen in h:
		Vorlesung : 75 (5 SWS)
		Übung: 30 (2 SWS)
		Selbststudium: 75 h
Lernziele		
<u>Teilmodul Wirtschaftsmathematik (3 SWS):</u>		
<p>Mathematische Methoden werden in vielen Bereichen der Wirtschaftswissenschaften eingesetzt. Sie sind wichtige Hilfsmittel zur Modellbildung sowie bei praktischen Analysen realer Gegebenheiten und bilden häufig die Grundlage von Planungs- und Entscheidungsprozessen. Neben allgemeinen mathematischen Grundlagen, der Analysis und der Finanzmathematik finden auch Lineare Optimierungsmodelle breite Anwendung in den Wirtschaftswissenschaften. Zu diesen Gebieten lernen die Studierenden in der Lehrveranstaltung wichtige Begriffe kennen und sicher beherrschen. Sie werden befähigt, ökonomische Probleme in der Sprache der Mathematik zu formulieren (Modellierung). Sie lernen im Zusammenhang mit praktisch ausgerichteten Beispielen, fundamentale mathematische Lösungsmethoden bei wirtschaftlichen Untersuchungen zu nutzen und die Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der Methoden einzuschätzen. Sie werden befähigt, mit mathematischen Methoden erhaltene Resultate ökonomisch zu interpretieren und umzusetzen. In Übungen, welche in die Lehrveranstaltungen integriert sind, lernen die Studierenden das mathematische Instrumentarium kreativ und kritisch auf vielfältige wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden.</p>		
<u>Teilmodul Wirtschaftsstatistik(4 SWS):</u>		
<p>Soll aus der Darstellung und Analyse wirtschaftlicher oder sozialer Sachverhalte / Prozesse / Erscheinungen verantwortungsbewusstes Schlussfolgern und Handeln entstehen, so bedarf es elementarer Kenntnisse über Arten und Eigenschaften von Daten, über deren Erhebungsmethoden und über das Aussage- und Leistungsvermögen statistischer Kennzahlen und Verfahren. Die dazu nötigen Kenntnisse werden in dieser Veranstaltung erworben. Studierende werden in Anwendung dessen über Fähigkeiten und Fertigkeiten verfügen, einerseits vorliegende betriebswirtschaftlicher Analysen zu verstehen und effektiv zu verwerten sowie andererseits selbständig wissenschaftlich auf diesem Gebiet zu arbeiten. Mit dem Absolvieren der Veranstaltung „Wirtschaftsstatistik I“ erreicht ein Teilnehmer das Gefühl für den Umgang mit Zahlen als quantitativem Ausdruck real vorhandener wirtschaftlicher und sozialer Sachverhalte, für Verarbeitungs- und Interpretationsmöglichkeiten von Daten und in der Summe damit die erforderliche statistisch-methodische Kompetenz, die für nahezu alle angebotenen fachlichen Spezialisierungen als Voraussetzung gilt. Ein zweiter wichtiger Effekt besteht in der Aneignung betriebswirtschaftlicher bzw. volkswirtschaftlicher Dimensionen durch die konsequente Ausrichtung der Demonstrationsbeispiele/Übungen auf aktuelle Bezüge. Ein erfolgreicher Betriebswirt / Manager muss fähig sein, Größenordnungen von Daten ihrer Bedeutung entsprechend zu würdigen. Dies ist untrennbar mit Kenntnissen über betriebliche bzw. volkswirtschaftliche Sachverhalte und Abläufe verbunden. Die Einordnung des Moduls in das 3. Studiensemester bietet dafür beste Voraussetzungen.</p>		

Lehrinhalte

Teilmodul Wirtschaftsmathematik:

- Mathematische Grundlagen: Summen- und Produktzeichen, Lösen nichtlinearer Gleichungen
- Finanzmathematik: Zinsrechnung, Rentenrechnung
- Analysis

- Funktionen mit einer unabhängigen Variablen in ökonomischen Problemen: Begriffsbestimmungen,
- Anwendung der Differentialrechnung bei der Lösung ökonomischer Problemstellungen
- Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen: Begriffsbestimmungen, Beispiele, Veranschaulichung,
- partielles Differenzieren, Extremwertaufgaben / Anwendungen, Extremwertaufgaben mit Nebenbedingungen /
- Anwendungen
- Einführung in die Lineare Optimierung: Problemstellung, Beispiele, Modellierung, grafische Lösung

Teilmodul Wirtschaftsstatistik:

- Grundlagen der Statistik: Grundbegriffe; Datenerhebung; statistische Reihen; Merkmale, Messniveau und Skalenarten; Präsentation statistischer Daten und Ergebnisse (Verhältniszahlen, Tabellen und Grafiken)
- Eindimensionale Analyse von Querschnittsdaten: Gruppierungsverfahren;
- Häufigkeitsverteilung und Verteilungsfunktion für unterschiedliche Merkmalsarten;
- Parameter eindimensionaler Verteilungen (Lage, Streuung, Form und Konzentration); Grafische Darstellungen und Auswertungen;
- Zweidimensionale Analyse von Querschnittsdaten: Elementare Methoden der Analyse von Zusammenhängen;
- Korrelation für Merkmale unterschiedlichen Skalenniveaus; Einfache lineare Regression (Modell, Parameterschätzung, Funktionswertermittlung, Bestimmtheitsmaß);
- Nichtlineare Regression (Funktionstypbestimmung, Parameterschätzung); Statistische Elastizitätsbetrachtungen;
- Indextheorie: Indexarten (Paasche, Laspeyres, Durchschnitt); Indexreihen und deren Umbasierung;
- Indexgleichungen; Differenzenaufspaltung;
- Zeitreihenanalyse: Mittelwerte in Zeitreihen; Trendfunktionen; Trendextrapolation;

Jeder Methodenbaustein wird durch eine spezielle Vorlesung aus dem Themenkreis der Wirtschafts- und Sozialstatistik vorbereitet bzw. abgeschlossen, in der das notwendige bzw. erarbeitete Instrumentarium auf aktuelle betriebliche bzw. volkswirtschaftliche Sachverhalte konkret angewendet wird.

Literatur:

- Jürgen Tietze: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Vieweg, Braunschweig, 2005
- Bernd Luderer / Uwe Würker: Einstieg in die Wirtschaftsmathematik, Teubner Studienbücher, Stuttgart, 2005
- Jürgen Tietze: Einführung in die Finanzmathematik, Vieweg, Braunschweig, 2004
- Elektronische Handreichungen zum Modul im Intranet der WHZ; Sachs: Angewandte Statistik; Springer;
- Bley Müller, Gehlert, Gülicher: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler; Verlag Vahlen
- Mittag, Stemann: Statistik; Interaktive Multimedia-Software; Fachbuchverlag Leipzig

Voraussetzungen/Vorkenntnisse: keine

Leistungsnachweise**Art:** Klausur 100 %**Zeitdauer:** 180 min**Vorleistungen:** keine

Erarbeitet am: 24.11.2006

durch: Prof.Dr.Baumann, Prof.Dr.Schumann

Modulnummer WIW400	Modulname Wirtschaftsinformatik	Dozent(en) Prof. S. Kassel, Prof. C.A. Schumann Prof. T. Teich, Prof. S. Winkelmann
Abschluss: Bachelor of Arts	Semester: Wintersemester/Sommersemester	
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM) alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM)	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):	Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung: 60 (4 SWS) Übungen/Projekte: 30 (2 SWS) Selbststudium: 90	
Lernziele Betriebliche Systeme werden durch Prozesse der Informationsverarbeitung geprägt. Deshalb müssen Absolventen in der Lage sein, Informations- und Kommunikationssysteme in Wirtschaft und Verwaltung zur Erfüllung der Unternehmensziele mit zu planen, zu gestalten und effizient anzuwenden. Ziel ist, für die Anwendung von Mitteln und Methoden der Informationsverarbeitung im betrieblichen Umfeld das notwendige Verständnis zu entwickeln, entsprechendes Wissen zu vermitteln und grundlegende Fertigkeiten der praktischen Nutzung auszuprägen. Die Absolventen werden in die Lage versetzt, entsprechend dem aktuellen Stand der Technik Mittel, Methoden und Systeme der Informationsverarbeitung zur Erfüllung ihrer betrieblichen Aufgaben effizient einzusetzen. Im Rahmen der Praktika bzw. Belegarbeit werden durch Gruppenarbeit bzw. Präsentationen Schlüsselqualifikationen wie Teamfähigkeit und Sozialkompetenz bzw. Präsentations- und Kommunikationsfähigkeit ausgeprägt.		
Lehrinhalte Ausgehend von der Klärung von Grundbegriffen und Zusammenhängen der Wirtschaftsinformatik stehen folgende Schwerpunkte im Mittelpunkt der Ausbildung: <ul style="list-style-type: none"> • Systemgrundlagen insbesondere Systemtheorie, Codierung und Zahlensysteme • Aufbau, Klassifizieren und Konfigurieren von Computersystemen • Systematische Softwareentwicklung und -anwendung inklusive Einführung in die Programmierung • Datenkommunikation und Rechnerverbundsysteme • Einführung in die Modellierung von Daten, Funktionen und Prozessen • Einführung in die Gestaltung betrieblicher Informationssysteme • 		
Literatur: Balzert, H.: Lehrbuch der Softwaretechnik: Softwaremanagement, Software-Qualitätssicherung, Unternehmensmodellierung, Spektrum, 1998 Scheer, A. W.: Wirtschaftsinformatik, Springer, 1995 Stahlknecht, P.; Hasenkamp, U.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, 9. Auflage, Springer, 1999		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Keine		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfungsleistung (Klausur) alternative Prüfungsleistung (Beleg)	Gewichtung: 75 % 25 %	Zeitdauer: 120 min
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 19.04.2006

durch: Prof. Dr. C.A. Schumann

Modulnummer SPR 105	Modulname Einführung in die Fachkommunikation Wirtschaft	Dozent(en) Prof. Tan
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: 3. Semester (WS)	
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180	
	Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung/Übung: 60 h (4 SWS) Seminar: 30 h (2 SWS) Selbststudium: 90 h	
Lernziele Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über einen Grundwortschatz und die Analysemethoden, um Texte in verschiedenen Textsorten zu Wirtschaftsthemen zu lesen und verstehen; • verfügen über chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe A 2.2 des europäischen Referenzrahmens. 		
Lehrinhalte <ul style="list-style-type: none"> • Lektüre chinesischer Texte zu wirtschaftsbezogenen Themen (z.B. Der chinesische Markt und die Globalisierung der Weltwirtschaft, ausländische Investitionen in China, deutsch-chinesische Wirtschaftsbeziehungen); • Bearbeitung und Erstellung von Vertragstexten, Bewerbungen, Handelskorrespondenz und Anzeigen • Simulation von Vorstellungs- und Geschäftsgesprächen 		
Literatur (Auswahl): <ul style="list-style-type: none"> • Huang, Weizhi: Chinese for Economics and Trade. Beijing: Sinolingua, 1998. • Huang, Weizhi: Business Chinese (Elementary), Book One. Beijing: Sinolingua, 1999. • Ren, Xuemei; Liu, Xiaoyu: Meeting China. Intermediate. Beijing: Peking University Press, 1997. • Yang, Jizhou: Hanyu Jiaocheng II, Band 1. Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 1999. • Li Ming; Li Li; Ma Xiaodong: Chinese for Managers, Everyday Chinese Volume 1. Beijing: Foreign Language Teaching & Research Press, 2005 • Li An; Ding Anqi: Business Chinese. Beijing: Peking University Press, 2002. 		
Multimedia-Lehrwerke: <ul style="list-style-type: none"> • Go 2 China. Mandarin Platform. Chinese Course (zu dem Lehrbuch Hanyu Jiaocheng Band 1, Teil 1 & Teil 2). Beijing Unitesoft Information Technology, 2006. • Go 2 China. Practical Chinese Conversation. Beijing Unitesoft Information Technology, 2005. • Chinesisch Interaktiv. Die weltweit erste Lernsoftware-Serie für Chinesisch. Beijing: Sinolingua 2006. • Chen Fu; Zhang Heshen: Standard Chinese. Elementary Part I. Daheng Electronic Press, 2005. 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Abschluss des Moduls „Chinesisch und Alltagskommunikation“ oder Nachweis chinesischer Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe A 2.1 des europäischen Referenzrahmens.		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfung	Zeitdauer: 90 Min.	
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 23.01.2007

durch: Jinfu Tan

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 106	Studien interkultureller Kommunikation	Dr. Weidemann
Studiengang:	Semester: 3. Semester (WS)	
Languages and Business Administration	ECTS-Punkte: 6 Arbeitsaufwand in h: 180	
Studienschwerpunkt:	Lehr- und Lernformen in h:	
Chinesischsprachiger Kulturraum	Vorlesung/Übung: 30 h (2 SWS)	
	Seminar: 60 h (4 SWS)	
	Selbststudium: 90 h	
Lernziele		
Die Studierenden		
<ul style="list-style-type: none"> • kennen Methoden der Analyse interkultureller Kommunikation • sind fähig, ihr Wissen und ihre Analysekompetenz auf neue interkulturelle Kommunikationssituationen anzuwenden • kennen Forschungsergebnisse zu zentralen Aspekten interkulturellen Managements in China • können kulturelle Anteile konkreter Managementaufgaben im chinesischen Kontext identifizieren und verschiedene Handlungsalternativen bezüglich ihrer Eignung bewerten 		
Lehrinhalte		
Baustein I: Interkulturelle Wirtschaftskommunikation		
<ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Analyse interkultureller Kommunikation • deutsche und chinesische Kommunikationsroutinen • typische Probleme deutsch-chinesischer Kommunikation • Strategien der erfolgreichen Bewältigung interkultureller Kommunikation 		
Literatur (Auswahl)		
<ul style="list-style-type: none"> • Deppermann, Arnulf (1999): Gespräche analysieren. Eine Einführung in konversationsanalytische Methoden. Opladen: Leske + Budrich (= Qualitative Sozialforschung). • Günthner, Susanne (1993). Diskursstrategien in der interkulturellen Kommunikation: Analysen deutsch-chinesischer Gespräche. Tübingen: Niemeyer. • Straub, Jürgen; Weidemann, Arne und Weidemann, Doris (Hg.) (2007). Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kompetenz. Stuttgart: Metzler. 		
Baustein II: Chinese Business Culture		
<ul style="list-style-type: none"> • Interkulturelles Management in China: Personalauswahl, Führung, Verhandlung, Präsentationen, Geschäftsetikette; • Kulturangepasste Strategien unternehmerischen Handelns in China; • Begleitende Fallstudien, Critical Incidents. 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Böhn, Dieter; Bosch, Aida; Haas, Hans-Dieter; Kühlmann, Torsten & Schmidt, Gert (Hg.) (2003). Deutsche Unternehmen in China: Märkte, Partner, Strategien. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag. • Kaufmann, Lutz; Panhas, Dirk; Poovan, Boney & Sobotka (2005). China Champions. Wie deutsche Unternehmen den Standort China für ihre globale Strategie nutzen. Wiesbaden: Gabler. • Selmer, Jan (Ed.) (1998). International Management in China: Cross-Cultural Issues. New York: Routledge. • Stahl, G./ Mayrhofer, W. & Kühlmann, T. (2005). Internationales Personalmanagement. Neue Aufgaben, neue Lösungen. München: Hampp 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Abschluss Modul Grundlagen interkult. Kommunikation		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfung	Gewichtung: 33,33%	Zeitdauer: 60 Minuten
aP: Präsentation	33,33%	
aP: Datenerhebung	33,33%	
Vorleistungen:		

Erarbeitet am: 23.01.07

durch: Weidemann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en):
SPR 402	Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum	FG Englisch
Studiengang(e): Languages and Business Administration		Semester: 3.Semester (Pflichtmodul)
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner/hispanophoner/chinesischsprachiger Kulturraum		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Übung: 60 (4 SWS) Selbststudium: 60
Lernziele: Fähigkeit zur komplexen englischsprachigen mündlichen und schriftlichen Kommunikation innerhalb eines (ggf. internationalen) Unternehmens und zwischen verschiedenen Unternehmen auf internationaler Ebene durch: <ul style="list-style-type: none"> - Erwerb/Erweiterung der dafür erforderlichen sprachlichen Kenntnisse und Fertigkeiten - Erkennen und Beachten der Strukturen, Varianten und interkulturellen Unterschiede der für die internationale innerbetriebliche und zwischenbetriebliche Kommunikation typischen mündlichen und schriftlichen Kommunikationseinheiten/Textsorten Die durch das Modul erworbene fremdsprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe C 1. 1 des Europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte: <ul style="list-style-type: none"> - weitere sprachliche Mittel der Telefonkommunikation auf Englisch (Wiederholung/Festigung/Erweiterung aus Grundlagen Wirtschaftsenglisch) - Ablauf der Vorbereitung und Durchführung von innerbetrieblichen Besprechungen und die dazugehörigen sprachlichen Mittel; Unterschiede zwischen formellen und informellen Zusammenkünften - Verbale und nonverbale Kommunikationsmittel im Verlauf von Präsentationen - Textsortentypische Strukturen und sprachliche Realisierungsformen von Protokollen, Berichten und Memos - Weiterentwicklung der Strukturen und sprachlichen Mittel in englischsprachiger Handelskorrespondenz – unter Beachtung der Unterschiede BE : AE sowie unterschiedlicher Formalitätsgrade - Verbale und nichtverbale Kommunikationsmittel bei Bewerbungen bei ausländischen Firmen (versch. Formen von Lebenslauf u. Bewerbungsschreiben, Führen von Bewerbungsgesprächen) - Ablauf der Vorbereitung und Durchführung internationaler geschäftlicher Verhandlungen, die dazugehörigen sprachlichen Mittel und kulturelle Spezifik (einschl. Socializing + Small Talk) 		
Literaturangaben: <ul style="list-style-type: none"> - Mark Powell: New Business Matters, Thomson/Heinle 2004 - David Cotton, Sue Robbins: Business Class, Longman 1999 - Simon Sweeney: English for Business Communication, Cambridge University Press, Cambridge 1997 - B. Jean Naterop, Rod Revell : Telephoning in English, Cambridge University Press, Cambridge 1997 - René Bosewitz, Robert Kleinschroth: Small Talk for Big Business, Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2003 - Mark Powell: Presenting in English, Language Teaching Publications, Hove 1996 - Malcolm Goodale: Professional Presentations – A Video-Based Course, Cambridge University Press, Cambridge 1998 - Rebecca Chapman: English for Emails, Cornelsen, Berlin 2003 - Birgit Abegg, Michael Benford: Communication for Business, Max Hueber Verlag, 		

Ismaning 1999

- A. Ashley: Oxford Handbook of Commercial Correspondence, Oxford University Press, Oxford 2003
- Jackie Pocklington, Patrik Schulz, Erich Zettl: Bewerben auf Englisch: Tipps, Vorlagen & Übungen, Cornelsen, Berlin 2004
- Klaus Schürmann, Suzanne Mullins: Die perfekte Bewerbungsmappe auf Englisch, Eichborn, Frankfurt 2001
- Ron Fry: 101 Great Answers to the Toughest Interview Questions, Thomson/Delmar Learning 2000

Voraussetzungen/Vorkenntnisse:

- Abiturkenntnisse Englisch
- Grundlagen Wirtschaftsenglisch /Äquivalent (z. B. Zertifikat einer Berufsausbildung in der Wirtschaft mit Wirtschaftsenglisch, CAE, Unicert II wirtschaftsfachsprachlich, Zertifikat der London Chamber of Commerce, TOEIC,...)
- Fachsprache Wirtschaftsenglisch

Leistungsnachweise:

Art: :- Mündliche Prüfung 30%

Zeitdauer: 15 Min./Stud.,

- schriftliche Prüfung 40%

60 Min.

- aP: Präsentation 30%

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19. 01. 2007

durch: FG Englisch/E. Ho./S. Bu.

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW 600	Leistungsprozesse (Materialwirtschaft, Produktions- und Kostentheorie, Produktionswirtschaft)	Prof. Dr. Schwarz
Abschluss:		Semester: Wintersemester
Bachelor of Arts		ECTS-Punkte: 6
Studiengang(e):		Arbeitsaufwand in h: 180
alle BA-/Diplomstudiengänge FB WIWI (PM)		Lehr- und Lernformen in h:
alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (PM)		Vorlesung mit integrierter Übung: 90 (6 SWS)
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		Selbststudium: 90
Lernziele		
<p>Die Studierenden sollen auf Basis allgemeiner produktions- und kostentheoretischer Erklärungsmodelle Ertrags-, Verbrauchs- und Kostenverhalten von Produktionssystemen beschreiben, bestimmen und bewerten können.</p> <p>In Verbindung mit dem erworbenen Wissen sollen die Studierenden Material- und Produktionswirtschaft als grundlegende unternehmerische Leistungsprozesse in Verbindung mit anderen betrieblichen Prozessen und Funktionen kennen lernen und ausgewählte Instrumente und Methoden zur Prozessgestaltung anwenden können.</p> <p>Die Studierenden sollen insbesondere produktionswirtschaftliche Systeme anhand ihrer Bestandteile, Ziele, Aufgaben und Eigenschaften in Unternehmen der Industrie charakterisieren, praxisrelevante Produktionstypen kennen und hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile für die Verwirklichung produktionswirtschaftlicher Ziele bewerten, die Aufgabenstruktur eines Produktionsplanungs- und Produktionssteuerungssystems (PPS-System) erläutern und ausgewählte Verfahren zur Lösung dieser Aufgaben anwenden können.</p> <p>Durch selbstständiges Lösen von Übungsaufgaben zum Ertrags-, Verbrauchs- und Kostenverhalten von Produktionssystemen soll das erworbene Wissen gefestigt werden.</p>		
Lehrinhalte		
<u>Teil Materialwirtschaft:</u>		
<i>Einführung</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Begriffe aus Materialwirtschaft und Logistik, • Ziele und Kernaufgaben der Materialwirtschaft, • Materialwirtschaftlicher Gestaltungsrahmen, • Volks- und betriebswirtschaftliche Bedeutung, • Einordnung in die betriebliche Organisation 		
<i>Grundlegende materialwirtschaftliche Instrumentarien</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Verfahren der Materialanalyse • Portfolio-Techniken • Wertanalyse • Materialstandardisierung • Materialnummernsysteme 		
<i>Strategisch orientiertes Materialmanagement</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Beschaffungsmarketing, Materialwirtschaftliche Politikfelder, Beschaffungsplanung 		
<i>Operatives Materialmanagement</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • Materialdisposition- Disposition des Materialbedarfs, des Materialbestands und der Materialbestellungen (Ziele und Aufgaben, Materialbedarfsarten, zeitbezogene Kenngrößen, Planungsgrundlagen und ausgewählte Verfahren) • Materialbeschaffung (Beschaffungsanbahnung, Beschaffungsabschluss, Beschaffungsabwicklung, Einkaufscontrolling) • Materiallagerung 		

- Materialentsorgung

Teil: Produktions- und Kostentheorie

Betriebswirtschaftliche Grundlagen:

- Einordnung der Produktions- und Kostentheorie in die Betriebswirtschaftslehre
- Begriff und Definition der Produktionsfunktion und der Kostenfunktion
- Substitutionalität und Limitationalität der Produktionsfaktoren

Produktionsfunktion vom Typ A (Ertragsgesetz)

- Ertragsgesetz bei Variation eines Produktionsfaktors:
- Gesamt-, Grenz- und Durchschnittsertrag;
- Optimalpunkte des Ertragsgesetzes; Beziehungen zwischen den Ertragskurven;
- Ableitung der dazugehörigen Kostenfunktion; Gesamt-, Grenz- und Durchschnittskosten;
- Beziehungen zwischen den Kostenkurven
- Ertragsgesetz bei Variation mehrerer Produktionsfaktoren
- Isoquantendarstellung; Durchschnitts- und Grenzrate der Substitution
- Ableitung der dazugehörigen Kostenfunktion
- Minimalkostenkombination

Produktionsfunktion vom Typ B (Verbrauchsfunktion)

- Problemstellung, Leontief-Produktionsfunktion
- Begriffe: technischer Leistungsgrad, Intensität, optimale Intensität
- Minimaler Faktorverbrauch und optimale Intensität
- Abgeleitete Kostenverläufe

Überblick über weitere Produktionsfunktionen

Teil: Produktionswirtschaft

Abgrenzung eines produktionswirtschaftlichen Systems

- Systembestandteile
- Ziele, Aufgaben und Eigenschaften
- Beziehungen zu anderen produktionsnahen Aufgaben und Prozessen in Unternehmen

Systematisierung (Typologie) produktionswirtschaftlicher Systeme

- Systematisierungszweck
- elementare und kombinierte Produktionstypen
- ausgewählte praxisrelevante Produktionstypen (Werkstattfertigung, Konzepte der Gruppenfertigung und der (klassischen) Fließfertigung)
- Sonderformen der Produktion
- produktionstypabhängige Aufgaben der Planung und Steuerung der Produktion

Produktionswirtschaftlicher Handlungsrahmen

- Grundsätzliche Aufgaben des strategischen, taktischen und operativen Produktionsmanagement

Operatives Produktionsmanagement

- Aufgaben der operativen Produktgestaltung
- Modelle und Verfahren der Programmplanung
- Ausgewählte Planungsaufgaben zur Bereitstellung von Leistungspotentialen
- Aufgaben der operativen Prozessgestaltung
- Arbeitsplanung
- Grundstruktur eines PPS- Systems

Übergreifende Aspekte des Produktionsmanagements

- Produktionsorganisation
- Produktionscontrolling
- Umweltschutz
- Qualitätsmanagement

Literatur:

Jünemann, R./Beyer, A.: Steuerung von Materialfluß- und Logistiksysteme, Berlin 1998

Koether, R.: Technische Logistik, 2. Aufl., Wien 2001

Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme- Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 7. Aufl., Berlin 2004
Schulte, G.: Material- und Logistikmanagement, 2. Aufl., Wien 2001
Tempelmeier, H.: Materiallogistik, 6. Aufl., Berlin 2005

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Kenntnisse der Lehrinhalte des Moduls Einführung in die Wirtschaftswissenschaften

Leistungsnachweise

Art:	Gewichtung:	Zeitdauer:
schriftliche Prüfungsleistung (Klausur)	100 %	180 min
Teil Produktions- und Kostentheorie		
Teil Materialwirtschaft	33,33 %	
Teil Produktionswirtschaft	33,33 %	
	33,33 %	

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19.04.2006

durch: Prof. Dr. M. Schwarz

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW501	Unternehmensführung/ Informationsmanagement	Prof. Dr. U. Sadowski, Prof. Dr. A. Steinmann, Prof. Dr. S. Kassel, Prof. Dr. C:A: Schumann, Prof. Dr. T. Teich, Prof. Dr. S. Winkelmann
Abschluss:		Semester: Wintersemester
Bachelor of Arts		ECTS-Punkte: 4
Studiengang(e):		Arbeitsaufwand in h: 120
alle BA-/Diplomstudiengänge		Lehr- und Lernformen in h:
FB WIWI (PM)		Vorlesung mit integrierter Übung: 60 (4 SWS)
alle BA-/Diplomstudiengänge		Selbststudium: 60
FB Sprachen (PM)		
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e):		
Lernziele		
<p>Im Modul Unternehmensführung und Informationsmanagement erwerben die Teilnehmer Grundkenntnisse zu den wesentlichen Aspekten aus dem Gebiet der Unternehmensführung und des Informationsmanagements. Die Studierenden verfügen über die Fertigkeit, die komplexen Zusammenhänge im Management unter besonderer Berücksichtigung des Informationsmanagements zu verstehen und zu bewerten. Sie sind in der Lage, einfache Führungsaufgaben wahrzunehmen und die dafür notwendigen Methoden und Mittel der Informations- und Kommunikationstechnologien zu planen, zu managen und anzuwenden. Im Rahmen kleiner Belegaufgaben werden Kompetenzen zur Team-, Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit ausgeprägt.</p>		
Lehrinhalte		
<p>1) Unternehmensführung Aufgaben des Managements: Führungsfunktionen (Kommunikation, Zielsetzung/Planung, Entscheidung, Motivation, Organisation, Überwachung), Sachfunktionen (Beschaffung, Leistungserstellung, Leistungsverwertung, Finanzierung) Konzeptionen und Methoden im Management: Strategisches Management, Leadership, Organisationskultur, Wissensmanagement, Change-Management, Vision/Leitbild, Innovation, Lean Management, Just in time, TQM, E-Commerce, Business Reengineering, Shareholder-Value, Kundenzufriedenheit</p>		
<p>2) Informationsmanagement und Unternehmensführung Informationsmanagement als integraler Teil der Unternehmensführung, Organisation des Informationsmanagement im Unternehmen, Unternehmensführung/Informationsmanagement und Controlling</p>		
<p>3) Informationsmanagement Gegenstand und Inhalt: Entwicklung des IM, Begriffswelt IM, Ziele, Objekte, Aufgaben, Modelle Überblick Kernaufgaben: Analyseaufgaben, strategische Aufgaben, Realisierungsaufgaben, operative Aufgaben des IM</p>		
<p>4) Überblick Querschnittsaufgaben: Datenmanagement, Personalmanagement, Sicherheits- und Katastrophenmanagement, Qualitätsmanagement, etc. im IM</p>		
Literatur:		
Schwarze, J.: Informationsmanagement, Herne; Berlin, 1998		
Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 1, 15. Aufl. Wiesbaden 2005		
Mertens, P.: Integrierte Informationsverarbeitung 2, 9. Aufl. Wiesbaden 2002		
McLeod, R./Schell, G.: Management Information Systems, 9. Aufl. Englewood Cliffs, New Jersey 2003		
Riemann, W.O.: Wirtschaftsinformatik, 3. Aufl. München; Wien 2001		
Sadowski, U.; Gläss, M.: Strategisches Denken und Handeln, München 2006.		
Strunz, H.; Dorsch, M.: Management, München und Wien 2001		

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Kenntnisse der Lehrinhalte der Module Einführung in die Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik

Leistungsnachweise**Art:**

schriftliche Prüfungsleistung

Gewichtung:

100 %

Zeitdauer:

120 min

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19.04.2006

durch: Prof. Dr. U. Sadowski / Prof. Dr. C.A. Schumann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 107	Chinesische Unternehmenskommunikation	Prof. Tan
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: 4. Semester (SS)	
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum	ECTS-Punkte: 4	
	Arbeitsaufwand in h: 120	
	Lehr- und Lernformen in h:	
	Vorlesung/Übung: 30 h (2 SWS)	
	Übung: 30 h (2 SWS)	
	Selbststudium: 60 h	
Lernziele		
Die Studierenden		
<ul style="list-style-type: none"> • können verschiedene Situationen in der chinesischen (internen und externen) Unternehmenskommunikation bewältigen. • verfügen über chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe B 1 des europäischen Referenzrahmens. 		
Lehrinhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Struktur und Struktureinheiten eines Unternehmens und die Aufgabenbereiche dieser Struktureinheiten • Formen und Besonderheiten der Unternehmenskommunikation • Vermittlung der Sprachmittel, die für die Unternehmenskommunikation relevant sind, durch Lektüre der unternehmens- und wirtschaftsbezogenen Texte und Sprechtrainings • Übungen zu Handelskorrespondenz und zu alltäglichen Geschäfts- und Arbeitsabläufen in verschiedenen Abteilungen • Einführung in den Gebrauch der chinesischen Textverarbeitungssysteme und Internet-Tools • Textproduktion von Lebenslauf, Bewerbungsschreiben auf Chinesisch 		
Literatur:		
<ul style="list-style-type: none"> • Huang, Weizhi: Business Chinese (Advanced). Book One. Beijing: Sinolingua, 2000. • Huang, Weizhi: Business Chinese (Elementary), Book Two. Beijing: Sinolingua, 1999. • Liu, Yuanman; Liu, Xiaoyu; Liu, Lixin: Meeting China. Advanced. Beijing: Peking University Press, 1997. • Yang, Jizhou: Hanyu Jiaocheng II, Band 2. Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 1999. • Ren, Xuemei; Liu, Xiaoyu: Meeting China. Intermediate. Beijing: Peking University Press, 1997. • Li Ming; Li Li; Ma Xiaodong: Chinese for Managers, Everyday Chinese Volume 1. Beijing: Foreign Language Teaching & Research Press, 2005 • Li An; Ding Anqi: Business Chinese. Beijing: Peking University Press, 2002. • Zhang Li; Nie, Xuehui: Business Chinese Readers. Gateway to Business Chinese Daily Communication. Beijing: Peking University Press, 2005. 		
Multimedia-Lehrwerke:		
<ul style="list-style-type: none"> • China Panorama. Chinese for Business. Learning advanced Chinese and China business skills at the same time. Beijing: Audio-visual Press China Central Radio & TV University, 2005. 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse		
Abschluss des Moduls „Einführung in die Fachkommunikation Wirtschaft“ oder Nachweis chinesischer Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe A 2.2 des europäischen Referenzrahmens.		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfung	Zeitdauer: 90 Min.	
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 23.01.2007

durch: Jinfu Tan

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR108	Chinesische Kommunikation in Hochschule und Unternehmen	Prof. Tan
Studiengang: Languages and Business Administration		Semester: 4. Semester (SS)
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Übung: 60 h (4 SWS) Selbststudium: 60 h
Lernziele Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • verfügen über spezifisches Fachvokabular zur Kommunikation in der Hochschule und im Unternehmen; • verfügen über chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe B 2.1 des europäischen Referenzrahmens. 		
Lehrinhalte <ul style="list-style-type: none"> • Chinesische Etikette und Sprechroutinen; • Fachvokabular zur Kommunikation in der Hochschule und im Unternehmen. 		
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Goethe-Institut: Routinen im Fremdsprachenerwerb. Münchner Werkheft, 1986. • Lügner, Heinz-Helmut: Routinen und Rituale in der Alltagskommunikation. Berlin, München, Wien, Zürich, New York: Langenscheidt, 1993. • Tan, Jinfu: Die Entwicklung der deutsch-chinesischen Kulturbeziehungen 1949-1989. Ein Beitrag zur Geschichte der auswärtigen Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland. Regensburg: S. Roderer Verlag, 1994. • Tan, Jinfu: Gesprächsroutinen. Gesamtliste / Inhaltsverzeichnis der deskriptiven Liste, (Manuskript) • Zhang, Xin: Die Etikette in der chinesischen Gesellschaft und Kultur. Shanghai University Press, 2000. 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Abschluss des Moduls „Einführung in die Fachkommunikation Wirtschaft“ oder Nachweis chinesischer Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe A 2.2 des europäischen Referenzrahmens.		
Leistungsnachweise		
Art: schriftliche Prüfung		Zeitdauer: 90 Min.
Vorleistungen: keine		

Erarbeitet am: 23.01.2007

durch: Jinfu Tan

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 109	Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt	Dr. Weidemann/ Prof. Tan
Studiengang:		Semester: 4. Semester (SS)
Languages and Business Administration		ECTS-Punkte: 6
Studienschwerpunkt:		Arbeitsaufwand in h: 180
Chinesischsprachiger Kulturraum		Lehr- und Lernformen in h:
		Vorlesung/Übung: 30 h (2 SWS)
		Seminar: 60 h (4 SWS)
		Selbststudium: 90 h
Lernziele: Die Studierenden		
<ul style="list-style-type: none"> • kennen Erfolgsstrategien zur Bewerbung um einen Praktikumsplatz in China und können diese bei der eigenen Bewerbung anwenden; • kennen Charakteristika der chinesischen Hochschulausbildung und der Partneruniversitäten; • verfügen über Wissen bezüglich der regionalen Vielfalt Chinas; • sind mit den grundlegenden Schritten empirischer Forschungsarbeit vertraut und können diese bei der Planung eines eigenen Bachelorprojekts umsetzen; • sind in der Lage (qualitative) Forschungsmethoden zur Erforschung kultureller Differenz und interkultureller Kommunikation anzuwenden. 		
Lehrinhalte		
Baustein I: Studium und Praktikum in China		
<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Studienordnung, Prüfungsordnung und Beschreibungen der Auslandsmodule des Studienschwerpunktes; • Bewerbungsstrategien und Praktikumssuche in China; • Strukturelle, didaktische und bildungspolitische Charakteristika der chinesischen Hochschulausbildung; • die chinesischen Partnerhochschulen und ihre Lehrangebote • Bewerbungs- und Anmeldeverfahren sowie Antragstellung für Einreise-Visum • Finanzierung des Auslandsstudiums: Auslandsbafög, verschiedene Förderprogramme des DAAD und der anderen Stiftungen 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Chen, Shing-lung (2003). Kulturelle Kontraste bei deutschen und chinesischen Bewerbungsgesprächen am Beispiel des Berufsbereiches der Informationstechnologie. Frankfurt a. M.: Lang. • Hesse, Jürgen/Schrader, Hans Christian (2005). Das Hesse/Schrader-Bewerbungshandbuch. Alles, was Sie für ein erfolgreiches Berufsleben wissen müssen. Frankfurt: Eichborn. 		
Baustein II: Methoden empirischer Forschung		
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen empirischer Sozialforschung und Einführung in ausgewählte Forschungsmethoden; • Anleitung zur Forschungsplanung und –dokumentation • Vorausschauende Themenfindung für künftige Bachelor-Arbeiten. 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Flick, Uwe; Kardorff, Ernst; Steinke, Ines (Hg.) (2000): Qualitative Forschung: ein Handbuch. Reinbek: Rowohlt. • Kühl, Stefan / Strodtholz, Petra (Hg.) (2002): Methoden der Organisationsforschung: ein Handbuch. Reinbek: Rowohlt. 		
Baustein III: Regionen und Provinzen Chinas		
<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung einer Mappe zum Thema ‚Provinzporträts China‘ zur Darstellung der regionalen Vielfalt in China 		
Literatur (Auswahl):		
<ul style="list-style-type: none"> • Staiger, Brunhild; Friedrich, Stefan & Schütte, Hans-Wilm (Hg.) (2003). Das große China-Lexikon. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt. • Krieg, Renate / Liu, Jen-Kai / Müller, Gunda / Schädler, Monika / Sternfeld, Eva (1999): Provinzporträts der VR China: Geographie, Wirtschaft, Gesellschaft. 2. Aufl. Hamburg. 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse: Abschluss Modul Studien interkult. Kommunikation		

Leistungsnachweise**Art:** aP: Belegarbeit (70%)

aP: Präsentation (30%)

Vorleistungen:

Erarbeitet am: 23.1.07

durch: D. Weidemann

Modulnummer: SPR 403	Modulname: Englisch für das wirtschaftliche Fachprofil	Dozent(en): FG Englisch
Studiengang(e): Languages and Business Administration	Semester: 4. Semester - Pflichtmodul	
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Frankophoner/hispanophoner/chinesisch- sprachiger Kulturraum	ECTS-Punkte: 4	
	Arbeitsaufwand in h: 120	
	Lehr- und Lernformen in h:	
	Seminar: 60 h (4 SWS)	
	Selbststudium: 60 h	
Lernziele		
<p>Dieses Modul dient dazu, die Studierenden zur englischsprachigen Kommunikation in typischen Situationen des gewählten Wirtschaftsfachprofils zu befähigen. Entsprechend den für den Studiengang „Languages and Business Administration“ wählbaren Wirtschaftsfachprofilen bietet das Modul 5 Optionen</p> <ul style="list-style-type: none"> A) Marketing B) Logistik C) Unternehmensführung D) Human Resources Management E) Wirtschaftsinformatik <p>an. Die in den Pflichtmodulen „Fachsprache Wirtschaftsenglisch“ und „Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum“ erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten werden in diesem Modul vertieft, um die für das jeweilige Wirtschaftsfachprofil charakteristische Spezifik erweitert sowie auf nationaler und internationaler Ebene intensiv beleuchtet. Im Einzelnen sollen die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - die in den Pflichtmodulen „Fachsprache Wirtschaftsenglisch“ und „Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum“ erworbenen sprachlichen und fachspezifischen Kenntnisse und Fähigkeiten durch die Diskussion und Analyse praxisnaher englischsprachiger Fachlehrwerke und Fallstudien zu den Bereichen des jeweiligen Fachprofils weiterentwickeln und vertiefen. - sich durch das eigenständige Auseinandersetzen mit themenbezogenen englischen Artikeln und Berichten in Zeitungen, TV, Radio und Internet effiziente Arbeitsmethoden aneignen, die sie befähigen, auch im späteren Berufsleben kontinuierlich ihren Wortschatz und ihre Grammatikkompetenz in den genannten Wirtschaftsbereichen zu erweitern - mit den in Präsenz und im Selbststudium vertieften sprachlichen und fachspezifischen Kenntnissen im mündlichen und schriftlichen Kontext z. B. in Diskussionen, Vorträgen sowie schriftlichen Arbeiten zu den Themen des Wirtschaftsfachprofils sicher umgehen lernen - die vertieften Kenntnisse und Fertigkeiten in praxisnahen Situationen und Gruppenprojekten trainieren und sich auf diese Weise intensiv auf englischsprachige Situationen und Anforderungen auf dem Gebiet des gewählten Wirtschaftsfachprofils in ihrem späteren Berufsleben im In- und Ausland vorbereiten <p>Die durch das Modul erworbene fremdsprachliche Kompetenz entspricht der Niveaustufe C 1. 2 des Europäischen Referenzrahmens.</p>		
Lehrinhalte		
Option A): Marketing		
<ul style="list-style-type: none"> - Marketingkonzepte/-modelle und -strategien - Marketing auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene - Produkte und Marken im globalen Markt - Globale Werbestrategien, Werbekanäle und Werbemittel im globalen Markt - Werbung und Sprache im globalen Markt 		

- Verkauf, Verkaufsverhandlungen und Preisstrategien im globalen Markt
- Marketing und Internet (E-Commerce und E-Marketing)
- Marketing und Umwelt
- Marketing und Ethik
- Fallanalysen internationaler Marketing-Projekte

Literaturangaben:

- Jeremy Comfort, Nick Brieger: Marketing, Prentice Hall International, 1999
- Ian MacKenzie: Management and Marketing, Thomson/Heinle 1997
- Nick Brieger, Jeremy Comfort: Advanced Business Contact, Phoenix ELT
- Maggie-Jo St John: Marketing, Prentice Hall International, 1992
- Aktuelle Artikel aus Financial Times, TIME, The Economist ... und dem Internet
- Sylee Gore: English for marketing and Advertising, Cornelsen, Berlin 2006

Option B): Logistik

- Logistische Konzepte
- Logistik auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene
- Verbindung von Produktion und Distribution
- Produktionsabläufe sowie Lagerungs-, Verpackungs- und Vertriebssysteme
- Logistik und Supply Chain Management
- Just-In-Time Management
- Logistik in Import und Export: Verhandlungen und Dokumentation
- Informationsfluss in der Logistik (Logistik und IT)
- Logistik und Umwelt
- Logistik und Ethik
- Fallanalysen logistischer Probleme

Literaturangaben:

- Lau, Susan et al.: Freight Matters – Englisch für Speditionskaufleute, Cornelsen
- Simon Kent et al.: Market Leader – Upper Intermediate New Edition, Pearson Longman
- Iwonna Dubicka, Margaret O' Keeffe: Market Leader – Advanced, Pearson Longman
- Gabi Galster, Christine Rupp: Wirtschaftsenglisch für Studium und Beruf, Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2006
- Frances O' Riordan, Doris Lehniger: Business 21, Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2002
- Aktuelle Artikel aus Wirtschaftszeitungen und -zeitschriften (Financial Times, The Economist,...) und aus dem Internet

Option C): Unternehmensführung

- Unternehmensbegriff und Unternehmerpersönlichkeit
- Mitarbeiterführung (Organizational Leadership)
- Corporate Governance and Ethics
- Corporate Identity and Corporate Design
- Interkulturelle Aspekte der Unternehmensführung
- Fallstudien

Literaturangaben:

- Philip A. Wickham: Strategic Entrepreneurship, Pearson Education Ltd., Harlow 2001
- Bob de Wit, Ron Meyer: Strategy – Process, Content, Context, Thomson Learning, London 1998
- Jochen Piontek: Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2004
- Aktuelle Artikel aus englischsprachigen Wirtschaftszeitungen und -zeitschriften (Financial Times, The Economist,...) und aus dem Internet

Option D): Human Resources Management

- Begriff und Rolle des HR Managements
- Analyse von Stellenanforderungen; Stellen- und Einstellungsplanung
- Gestaltung von Stellenanzeigen; Auswahl von Kandidaten, Führen von Vorstellungsgesprächen, Schreiben von Zusagen und Ablehnungen
- Personalentwicklung und Karrieremanagement
- Vergütung und materielle Anreize
- Rechtliche Aspekte des Personalmanagements
- Interkulturelle Herausforderungen in der internationalen Arbeitswelt

Literaturangaben:

- Nick Brieger, Jeremy Comfort: Personnel, Prentice Hall International, Hartfordshire 1992
- English for Human Resources, Cornelsen, Berlin 2005
- Aktuelle Artikel aus Wirtschaftszeitungen und –zeitschriften (Financial Times, The Economist,...) und aus dem Internet

Option E): Wirtschaftsinformatik

- Komponenten eines Computer-Systems
- Arten von Software und ihre Nutzung
- Betriebliche Informationssysteme (produkt- und prozessorientierte)
- SAP – in Organisationen und der Unternehmensführung, HR Management, Logistik, Controlling
- PDM (Produkt-Daten-Management)-System
- E-Commerce

Literaturangaben:

- Glendinning, E. H.; McEwan, J.: Oxford English for Information Technology, 2nd edition, Oxford University Press
- Computer-Englisch 1 + 2, Lützenkirchen Lehrsysteme
- Infotech – English for Computer Users, 3rd edition, Cambridge University Press
- IT Milestones – Englisch für alle Computer- und IT-Berufe, Klett
- Fachzeitschriften, z. B. Computer World, Knowledge and Information Systems (Springer), SAP Professional Journal, UPGRADE – The European Journal for Informatics Professionals ...
- Internet

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Pflichtmodule „Fachsprache Wirtschaftsenglisch“ und „Unternehmens- und Geschäftskommunikation im englischsprachigen Kultur- und Wirtschaftsraum“

Leistungsnachweise:

Art: AP: Belegarbeit 80%

AP: Präsentation 20 %

Vorleistungen: keine

Erarbeitet am: 19.01.2007

durch: A. Hei/E. Ho./Th. Ri.

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
WIW316	Recht	Prof. Dr. J. Gruber D.E.A. (Paris I)
Abschluss: Bachelor of Arts		Semester: Sommersemester/Wintersemester
Studiengang(e): alle BA-/Diplomstudiengänge FB Sprachen (WPM)		ECTS-Punkte: 4
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Alle Studienschwerpunkte		Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung: 60 (4 SWS) Selbststudium: 60
Lernziele Die Studierenden werden befähigt, Lebenssachverhalte unter juristischen Gesichtspunkten zu erfassen und auszuwerten. Dies umfasst zum einen die Vermittlung von juristischen Grundkenntnissen. Zum anderen sollen die Studierenden üben, einen Sachverhalt genau zu analysieren und ein Ergebnis durch einen logischen Aufbau der Argumente zu begründen.		
Lehrinhalte Arbeitsrecht A) Grundlagen 1. Rechtsschutz und Rechtsgrundlagen 2. Die Begründung von Arbeitsverhältnissen 3. Inhalt des Arbeitsverhältnisses 4. Kündigung und Vertragsaufhebung 5. Folgen der Beendigung von Arbeitsverhältnissen 6. Haftungsfragen B) Einzelfragen 7. Besonderheiten beim Betriebsübergang 8. Befristung von Arbeitsverhältnissen und Teilzeitarbeit 9. Leiharbeitsverhältnisse 10. Arbeitnehmererfinderrecht 11. Deutsches Internationales Arbeitsrecht 12. Betriebsverfassungsrecht 13. Arbeitskampfrecht 14. Arbeitsverhältnisse in der Insolvenz 15. Exkurs: Sozialrecht Literaturhinweis: Skript „Arbeitsrecht“ im Intranet unter Y:/Lehre/WIWI/FG Recht/Prof. Gruber J. Gruber, Standardfälle Arbeitsrecht, 2. Aufl. 2006, Jan Niederle Media Wörlen/Kokemoor, Arbeitsrecht, 7. Aufl. 2005, Heymanns Verlag Gesellschaftsrecht Grundzüge des Rechts der GbR, OHG, KG, AG, GmbH, GmbH+Co.KG, der Partnerschaftsgesellschaft sowie Kooperationsmöglichkeiten in Europa Es geht um die Vermittlung und Aneignung von juristischen Kenntnissen dieser Gesellschaftsformen zu: (1) Gemeinsamkeiten der Unternehmensformen (2) Spezifik der Unternehmensformen - Begriff / Rechtsnatur - wirtschaftliche Bedeutung - Gründung - Geschäftsführung und Vertretung		

- Rechte-Pflichtenlage der Gesellschafter
- Haftungssystem
- Wechsel von Gesellschaftern

Literaturhinweis:

J. Gruber, Handelsrecht – schnell erfasst, 5. Aufl. 2006, Springer Verlag

R. Wörten, Handelsrecht, 8. Aufl. 2006, Heymanns Verlag

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

keine

Leistungsnachweise

Art:

schriftliche Prüfungsleistung

Gewichtung:

100 %

Zeitdauer:

90 min

Vorleistungen:

Erarbeitet am: 22.11.2006

durch: Prof. Dr. J. Gruber

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 110	Auslandsmodul Chinesische Sprache/ Kommunikation	(Lehrender an chinesischer Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration		Semester: 5. Semester
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum		ECTS-Punkte: 22 Arbeitsaufwand in h: 660 Lehr- und Lernformen in h: Seminar: 300 h (20 SWS) Selbststudium: 360 h
Lernziele Die Studierenden verfügen über chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe B 2.2 des europäischen Referenzrahmens.		
Lehrinhalte Chinese Courses: Comprehensive Course, Listening Course, Reading Course and Oral Chinese		
Literatur: wird von den Dozenten der jeweiligen chinesischen Universität bekannt gegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe B 2.1 des europäischen Referenzrahmens.		
Leistungsnachweise Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Erarbeitet am: 23.1.2007

durch: Jinfu Tan, Doris Weidemann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 111	Auslandsmodul Wirtschaft	(Lehrender an chinesischer Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: 5. Semester	
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum	ECTS-Punkte: 4	
	Arbeitsaufwand in h: 120	
	Lehr- und Lernformen in h:	
	Seminar: 30 h (2 SWS)	
	Selbststudium: 90 h	
Lernziele		
<p>Der Besuch dieser englischsprachigen Veranstaltung soll den Studierenden Gelegenheit zur Vertiefung ihrer an der WHZ erworbenen wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse geben und sie mit spezifischen, für China relevanten Themen und Problematiken vertraut machen. Die Kursangebote sind an den verschiedenen Partnerhochschulen nicht einheitlich. Es muss deshalb den Studierenden überlassen bleiben, ihre Auswahl je nach den von ihnen in Deutschland gewählten wirtschaftlichen Fachprofilen zu treffen. Auf eine genaue Themenvorgabe soll deshalb an dieser Stelle verzichtet werden.</p>		
Lehrinhalte		
<p>Die Lehrinhalte richten sich nach dem Kursangebot der Partnerhochschule und berühren Fragestellungen des an der WHZ gewählten Fachprofils und/oder des Interkulturellen Managements.</p>		
Literatur:		
<p>wird von den Dozenten der jeweiligen chinesischen Universität bekanntgegeben.</p>		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse		
<p>Chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe B 2.1 des europäischen Referenzrahmens. Englische Sprachkenntnisse auf Abiturniveau.</p>		
Leistungsnachweise		
<p>Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.</p>		

Erarbeitet am: 16.11.2006

durch: Jinfu Tan, Doris Weidemann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 112	Auslandsmodul Wahlpflicht	(Lehrender an chinesischer Partnerhochschule)
Studiengang: Languages and Business Administration	Semester: 5. Semester	
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum	ECTS-Punkte: 4	
	Arbeitsaufwand in h: 120	
	Lehr- und Lernformen in h:	
	Seminar: 30 h (2 SWS)	
	Selbststudium: 90 h	
Lernziele		
<p>Der Besuch dieser Veranstaltung soll den Studierenden Gelegenheit zur Vertiefung ihrer an der WHZ erworbenen wirtschaftswissenschaftlichen und/oder kulturell-landeskundlichen Kenntnisse geben.</p> <p>Die Kursangebote sind an den verschiedenen Partnerhochschulen nicht einheitlich. Die Studierenden sind frei in ihrer Wahl einer wirtschaftswissenschaftlichen, landeskundlichen, soziologischen oder psychologischen Lehrveranstaltung. Gewählt werden können sowohl englisch- als auch chinesischsprachige Veranstaltungen.</p>		
Lehrinhalte		
<p>Lehrinhalte variieren je nach gewählter Lehrveranstaltung. Die gewählte Lehrveranstaltung sollte jedoch mindestens eines der nachfolgend genannten Themenfelder zum Inhalt haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cross-cultural Business Behavior • International Management • Chinese Economic Laws • Chinese Economic and Business Systems • Marketing in China • China's Foreign Trade & Utilization of Foreign Capital • Human Resources Management in China • Culture and History of China • Sociology/Psychology in China 		
Literatur:		
wird von den Dozenten der jeweiligen chinesischen Universität bekanntgegeben.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse		
Chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe B 2.1 des europäischen Referenzrahmens. Englische Sprachkenntnisse auf Abiturniveau.		
Leistungsnachweise		
Die Art der Leistungsnachweise und ggf. Vorleistungen werden an der jeweiligen Partnerhochschule festgelegt.		

Erarbeitet am: 16.11.2006

durch: Jinfu Tan/Doris Weidemann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 113	Unternehmenspraktikum im Ausland	FG Chinesisch/ FG Französisch/ FG Spanisch
Studiengang(e): Languages and Businessadministration		Semester: Sommersemester
Studienrichtung(-en)/-schwerpunkt(-e): Chinesischsprachiger Kulturraum Frankophoner Kulturraum Hispanophoner Kulturraum		ECTS-Punkte: 30 Arbeitsaufwand in h: 900 Lehr- und Lernformen in h: Modulbaustein 1: (26 ECTS) 780h Modulbaustein 2: (4ECTS) 120h
Lernziele		
<p>Modulbaustein 1: Praktikum von 20 Wochen in einem Unternehmen der Zielkultur Kenntnis aller wesentlichen unternehmensinternen Abläufe (im Rahmen des gewählten wirtschaftswissenschaftlichen Profils) in der Regel in einer Firma des Kulturraums des Schwerpunkts. Erwerb der praktischen Kompetenz in diesem Bereich unter Anleitung und teilweise auch eigenverantwortlich zu arbeiten und die Situation am Arbeitsplatz auch sprachlich zu bewältigen.</p> <p>Modulbaustein 2: Selbständige Durchführung einer kleineren empirischen Studie Selbstständige Durchführung einer kleineren empirischen Studie im Betrieb oder im alltäglichen Umfeld. Erwerb der Fähigkeit durch Beobachtungen zu interkulturell relevanten Sachverhalten zu gelangen und diese mit angemessenen Mitteln einer Untersuchung zu unterziehen.</p>		
Lehrinhalte		
Die Lehrinhalte des Moduls Auslandsvorbereitung, werden hier relevant gesetzt. Die Lehrinhalte der gewählten wirtschaftswissenschaftlichen Profile wurden ebenfalls vorher erworben und können in der Praxis überprüft werden.		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse		
Erfolgreiche Teilnahme an dem Modul Auslandsvorbereitung, Erfolgreiche Suche und Bewerbung für eine Praktikantenstelle,		
Leistungsnachweise		
Art:	Praktikumsbericht	90 %
	Belegarbeit: empirische Studie	10 %
Vorleistungen:		

Erarbeitet am: 07.11.2006

durch: FG Chinesisch/Französisch/ Spanisch

Modulnummer Dozent(en) SPR 114		Modulname Geschäftskommunikation mit China - Nachbereitung des Studienaufenthaltes in China		Prof. Tan
Studiengang: Languages and Business Administration		Semester: 7. Semester (SS)		
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum		ECTS-Punkte: 4		
		Arbeitsaufwand in h: 120		
		Lehr- und Lernformen in h:		
		Vorlesung/Übung: 30 h (2 SWS)		
		Seminar: 30 h (2 SWS)		
		Selbststudium: 60 h		
Lernziele Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • Verfügen über spezifisches Fachvokabular der chinesischen Wirtschaftskommunikation; • verfügen über chinesische Sprachkenntnisse analog zur Niveaustufe C 1 des europäischen Referenzrahmens. 				
Lehrinhalte <ul style="list-style-type: none"> • Handelskorrespondenz • Export und Import • Investition und Management • Lektüre von wirtschaftspolitischen Texten und wirtschaftsbezogenen Gesetzen • Sprachliche Beschreibung von Studien- und interkulturellen Erfahrungen in China • Textproduktion in Bezug auf Auslandserlebnisse 				
Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Huang, Weizhi: Business Chinese (Advanced), Book Two. Beijing: Sinolingua, 2000. • Li, Yimin et al.: International Business Chinese, Book One and Two. Beijing Language and Culture University Press, 1997. • Wang, Hailong: Introduction to Chinese Writing. Beijing: Peking University Press, 2002. • Zhang, Li; Zhang, Jingxian; Nie, Xuehui: Spoken Chinese For Business. Beijing: Beijing Language and Culture University Press, 1999. 				
Multimedia-Lehrwerke: <ul style="list-style-type: none"> • China Panorama. Chinese for Business. Learning advanced Chinese and China business skills at the same time. Beijing: Audio-visual Press China Central Radio & TV University, 2005. 				
Voraussetzungen/Vorkenntnisse Abschluss des Auslandsstudiums und des Praktikums				
Leistungsnachweise				
Art: Schriftliche Prüfung (80%)		Zeitdauer: 90 Min.		
Mündliche Prüfung (20%)		15 Min.		
Vorleistungen: keine				

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 115	Nachbereitung des Auslandsaufenthaltes	Dr. Weidemann/ Prof. Tan
Studiengang: Languages and Business Administration		Semester: 7. Semester (WS)
Studienschwerpunkt: Chinesischsprachiger Kulturraum		ECTS-Punkte: 4 Arbeitsaufwand in h: 120 Lehr- und Lernformen in h: Vorlesung/Übung: 30 h (2 SWS) Seminar: 30 h (2 SWS) Selbststudium: 60 h
Lernziele Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, ihre China-Erfahrungen im Hinblick auf die affektive, kognitive und Handlungsebene zu reflektieren; • kennen Modelle interkulturellen Lernens und können diese unter Einbezug theoretischen Wissens sowie der eigenen Auslandserfahrung bewerten; • verfügen über grundlegendes Wissen bezüglich der Konzeption interkultureller Trainings und können die ‚Critical-Incident-Methode‘ zur Entwicklung von Trainingsinhalten einsetzen; • verfügen über interkulturelles Handlungswissen und sind fähig, dieses im Rahmen eines interkulturellen Planspiels anzuwenden; • können grundlegende Methoden wissenschaftlichen Arbeitens anwenden und das im bisherigen Studium erworbene theoretische und praktische Wissen zur Formulierung der Fragestellung und Planung der Bachelorarbeit heranziehen. 		
Lehrinhalte Baustein I: Interkulturelles Lernen <ul style="list-style-type: none"> • Übungen zur Reflexion wichtiger Erlebnisse während des Auslandsaufenthaltes und während der Rückkehrphase; • Einführung in Modelle interkulturellen Lernens und der Akkulturation; • Einführung in Grundlagen der Konzeption und Methodik des interkulturellen Trainings • Entwicklung von ‚Critical-Incident‘-Trainingsmodulen durch die Studierenden unter der Leitung des Lehrenden • Übungen zum interkulturellen Lernen Literatur (Auswahl): <ul style="list-style-type: none"> • Fowler, Sandra / Mumford, Monica G. (1999): Intercultural Sourcebook: Cross-Cultural Training Methods. Vol. 1. Yarmouth: Intercultural Press; • Landis, Dan / Bennett, Janet / Bennett, Milton (Eds.) (2004). Handbook of intercultural training. London: Sage. • Thomas, Alexander / Kinast, Eva-Ulrike / Schroll-Machl, Sylvia (Hg.) (2003): Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen. Baustein II: Wissenschaftliches Arbeiten <ul style="list-style-type: none"> • Auswertung der im Ausland durchgeführten empirischen Studie • Einführung zu Grundlagen des Verfassens einer wissenschaftlichen Arbeit • Themenfindung und Arbeitsplanung der Bachelorarbeit • Literaturrecherche und wissenschaftliches Schreiben Literatur (Auswahl): <ul style="list-style-type: none"> - Bänsch, Axel (1999): Wissenschaftliches Arbeiten: Seminar- und Diplomarbeiten. 7. Aufl. München, Wien: Oldenbourg. 		

- Esselborn-Krumbiegel, Helga (2004). Von der Idee zum Text: Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. Paderborn: Schöningh.

Voraussetzungen/Vorkenntnisse

Abschluss des Auslandsstudiums und des Pflichtpraktikums

Leistungsnachweise

Art: aP: Belegarbeit: Entwicklung eines chinaspezifischen Trainingsbausteins
(z.B. Critical Incident)

Vorleistungen: Teilnahme an den Übungen zum interkulturellen Lernen

Erarbeitet am: 23.1.07

durch: D. Weidemann

Modulnummer	Modulname	Dozent(en)
SPR 701	Bachelorprojekt	Dozenten des FB Sprachen und FB WiW
Studiengang	Semester: Wintersemester	
Languages and Business Administration	ECTS-Punkte: 10	
Studienschwerpunkte:	Arbeitsaufwand in h: 300	
Hispanophoner Kulturraum	Lehr- und Lernformen in h:	
Frankophoner Kulturraum	Selbststudium: 260 h	
Chinesischsprachiger Kulturraum	Vor-/Nachbereitung: 40 h	
Lernziele		
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • zeigen, dass sie selbständig ein Problem aus dem interdisziplinären Studienfeld Wirtschaftsfachprofil, Studienschwerpunkt, interkulturelle Kommunikation und Sprache nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen lösen können. • können sich eigenständig in die jeweilige Materie einarbeiten und die Ergebnisse ihrer Arbeit in einem wissenschaftlichen Text präsentieren und diskutieren. • Sind in der Lage, das Thema problembezogen zu bearbeiten und zu diskutieren und Lösungen nach wissenschaftlichen Vorgehensweisen zu erarbeiten; die Ergebnisse in einer wissenschaftlich adäquaten Darstellungsweise schriftlich zu präsentieren und die Ergebnisse im Rahmen einer mündlichen wissenschaftlichen Argumentation zu begründen 		
Lehrinhalte		
<ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaft des jeweiligen Kulturraums (mit oder ohne vergleichender Perspektive) • Interkulturelle Kommunikation, Sprache, • Fachsprachliche Kommunikation des jeweiligen Kulturraums • Wirtschaft (aus dem Hauptprofil) (möglichst mit Bezug zu dem jeweiligen Kulturraum) • Das Thema des Bachelorprojekts kann die Erhebung empirischer Daten beinhalten; dies ist jedoch nicht Voraussetzung. • Das Thema des Bachelorprojekts kann auch durch eine externe Firma oder Organisation gestellt werden. 		
Voraussetzungen/Vorkenntnisse		
Abschluss aller vorausgehenden Module gemäß Studienordnung		
Leistungsnachweise		
Art: Bachelorarbeit 70%		
Kolloquium 30%		Dauer: 30 Minuten

Erarbeitet am: 07.11. 2006

durch: Weidemann / Schneider / Berkenbusch