

MODULHANDBUCH WAHLPFLICHTFÄCHER

BACHELOR
BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE B.SC.

Exemplarische Übersicht

EINFÜHRUNG UND ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Liebe Bachelor-Studierende,
liebe Studieninteressierte,

das Studienkonzept des Bachelorstudiengangs Betriebswirtschaftslehre (BWL) zielt ganz bewusst auf die Vermittlung allgemeiner und grundsätzlicher Inhalte der BWL, damit Sie eine solide Basis für vielfältige weitere Karriereemöglichkeiten besitzen. Der Aufbau von Fachwissen vor dem Hintergrund des Anwendungsbezugs ist uns an der Hochschule Mainz besonders wichtig.

Aber auch der kompetente Umgang mit dem erworbenen Fachwissen wird gefördert. Überfachliche Qualifikationen, Sprachkenntnisse, Schlüsselkompetenzen wie Zeit- und Selbstmanagement, strukturiertes und kreatives Denken und Handeln oder kritischer Umgang mit Ergebnissen haben deshalb neben den fachbezogenen Lehrveranstaltungen eine ebensolche Berechtigung in der Studienstruktur.

Sie erhalten in den ersten vier Semestern die Möglichkeit, im Rahmen des Studium Integrale (1. und 2. Semester) sowie des Bereiches Sprache & Interkulturelle Kompetenz (4. Semester) individuell Module aus einem breiten Sprach- oder Schlüsselkompetenz-Angebot zu wählen.

Nutzen Sie die nachfolgenden Seiten und informieren Sie sich über das vielfältige Angebot, die jeweiligen Teilnahmevoraussetzungen, Lehrmethoden und Prüfungsformen.

Das Modulhandbuch Wahlpflichtfächer ist eine Übersicht des allgemeinen Angebots, das konkrete Angebot pro Semester entnehmen Sie bitte dem HIP.

Wir bitten um Sie Verständnis dafür, dass es zu kurzfristigen Änderungen kommen kann.

Wir wünschen Ihnen eine schöne, lehrreiche und erfolgreiche Studienzeit.

Inhalt

Semester 1 und 2: Studium Integrale

Applied Rational Decision Making	6
Chancen erkennen und entwickeln.....	8
Chinesisch A1.1	10
Chinesisch A1.2	12
Data Literacy.....	14
Finanzmathematik mit Excel.....	16
Französisch A1.2.....	18
Französisch A2	20
Gesellschaftliche, ethische und kulturelle Themen in Unternehmen	22
Impulse für zukünftige Führungskräfte.....	25
Lernen, Lehren, Begleiten - Ein Training für angehende TutorInnen, MentorInnen und Buddies	27
Mentoring-Programm für Studienanfängerinnen.....	29
Russisch A1.1	31
Russisch A1.2	32
Russisch A2.....	33
School of Coding	34
Soziale Interaktion	38
Spanisch A1	42
Spanisch A2	44
Interdisziplinäres Projekt.....	46
Interdisziplinäres Projekt.....	46

Semester 4: Sprache & Interkulturelle Kompetenz

Arabisch B2.....	48
Chinesisch A2.....	49
Englisch: Negotiation Skills.....	51
Englisch: Working in multi-cultural teams	52
Französisch B2	56
Russisch B2.....	58
Spanisch B1.1	59
Spanisch B1.2	61
Türkisch B2.....	63
CIDD/CCU Summer School (Conway, SC, USA) – Doing Business in the USA	64
UCSD Summer School (San Diego, CA, USA) – Doing Business in the USA.....	66
China Summer School (Beijing, China): Doing Business in China	68

ÜBERSICHT DES SPRACHANGEBOTS

Niveaustufen	Arabisch	Chinesisch	DaF	Englisch	Französisch	Italienisch	Russisch	Spanisch	Türkisch
C1			WiSe/SoSe	WiSe/SoSe	WiSe			WiSe/SoSe	
C = kompetente Sprachverwendung									
B2.2	WiSe***		WiSe/SoSe***	WiSe/SoSe***	WiSe/SoSe***		WiSe***	WiSe	WiSe***
B2.1								SoSe	
B1.2			WiSe/SoSe**		WiSe/SoSe**			WiSe	
B1.1								WiSe/SoSe	
B = selbstständige Sprachverwendung									
A2		WiSe	WiSe/SoSe		WiSe/SoSe	WiSe/SoSe	SoSe	WiSe/SoSe	
A1.2		SoSe	WiSe/SoSe		WiSe/SoSe	WiSe/SoSe*	WiSe	WiSe/SoSe*	
A1.1		WiSe	WiSe/SoSe				SoSe		
A = elementare Sprachverwendung									

* keine Unterteilung in A1.1 und A1.2

** keine Unterteilung in B1.1 und B1.2

*** keine Unterteilung in B2.1 und B2.2

Die Tabelle zeigt das grundsätzliche Angebot der Fachgruppe Sprachen. Abweichungen in den Semestern sind möglich. Die Angebote finden zum Teil auf dem Campus und zum Teil in der Holzstraße statt.

Bitte beachten Sie, dass nicht alle Module in Ihrem Studiengang angeboten werden. Gerne können Sie auch an Sprachvorlesungen, die nicht im Rahmen Ihres Studiums vorgesehen sind, teilnehmen.

Nähere Informationen finden Sie unter <https://www.hs-mainz.de/studium/studiengaenge/wirtschaft/fachgruppen/fachgruppe-sprachen/>. Bei Fragen können Sie die Fachgruppe unter sprachen@hs-mainz.de kontaktieren.

STUDIENSTRUKTUR: BWL B.Sc.

SEMESTER 6 30ECTS/6SWS	Business Planning 5 ECTS/3 SWS	Bachelorarbeit (inkl. Bachelorseminar) 10 ECTS/2 SWS	Praxismodul 20 ECTS/1 SWS				
SEMESTER 5 30ECTS/20SWS	International Management 5 ECTS/4 SWS	Option I 5 ECTS/4 SWS	Option II 5 ECTS/4 SWS	Option III 5 ECTS/4 SWS	Option IV 5 ECTS/4 SWS		
SEMESTER 4 30ECTS/24SWS	Strategic Management 5 ECTS/4 SWS	Jahresabschluss 5 ECTS/4 SWS	Makroökonomie 5 ECTS/4 SWS	Digitale Wirtschaft 5 ECTS/4 SWS	Steuern 5 ECTS/4 SWS	Wahlpflichtfach Sprache & Interkult. Kompetenz 5 ECTS/4 SWS	
SEMESTER 3 30ECTS/21SWS	Marketing 5 ECTS/4 SWS	Investition & Finanzierung 5 ECTS/4 SWS	Mikroökonomie 5 ECTS/4 SWS	Unternehmen & IT 5 ECTS/4 SWS	Materialwirtschaft, Logistik & Produktion 5 ECTS/4 SWS	Statistisches Forschungsprojekt 5 ECTS/1 SWS	
SEMESTER 2 30ECTS/24SWS	Project Management 5 ECTS/2 SWS	Kosten- & Leistungsrechnung 5 ECTS/4 SWS	Recht II (Verträge & Unternehmensrecht) 5 ECTS/4 SWS	Statistik 5 ECTS/4 SWS	Personalmanagement & Organisation 5 ECTS/4 SWS	Englisch II 2 ECTS/2 SWS	Studium Integr. II 3 ECTS/4 SWS
SEMESTER 1 30ECTS/27SWS	BWL Basics 5 ECTS/4 SWS	Grundzüge des Rechnungswesens 5 ECTS/4 SWS	Recht I (Grundlagen des Vertragsrechts) 5 ECTS/4 SWS	Mathematik 5 ECTS/4 SWS	Methodik, Systematik & Präsentation 5 ECTS/4 SWS	Englisch I 2 ECTS/2 SWS	Studium Integr. I 3 ECTS/4 SWS
	Orientierungsphase 1 SWS						
TOTAL 180ECTS/122SWS	UNTERNEHMENSBEZOGENE MODULE		WAHLMODULE		PFLICHTMODULE		ENGLISCHSPRACHIGE MODULE

Semester 1 und 2: Studium Integrale

Applied Rational Decision Making					
Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	90 h	5	2	Jeweils im SoSe	Ein Semester
Module Owner(s)					
Prof. Dr. Axel Freudenberger					
1	Class Applied Rational Decision Making	Class Contact Hours 60 h	Private Study Hours 30 h	Planned Group Size max. 30 students	
2	<p>Learning Outcomes</p> <ul style="list-style-type: none"> • To understand the general process of arriving at good decisions • To learn about the specific nature of rational decisions (as opposed to other ways of finding solutions to problems) • To learn about the roles of known problems with rational decision making such as procrastination, the effect of the status quo, the effect of social norms, the influence of expectation etc. • To apply these concepts to typical student decisions such as allocating time budgets or choosing a schedule for the preparation for an essay (and sticking to it!) <p>Competences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ability to apply the discussed concepts and ideas to own decision making 				
3	<p>Contents</p> <ul style="list-style-type: none"> • Core concepts and ideas from both • Decision Theory and • Behavioral Economics • In particular: • Rational decisions in economics and in everyday life, including decisions involving risks or uncertainty • Barriers to rational decision making: The new insights from Psychology and Behavioral Economics 				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Lecture with active student participation, exercises, team work</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>/</p>				

6	<p>Rules of Attendance</p> <p>/</p>
7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Presentation (50 percent) and collection of short essays (50 percent)</p>
8	<p>Requirements for Credit Awards</p> <p>Passed examination</p>
9	<p>Use of Module in other Bachelor Programs</p> <p>/</p>
10	<p>Relative Weight of the Module for Final Grade</p> <p>3 out of 155 Credits</p>
11	<p>Further Information</p> <p>Literatur</p> <p>Ariely, Dan (2008). Predictably irrational: the hidden forces that shape our decisions. New York, NY, Harper</p> <p>Thaler, Richard H.,Sunstein, Cass R. (2008). Nudge :improving decisions about health, wealth, and happiness New Haven : Yale University Press</p> <p>Kahneman, Daniel (2011). Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux</p> <p>Hammond, J. S., Keeney, R. L. and Raiffa, H. (1998). Smart Choices. Harvard Business School Press, Boston</p>

Chancen erkennen und entwickeln					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Matthias Eickhoff					
1	Lehrveranstaltung Chancen erkennen und entwickeln	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden erkennen die Bedeutung der Chancenerkennung und -entwicklung in unterschiedlichen Lebensbereichen wie z.B. Wirtschaft, Gesellschaft und können diese in ihrem persönlichen Erfahrungsumfeld anwenden.</p> <p>Sie verstehen wichtige Dimensionen der Chancenerkennung wie z.B. Zielorientierung, Visionen, Forschung & Entwicklung, Trends, Märkte und können diese anhand von Beispielen in verschiedenen Dimensionen charakterisieren.</p> <p>Sie verstehen ausgewählte Herausforderungen der Umsetzung von Chancen in Innovationen, wertorientierter Kommunikation, kooperativen Wettbewerbs, Widerstände gegen Neues und den Umgang mit diesen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Methoden und Prinzipien der unternehmerischen Chancenerkennung und -entwicklung zielgerichtet einzusetzen. Durch die teilweise Verwendung von Vorlesungsunterlagen in englischer Sprache, trainieren die Studierenden auch ihre Sprachkompetenz.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Opportunities in business, society... 2. How to recognize an opportunity 3. How to develop opportunities 4. Selected challenges of implementation 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung, Einzel- und Teamarbeiten, Präsentationen / Projektarbeiten der Studierenden, Blended Learning Elemente</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Bereitschaft zur aktiven Teilnahme an der Teamarbeit</p>				
6	<p>Regelung der Präsenz</p> <p>Für Teamarbeit und Präsentationen teilweise erforderlich oder zumindest hilfreich</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Team-Präsentation und individuelle schriftliche Reflektion nach den Formerfordernissen wissenschaftlicher Arbeiten (je 50%)</p>				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Unterrichtssprache und Leistungsnachweise in Deutsch</p> <p>Ausführliches Handout (teilweise in Englisch) zu Vorlesungsunterlagen zum Download</p> <p>Weitere Angaben und Unterlagen in der Veranstaltung.</p> <p>Nützliche Links</p> <p>https://www.zukunftsinstitut.de/</p> <p>https://www.futuremanagementgroup.com/de/</p> <p>https://www.gdi.ch/de</p>

Chinesisch A1.1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Jeweils im WiSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Herr Yabo Zhu, Frau Hong Gao					
1	Lehrveranstaltung Chinesisch A1.1	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden haben sich erste Kenntnisse der chinesischen Phonetik und Grundlagen des chinesischen Schriftsystems angeeignet. Sie verfügen über ausgewählte wichtige Sprach-, Sozial- und Kulturkenntnisse. Diese Fähigkeiten sollen zu partnerschaftlichen und besser funktionierenden Begegnungen mit dem Land China und den Chinesen sowie zu einem erfolgreichen Aufenthalt an der chinesischen Partneruniversität beitragen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Neben ersten Sprachkenntnissen werden auch interkulturelle Kompetenzen gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Sprachlicher Teil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Phonetische Grundlage (Pinyin-Umschrift) • System der chinesischen Schrift (Hanzi) - Struktur der chinesischen Sprache • Grammatik-Grundlagen • Konversation zu Themen wie z.B. Personen begrüßen, andere Personen kennenlernen, sich anderen Personen vorstellen, um Erlaubnis bitten, sich entschuldigen <p>Kultureller Teil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschäftigung mit wesentlichen Aspekten der Geographie, Geschichte, Kultur Chinas sowie aktuellen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischer Themeninhalte 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Rollenspiele, Gruppenarbeit, Präsentationen, Medieneinsatz, Online-Hilfe.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Hausarbeit (20%), mündliche Mitarbeit (20%), Klausur (90 Minuten, 60%).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen /Literatur Vom NOCFL (National Office for Teaching Chinese as a Foreign Language) Chinas vorgeschlagene Lehrmaterialien: New Practical Chinese Reader und Skripte von und zur Lehrveranstaltung.

Chinesisch A1.2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Jeweils im SoSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Herr Yabo Zhu, Frau Hong Gao					
1	Lehrveranstaltung Chinesisch A1.2	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Dieser Kurs schließt an den Kurs Chinesisch A1.1 an und dient dem weiteren kontinuierlichen Ausbau der chinesischen Sprachkenntnisse und grundsätzlicher Vertrautheit mit den spezifischen Verhältnissen in China.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Neben den Sprachkenntnissen wird auch die interkulturelle Kompetenz der Studierenden gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Sprachlicher Teil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festigung der phonetischen Grundlagen (Pinyin-Umschrift) • Ausbau der Beherrschung von Schriftzeichen, Erlernen der weiteren ca.100 Zeichen <p>Einübung des Umgangs mit typischen Situationen in Chinesisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorschläge machen, höflich ablehnen oder annehmen, jemanden etwas fragen oder bitten, sich verabreden, Geburtstag feiern, Datum und Wochentag angeben, Vorlieben und Abneigungen äußern, Sprachprobleme lösen, einkaufen gehen <p>Kultureller Teil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beschäftigung mit wesentlichen Aspekten der Geographie, Geschichte, Kultur Chinas sowie aktueller gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Themen. 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Rollenspiele, Gruppenarbeit, Präsentationen, Medieneinsatz, Online-Hilfe</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Vorkenntnisse: Chinesisch A1.1 oder vergleichbare Qualifizierung.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Hausarbeit (20%), mündliche Mitarbeit (20%), Klausur (90 Minuten, 60%)</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				

10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Vom NOCFL (National Office for Teaching Chinese as a Foreign Language) Chinas vorgeschlagene Lehrmaterialien: New Practical Chinese Reader und Skripte von und zur Lehrveranstaltung.

Data Literacy					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Martin Kowalczyk					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Data Literacy	60 h	30 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden lernen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Konzepte und Vorgehensweisen bei der Durchführung von Data-Analytics-Projekten (Datenstrategie und Datenkultur, CRISP, Data Management, Data Quality) • Design und Konzeption von Analytics Use Cases • Daten identifizieren und verstehen <ul style="list-style-type: none"> • Strukturierte und unstrukturierte Datenquellen • Methoden für das Erheben qualitativer und quantitativer Daten • Daten integrieren und vorbereiten <ul style="list-style-type: none"> • Datenintegration und Bereinigung • Bewertung von Datenqualität • Daten analysieren und visualisieren <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Datenanalyse • Prinzipien der Datenvisualisierung • Entwicklung interaktiver Dashboards mit PowerBI 				
3	Inhalte				
	<p>Data Analytics Grundlagen und Kernkonzepte</p> <p>Design von Analytics Use Cases</p> <p>Daten-Verständnis</p> <p>Daten-Integration und Bereinigung</p> <p>Daten-Analyse</p> <p>Daten-Visualisierung</p>				

4	Lehrformen Blended Learning mit Coaching
5	Teilnahmevoraussetzungen /
6	Regelung zur Präsenz Teilnahme an mindestens vier von sechs Coaching-Terminen ist verpflichtend
7	Prüfungsart und -umfang Assignments
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Assignments
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Vgl. Syllabus

Finanzmathematik mit Excel					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Norbert Hoffmann					
1	Lehrveranstaltung Finanzmathematik mit Excel	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse <p>Die Studierenden verfügen über grundlegende Fähigkeiten zur Umsetzung von Fremdfinanzierungsmodellen (Basisvarianten) in EXCEL-Anwendungen. Hierzu erhalten sie vorlesungsbegleitende EXCEL-Tools als E-Mail-Anhang.</p> Kompetenzen <p>Die Studierenden erarbeiten den Stoff anhand der Vorlesungsinhalte, was die regelmäßige Teilnahme an den Veranstaltungen voraussetzt und die Methodenkompetenz – wie Zeitmanagement und eigenverantwortliches Lernen – der Studierenden stärkt.</p>				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Kreditfinanzierung • Grundlagen Leasing • Zinsrechnung • Investitions- und Finanzierungsrechnung • Rentenrechnung • Kredit- und Tilgungsrechnung • Kurs- und Renditerechnung 				
4	Lehrformen Seminaristischer Vorlesungsstil mit Gruppendiskussionen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen PC-Grundkenntnisse zu EXCEL-Anwendungen werden vorausgesetzt.				
6	Regelungen zur Präsenz Regelmäßige Teilnahme dringend empfohlen.				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Basis-Literatur zur Vorlesung (als E-Book im FH-Bestand vorhanden) Renger, Klaus; Finanzmathematik mit Excel, 3. Auflage 2011; Gabler Verlag; ISBN 978-3-8349- 2761-3 OnlinePLUS: Ein ergänzendes Softwarepaket, das unter www.gabler.de heruntergeladen werden kann, verknüpft interaktiv den Buchinhalt und ermöglicht vertiefende Übungen.

Französisch A1.2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Florence Sorrentino					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Französisch A1.2	60 h	30 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Der Kurs „Französisch A1.2“ richtet sich an Neueinsteiger, die ihre Französisch Kenntnisse nicht verkümmern lassen wollen. Er bietet die Möglichkeit, eine grundlegende Sprachkompetenz in typischen Situationen des Berufsalltags und des Lebens zu erlernen.</p> <p>Eine sinnvolle Fortsetzung dazu bietet der Kurs „Französisch A2“.</p> <p>Ziel ist der Aufbau einer sowohl allgemeinen als auch fachbezogenen Sprache mit der klaren Anforderung, weg von der „Schulsprache“ hin zu einer effektiven Geschäftssprache, unter Berücksichtigung besonderer kultureller Hintergründe.</p> <p>Absolute Anfänger können den Kurs nicht belegen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die ersten Lektionen aus dem Kursbuch „objectif express 1“ werden behandelt:</p> <p>A1.2.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Entrez en contact“: sich in einer Runde vorstellen; in Verbindung treten mit Kollegen und Kunden; wegen Praktikumssuche telefonieren • „Faites connaissance“: Den Sitznachbarn im Flugzeug ansprechen; sich über seinen Job unterhalten; sich in einem Forum mitteilen, • „Communiquez en ligne“: Einen Geschäftspartner telefonisch erreichen, Termine telefonisch vereinbaren und abstimmen; eine Sprachnachricht hinterlassen; Textnachrichten effizient verfassen und beantworten; geschäftliche Emails verfassen und beantworten • „Partez en déplacement“: ein Zugticket im Internet bestellen; eine Hotelreservierung im Internet vornehmen; eine (Geschäftsreise)-Reise organisieren. 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Der Kurs basiert auf zahlreichen inter- und intra-kommunikativen Aktivitäten wie Rollenspiele, Lese- und Hörverständnis (zusammenfassende Wiedergabe), Frage-Antwort Dialoge, eigene Meinung formulieren (mündlich wie schriftlich). Wichtige Teile der Grammatik und ein berufstaugliches Grundvokabular werden anlassbezogen zu den jeweiligen Themen gelehrt und durch praktische Übungen gefestigt (Arbeitsbuch).</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundkenntnisse erforderlich</p>				

6	Regelungen zur Präsenz /
7	Prüfungsart und -umfang Eine schriftliche Klausur am Ende des Semesters sowie Hausaufgaben (während des Semesters) und Mini-Test (Mitte des Semesters)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfungen
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen. Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Objectif express 1, Le monde professionnel en français, Hueber Verlag /Hachette Français langue étrangère/ neue Auflage • Kursbuch: ISBN 978-3-19-003379-9 • Arbeitsbuch: ISBN 978-3-19-013379-6 •Zusatzmaterial durch aktuelle Geschehnisse (Zeitungen, Internet etc.)

Französisch A2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Florence Sorrentino					
1	Lehrveranstaltung Französisch A2	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Im 2. Semester wird aufbauend auf den erreichten Kenntnissen aus dem ersten Semester die Fachsprachenkompetenz in immer komplexeren Situationen des Berufsalltags erweitert. Besonders die Effizienz der kommunikativen Fähigkeiten wird gesteigert.</p> <p>Der direkte Einstieg im ersten Semester ist möglich, wenn mindestens 5 Jahre Schulkenntnisse bis zum Abitur vorhanden sind, bzw. wenn Französisch bis zur Oberstufe gelernt worden ist.</p> <p>Die Vorlesung bereitet optimal auf alle sprachlichen Anforderungen in der französischen Arbeitswelt vor. Die spezielle Betriebswirtschaftssprache wird eingeführt.</p> <p>Kulturelle Hintergründe und Gepflogenheiten werden eingehend berücksichtigt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Der Kursinhalt konzentriert sich auf den intensiven Aufbau der Geschäfts- und Wirtschaftssprache. Folgende Lektionen aus dem Kursbuch „objectif express 1“ werden behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Organisez votre journée“: Einen geschäftlichen Tagesablauf beschreiben und eine Agenda terminlich organisieren; ein Geschäftsessen planen; ein Gespräch mit einem Webmaster führen • „Faites le bon choix“: Ein Geschäftsessen haben, eine Wohnung in F. suchen und mieten, Meinung über eine Online-Bestellung abgeben • „Présentez une entreprise“: Unternehmen und innerbetriebliche Prozesse beschreiben (Organisation, Rechtsformen, Geschäftsbereiche, Abteilungen und ihre Aufgaben); Kenngrößen wie Gewinn und Umsatz analysieren (durch Diagramme, Graphiken etc.); Sektoren und Märkte unterscheiden und beschreiben • „Trouvez un emploi“: Stellenangebote verfassen, Kompetenzen und Fähigkeiten für eine bestimmte Stelle beschreiben, sich auf eine Anzeige bewerben, CV und Anschreiben üben, Ablauf eines Vorstellungsgesprächs 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vorlesung basiert auf zahlreichen inter- und intra-kommunikativen Aktivitäten wie Rollenspielen, Lese- und Hörverständnis (zusammenfassende Wiedergabe), Frage-Antwort-Dialoge, eigene Meinung formulieren (mündlich wie schriftlich).</p> <p>Das Wirtschafts-Vokabular wird konsequent aufgebaut und im Hinblick auf die Prozesse in Unternehmen vertieft. Die Grammatik wird anlassbezogen vertieft.</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Französisch A1.2“ bereits erfolgreich absolviert haben • oder generell gute Sprachkenntnisse aus der Schulzeit haben (bevorzugterweise in der Oberstufe) <p>Der Kurs richtet sich an alle, die gezielt Französisch für den Beruf erlernen möchten und als nächsten Schritt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • ein Auslandssemester an einer französischen Partneruniversität ab dem 4. Semester zu absolvieren möchten, oder • ein Praktikum in einem französisch-sprechenden Unternehmen in Deutschland oder in Frankreich durchlaufen möchten, <p>um mit Französisch als Wirtschaftssprache eine bemerkenswerte Zusatzkompetenz für den Arbeitsmarkt vorzuweisen.</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Klausur am Ende des Semesters sowie Hausaufgaben (während des Semesters) und Mini-Test (Mitte des Semesters)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfungen</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen.</p> <p>Literatur</p> <p>Objectif express 1, Le monde professionnel en français, Hueber Verlag /Hachette Français langue étrangère/ neue Auflage</p> <p>Kursbuch: ISBN 978-3-19-003379-9</p> <p>Arbeitsbuch: ISBN 978-3-19-013379-6</p> <p>Zusatzmaterial durch aktuelle Geschehnisse (Zeitungen, Internet etc.)</p>

Gesellschaftliche, ethische und kulturelle Themen in Unternehmen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1-2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Christian Stielow					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Gesellschaftliche, ethische und kulturelle Themen in Unternehmen	60 h	30 h	24 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Auswirkungen von gesellschaftlichen, ethischen und kulturellen Themen auf Unternehmen, Unternehmensführung und deren Märkte zu analysieren und zu beschreiben, • unter Unsicherheit Entscheidungen vorzuschlagen und zu verteidigen, die nicht „schwarz oder weiß“ sind bzw. nicht mit einfachen „Kochrezepten“ erarbeitet werden können, sondern aus der Unternehmenspraxis entnommen oder an diese angelehnt sind, • relevante Daten und Informationen aus Fallstudien zu sammeln, zu dokumentieren und zu interpretieren. • Arbeits- und Lernprozesse in Gruppen zu organisieren und in Präsenz oder virtuell im Team zusammenzuarbeiten, • Lösungen von Fallstudien auf andere Fälle abzuleiten sowie zu bewerten, • aus Sicht der jeweiligen Unternehmen eine überzeugende Präsentation als Team zu entwickeln und souverän vorzutragen. 				

3	<p>Inhalte</p> <p>Nach einer kurzen Einführung werden (englischsprachige) Fallstudien bearbeitet. Die Fallstudien haben verschiedene Schwerpunkte. Sie blicken überwiegend über den Tellerrand der Betriebswirtschaftslehre und beschäftigen sich mit gesellschaftlichen, ethischen und kulturellen Themen, die Auswirkungen auf Unternehmen und Unternehmensführung haben.</p> <p>Themen können sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verschiedene Unternehmenskulturen bei Mergers & Acquisitions (z.B. Unilevers Übernahme von Ben & Jerry's) • Ethisches Vorgehen im Finanzbereich (z.B. Bilanzbetrug bei WorldCom) • Einfluss von Kulturen bei der Internationalisierung (z.B. Internationalisierung von Starbucks) • Werte verschiedener Generationen (z.B. der Kampf zwischen Coca-Cola und Pepsi) • Markenbildung und Social Activism (z.B. Colin Kaepernick und Nike) • Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz (z.B. Fall von Disney) • Die Süßwarenindustrie und ihr Einfluss auf die Bevölkerung • Das Geschäftsmodell von Streamingdiensten und Urheberrecht (z.B. rechtliche Themen bei Spotify) <p>Die Cases und Themen der Lehrveranstaltung werden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</p> <p>Es werden Fallstudien internationaler Hochschulen genutzt (z.B. Darden, Harvard, INSEAD, etc.). Die Fallstudien und die Lehrveranstaltungsmaterialien sind überwiegend in englischer Sprache.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Bearbeitung von Fallstudien, deren Lösungen in Gruppenarbeit vorbereitet werden.</p> <p>Diskussion der vorbereiteten Fallstudien und Präsentationen grundsätzlich in Präsenzveranstaltungen.</p> <p>Die Lehrveranstaltung beginnt mit einer ausführlichen Besprechung des Falls, der in Gruppen von 2-3 Studierenden vorzubereiten ist. Dabei werden üblicherweise folgende Schritte durchlaufen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komplexen Fall präsentieren 2. Problem klären 3. Dokumentation und Daten analysieren, fehlende Informationen erschließen 4. Lösungen entwickeln, bewerten und Lösung begründen, 5. Lösung präsentieren und diskutieren, 6. Lösungen mit den in Wirklichkeit getroffenen Entscheidungen vergleichen und bewerten <p>Nach der Besprechung des Falls der Vorwoche in 2 – 3 UE wird die Bearbeitung des nächsten Falls begonnen, in dem ggf. noch für die Bearbeitung fehlendes Wissen vermittelt wird.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Verständnis von englischen Texten.</p>
6	<p>Regelung zur Präsenz</p> <p>Anwesenheit und Mitarbeit in den Gruppenarbeiten und in den gemeinsamen Diskussionen wird erwartet.</p>

7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Präsentation und kurze schriftliche Assignments. Die genaue Aufteilung ist abhängig von der genauen Anzahl der Lehrveranstaltungen und wird im Syllabus vor Veranstaltungsbeginn bekanntgegeben.</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen /Literatur</p> <p>Die Literatur zu den Fallstudien wird an die jeweilige Fallstudie angepasst und in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</p> <p>Grundlegende Literatur zur Bearbeitung von Fallstudien:</p> <p>Ellet, W. (2018): The Case Study Handbook, Revised Edition: A Student's Guide, Boston: Harvard Business Press Books</p>

Impulse für zukünftige Führungskräfte					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher / Julia Schneider					
1	Lehrveranstaltung Impulse für zukünftige Führungskräfte	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden können neue Bereiche und Themen außerhalb ihres Faches skizzieren und darstellen. Sie analysieren, diskutieren und hinterfragen diese Themen auf ihre eigenen Lebensumstände, erkennen, dass ein Grundsatz an Allgemeinbildung notwendig für die gesellschaftliche und die berufliche Positionierung ist und lernen, sich in neue Gebiete einzuarbeiten und andere Perspektiven einzunehmen.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden schulen durch die Auseinandersetzung mit den vielfältigen Themen ihr analytisches Denken, durch die Beschäftigung mit unterschiedlichen Ländern und deren Besonderheiten fördern und entwickeln sie ihre interkulturelle Kompetenz. Durch die Breite der Themen wird letztlich ihre Empathie für andersartige Probleme sowie ihre Entscheidungskompetenz gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Veranstaltung setzt sich aus einzelnen voneinander unabhängigen Themenblöcken zusammen, die von internen und externen Fachvertretern vorgestellt werden. Sie geben einen grundsätzlichen Einblick in das jeweilige Themengebiet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kunst • Politik • Literatur • Geschichte • Astronomie • Musik • Design • Verhaltensformen und Etikette im Geschäftsalltag • Fremde Länder und deren Kultur • Technik 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Fachvorträge, Lesungen, Museumsbesuche, Benimm-Essen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				

6	Regelung zur Präsenz Anwesenheitspflicht
7	Prüfungsart und -umfang 2 Assignments in Form einer Buchbesprechung und einer Zusammenfassung einer der Fachvorträge oder eines Themenaspektes daraus
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur Artikel und relevante Zeitungs-, Zeitschriftenartikel werden in der Veranstaltung bekannt gegeben bzw. verteilt.

Lernen, Lehren, Begleiten - Ein Training für angehende TutorInnen, MentorInnen und Buddies

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Kathrin Dupré-Hock und Christina Schrandt					
1	Lehrveranstaltung Lernen, Lehren, Begleiten - Ein Training für angehende TutorInnen, MentorInnen und Buddies	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 8 - 15 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen Lern- und Zeitplanungsstrategien und können diese anwenden und anderen Studierenden anbieten • kennen Empfehlungen für gute Präsentationen und können diese anwenden • können Sitzungen lernziel- und kompetenzorientiert gestalten • können aktivierende und motivierende Lehrmethoden und Moderationsstrategien bei Gruppen anwenden • reflektieren ihre Rolle und Aufgabe als TutorIn/MentorIn/Buddy <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden schulen in den aufeinander aufbauenden Einheiten ihre Selbst- und Sozialkompetenz sowie kommunikativen Fertigkeiten und ihr Verständnis für Aspekte interkulturellen, gender- und diversitätsgerechten Handelns und können dieses Kompetenzen für sich selbst und andere nutzen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reflektion der Rolle als TutorIn/MentorIn/Buddy • Grundlagen des Lernens • Zeit- und Projektmanagement • Didaktische Grundlagen der Unterrichtsplanung • Visualisieren, präsentieren und vortragen • Moderieren und kommunizieren • Interkulturelle Kommunikation • Gender und Diversity in der Lehre • Umgang mit Störungen und Konflikten • Feedback geben und nehmen 				

4	Lehrformen Seminar, Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Präsentationen
5	Teilnahmevoraussetzungen /
6	Regelung zur Präsenz Anwesenheitspflicht
7	Prüfungsart und -umfang Hausarbeit oder Präsentation
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen / Literatur

Mentoring-Programm für Studienanfängerinnen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Je ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Susanne Reiß					
1	Lehrveranstaltung Mentoring-Programm für Studienanfängerinnen (Mentoring 1 und 2)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Mentoring ist ein Prozess, in dem eine erfahrene Person (Mentorin) die Entwicklung einer weniger erfahrenen Person (Mentee) unterstützt. Die Hochschule Mainz bietet Studentinnen ein Mentoring-Programm an mit dem Ziel, zur Herstellung der Geschlechtergerechtigkeit beizutragen durch optimale Förderung und Begleitung während des Studiums. Dadurch sollen ihre späteren Chancen auf dem Arbeitsmarkt vergrößert und Wege aufgezeigt werden, Beruf und Familie zu vereinen. Die Studentinnen des ersten Semesters (Mentee) werden durch eine erfahrene Studentin (Mentorin) des gleichen Fachbereichs, die als studentische Hilfskraft im Rahmen dieses Programms tätig ist, unterstützt. Bei der Auftaktveranstaltung erhalten die Teilnehmerinnen im Rahmen einer ersten Schulung das nötige Rüstzeug für eine gute Mentoring-Beziehung.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Ziel des Mentoring-Programms ist es, noch bestehende geschlechtsspezifische Benachteiligungen von Frauen insbesondere bei der späteren Karriereplanung sowie generell auf dem Arbeitsmarkt abzubauen, indem die Teilnehmerinnen lernen und erfahren, wie sie insbesondere die Instrumente Networking, Studierkompetenz sowie Fähigkeiten im Bereich der Soft Skills (Sozialkompetenz) für ihre persönliche Entwicklung nutzen können.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Die Laufzeit des Programms beträgt 2 Semester und umfasst in der Regel das 1. und 2. Studiensemester der Mentee (Mentoring 1 und Mentoring 2). Im 1. Semester nehmen Mentee und Mentorinnen an der Auftaktveranstaltung teil, in der sog. Tandems aus Mentee und Mentorin gebildet werden und ein Einstiegsseminar „Zielfindung und Standortbestimmung“ für die Mentee stattfindet. Parallel zu dem Seminar findet eine Schulung für die Mentorinnen statt. Die Tandems stehen während der gesamten Laufzeit des Programms in direktem Kontakt und vereinbaren individuelle Treffen. Insbesondere im 1. Semester liegt der Schwerpunkt auf „Networking“. Darüber hinaus soll die Studierkompetenz gefördert und erweitert werden durch zwei Veranstaltungen zu den Themen „Vom Nervenbündel zum Prüfungstyp“, „Die Marke ICH“ Teil 1. Im 2. Semester liegt der Schwerpunkt auf der Durchführung von Workshops bzw. Seminaren zum Erwerb sozialer Kompetenzen (sog. soft skills). Insbesondere sind dies 3 Veranstaltungen zu den Themen • Stressbewältigung / Achtsamkeitstraining, • „Die Marke ICH“ Teil 2 • Moderieren / Gesprächs- und Verhandlungsführung. Das Programm endet nach zwei Semestern mit einer Abschlussveranstaltung für alle Teilnehmerinnen.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminar</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				

6	<p>Regelung der Präsenz</p> <p>Anwesenheitspflicht zu allen Veranstaltungen</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Das Mentoring-Programm als WPF umfasst zwei Teile:</p> <p>Mentoring 1 mit 3 Credits und Mentoring 2 mit 3 Credits, sodass insgesamt 6 Credits erworben werden können.</p> <p>Es sind insgesamt zwei Prüfungsleistungen zu erbringen, diese bestehen jeweils aus zwei Teilen.</p> <p>Mentoring 1:</p> <p>Teil 1: Anwesenheitspflicht zu allen Veranstaltungen</p> <p>Teil 2: Schriftlicher Bericht, im Wesentlichen gegliedert nach Motivation zur Teilnahme am Programm, Erfahrungen mit der Tandem-Beziehung Mentee-Mentorin, Erfahrungen mit Networking, Zusammenfassung von und Conclusio aus der Teilnahme an den Workshops bzw. Seminaren, Umsetzung der Erfahrungen aus dem Programm für das eigene Studium (Umfang ca. 30 Seiten)</p> <p>Mentoring 2:</p> <p>Teil 1: Anwesenheitspflicht zu allen Veranstaltungen</p> <p>Teil 2: Schriftlicher Bericht, im Wesentlichen gegliedert nach Zusammenfassung von und Conclusio aus der Teilnahme an den Workshops bzw. Seminaren, Umsetzung der Erfahrungen aus dem Programm für die zukünftige Berufsplanung und kritische Auseinandersetzung (Umfang ca. 30 Seiten)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung, Anwesenheit</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Die aktuellen Termine der Seminare finden Sie auf unserer Website:</p> <p>http://hs-mz.de/erstimentoring</p>

Russisch A1.1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Jeweils zum SoSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Ines Gurvici					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Russisch A1.1	60 h	30 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse Die Studierenden erwerben erste Kenntnisse in der russischen Sprache. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der mündlichen Kommunikation im Berufsleben sowie in Alltagssituationen. Darüber hinaus verfügen sie über ein Basiswissen über die russische Kultur und Geschichte. Kompetenzen Die Studierenden erwerben eine grundlegende Sprachkompetenz. Interkulturelles Verständnis wird gefördert.				
3	Inhalte Grundlagen der russischen Sprache in verschiedenen Situationen aus Alltag und Beruf.				
4	Lehrformen Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit an Fallstudien. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz neuer digitalen Medien statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen /				
6	Regelung zur Präsenz Regelmäßige Teilnahme ist Pflicht.				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /				
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur MOCT (Lehrbuch, Arbeitsbuch, Arbeitsblätter von Klett Verlag) Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben.				

Russisch A1.2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Jeweils zum Wise
Modulbeauftragte/r					
Ines Gurvici					
1	Lehrveranstaltung Russisch A1.2	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse <p>Die Studierenden erwerben erste Kenntnisse in der russischen Sprache. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der mündlichen Kommunikation im Berufsleben sowie in Alltagssituationen. Darüber hinaus verfügen sie über ein Basiswissen über die russische Kultur und Geschichte.</p> Kompetenzen <p>Die Studierenden erwerben eine grundlegende Sprachkompetenz. Interkulturelles Verständnis wird gefördert.</p>				
3	Inhalte <p>Grundlagen der russischen Sprache in verschiedenen Situationen aus Alltag und Beruf.</p>				
4	Lehrformen <p>Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit an Fallstudien. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz neuer digitalen Medien statt.</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Erfolgreiche Teilnahme des Moduls Russisch A1.1 oder Einstufung durch Modulbeauftragte.</p>				
6	Regelung zur Präsenz <p>Regelmäßige Teilnahme ist Pflicht.</p>				
7	Prüfungsart und -umfang <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) <p>/</p>				
10	Stellenwert der Note für die Endnote <p>3 von 155 Credits</p>				
11	Sonstige Informationen / Literatur <p>MOCT (Lehrbuch, Arbeitsbuch, Arbeitsblätter von Klett Verlag)</p> <p>Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben.</p>				

Russisch A2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Jeweils zum SoSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Ines Gurvici					
1	Lehrveranstaltung Russisch A2	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse Die Studierenden erwerben erste Kenntnisse in der russischen Sprache. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der mündlichen Kommunikation im Berufsleben sowie in Alltagssituationen. Darüber hinaus verfügen sie über ein Basiswissen über die russische Kultur und Geschichte. Kompetenzen Die Studierenden erwerben eine grundlegende Sprachkompetenz. Interkulturelles Verständnis wird gefördert.				
3	Inhalte Grundlagen der russischen Sprache in verschiedenen Situationen aus Alltag und Beruf.				
4	Lehrformen Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit an Fallstudien. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz neuer digitalen Medien statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Erfolgreiche Teilnahme von Russisch A1.2 oder Einstufung durch Modulbeauftragte.				
6	Regelung zur Präsenz Regelmäßige Teilnahme ist Pflicht.				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /				
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur MOCT (Lehrbuch, Arbeitsbuch, Arbeitsblätter von Klett Verlag) Weitere Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben.				

School of Coding					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Mehler-Bicher					
1	Lehrveranstaltung School of Coding	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden lernen aktuelle Auszeichnungs- und Skriptsprachen zur Realisierung von Internetpräsenzen kennen. Sie kennen Vor- und Nachteile der verschiedenen Ansätze. Sie können diese anwenden und wissen, wann welcher Ansatz genutzt werden muss.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Sie erwerben Selbst- und Zeitmanagementkompetenzen, in dem sie selbstständig und eigenverantwortlich mit geeigneten web-based Trainings arbeiten und sukzessive ihr Fachwissen aufbauen bzw. erweitern. Durch die Aufgabenstellung lernen die Studierenden Anwendungsmöglichkeiten und Zusammenwirken aktueller Auszeichnungs- und Skriptsprachen kennen und lernen, Aufgabenstellungen zu analysieren sowie strukturiert und zielgerecht einen Lösungsansatz zu erarbeiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • HTML • CSS • Javascript • Python 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Web-based Training in Kombination mit einem Präsenz-Coaching</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelung zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>e-Assignments (bereitgestellt unter www.codecademy.com) + Zusatzleistung (wird modulabhängig definiert)</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Assignments</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 155 Credits</p>				



11	Sonstige Informationen / Literatur www.codecademy.com
----	---

SOCIAL COMPETENCE: BUSINESS ETIQUETTE AND BUSINESS ETHICS					
Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	90 h	3	1 or 2	Each semester	One semester
Module Owner(s)					
Dagmar Schlemmer-Bockius					
1	Class Social Competence, Business Etiquette and Business Ethics	Class Contact hours 60 h	Private Study hours 30 h	Planned Group Size 40 students	
2	<p>Learning Outcomes</p> <p>Students know the basic rules of good behaviour (on a linguistic basis). They know the rules of small talk and are able to communicate with business partners. Students know about different business cultures and are able to decide what has to be done, in case of problems.</p> <p>Competences</p> <p>The aim is to build efficient language skills. Participants should already have reached B1 or B2 level according to the CEFR. The workshop is aimed at students who are looking for an option in addition to the mandatory courses English I and English II and is another way to expand their English language skills.</p>				
3	<p>Contents</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basic rules of good behavior (on a linguistic basis) • Rules of small talk • Business communication by letter and email or on the phone • General linguistic conflict prevention or conflict resolution on an intercultural basis • The ability to compromise and negotiate • Decision-making • Solving problems creatively • Understanding cultures • Ethical aspects of the importance of CSR 				
4	<p>Teaching Forms</p> <p>Lecture, exercises and activities such as role playing, reading and listening skills, case study analysis, vocabulary and grammar practice.</p>				
5	<p>Prerequisites</p> <p>/</p>				
6	<p>Rules of Attendance</p> <p>/</p>				

7	<p>Form and Scope of Assessment</p> <p>Written exam (60%, 90 minutes) and presentation (40%)</p>
8	<p>Requirements for Credit Awards</p> <p>Passed examination</p>
9	<p>Use of Module in other Bachelor Programs</p> <p>/</p>
10	<p>Relative Weight of the Module for Final Grade</p> <p>3 out of 155 Credits</p>
11	<p>Further Information / Literature</p> <p>Andrew Crane, Dirk Matten, Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization , Oxford University 2007</p> <p>Emmerson, Paul. Business English Handbook Advanced, Macmillan 2007</p> <p>Lloyd, Angela. A new start, B2 (Coursebook) Cornelsen 2014</p> <p>Bob Dignen. Communicating across cultures, Cambridge Business Skills</p>

Soziale Interaktion					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Michael Christ / Prof. Dr. Norbert Rohleder					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Soziale Interaktion	30 h	60 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Das Ziel der Veranstaltung „Soziale Interaktion“ ist es, den Studierenden zunächst die Grundlagen sozialer Interaktion und Kommunikation zu vermitteln. Die Studierenden verstehen, weshalb Modelle helfen, mentales und zwischenmenschliches Verhalten zu erklären. Sie können die Dreiteilung des Seelischen (Kognition, Emotion und Motivation) erläutern und diese Perspektive auf klassische soziale Interaktionen, wie Redeführung, Nutzung der Körpersprache, Konzeption und Durchführung betrieblicher Gespräche, Gestaltung einer effektiven Konfliktbewältigung, strategische und</p> <p>Operative Verhandlungsführung; Moderation von Meetings, Gestaltung der Teambildung und -entwicklung sowie motivationale und emotionale Prozesse übertragen.</p> <p>Durch die Vermittlung theoretischer Grundlagen und den Erwerb von Erfahrungen in praktischen Übungen erweitern sie ihren sozialen, kompetenzbasierten Handlungsrahmen. Dies wird begleitet durch eine Erhöhung der Effektivität und Zufriedenheitserleben in der sozialen Interaktion.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Inhaltlich werden beispielsweise die Kommunikationsmodelle von Friedemann Schulz von Thun und von Thomas Gordon besprochen und Teilaspekte der Kommunikation diskutiert. Auf dieser Basis vertiefen die Studierenden in Gruppen Personen ein Themengebiet der Sozialen Interaktion (Feedback, Rhetorik, Moderation, Konfliktmanagement, Mediation, Verhandlungsführung) und erarbeiten gemeinsam eine 45-minütige Präsentation. Erwartet wird eine anschauliche, praxisbezogene und insbesondere interaktive Vorstellung des Themas unter Einbeziehung der Studierendengruppe.</p>				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung / Übung im seminaristischen Stil				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	/				
6	Regelung zur Präsenz				
	<p>Eine Anwesenheit der Veranstaltungsteilnehmer/innen wird wg. der kontinuierlichen Teamarbeiten erwartet. Abmeldungen bedürfen der schriftlichen Form. Bei einem mehr als zweimaligen, unentschuldigtem Fernbleiben erfolgt einer Überprüfung des Ausschlusses von der Veranstaltung durch den Veranstaltungsleiter.</p>				
7	Prüfungsart und -umfang				
	<p>Schriftliche oder audiovisuelle Themenerarbeitung mit mündlicher Präsentation (Beispiele: Poster-Präsentation, Hausarbeits-Präsentation, Präsentation selbst erstellter Lehrvideos).</p>				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestandene Modulprüfung				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen /Literatur Bastian, Johannes; Combe, Arno; Langer, Roman: Feedback-Methoden. Erprobte Konzepte, evaluierte Erfahrungen, Beltz Verlag 2007 Bruno, Tiziana; Adamczyk, Gregor; Bilinski, Wolfgang: Körpersprache und Rhetorik. Ihr souveräner Auftritt, Haufe Lexware, 2011 Fengler, Jörg: Feedback geben. Strategien und Übungen, Beltz Verlag, 4. Aufl. 2009 Fritsch, Andreas: Der Feedback Code: 31 Erfolgsregeln und Impulse für wirkungsvolles Feedback in der Praxis, Books on Demand Verlag, 2013 Hartebrodt-Schwier, Elke: So geht's: Feedback geben, Aussaat Verlag, 2012 Kratz, Hans-Jürgen: Richtiges Feedback, Gabal Verlag, 4. Aufl. 2012 Vilsmeier, Carmen: Feedback geben – mit Sprache handeln. Kommunikation in Kundenberatung, Führung und Personalentwicklung, Dt. Sparkassenverlag, 2. Aufl. 2002 Konfliktmanagement: Edmüller, Andreas; Jiranek, Heinz: Konfliktmanagement. Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen, 3. Aufl., Haufe Lexware Verlag, 2010 Fehlau, Eberhard G.: Konflikte im Beruf. Erkennen, lösen, vorbeuten, 5. Aufl., Haufe Lexware, 2013 Glasl, Friedrich: Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, 11. Aufl., Freies Geistesleben, 2013 Grün, Anselm: Konflikte bewältigen. Schwierige Situationen aushalten und lösen, Herder Verlag, 2013 Nickelsen, Kirstin: Konflikte lösen. Praktische Tipps für erfolgreiches Konfliktmanagement, Beck, 2012 Schulz, Rolf: Toolbox zur Konfliktlösung. Konflikte schnell erkennen und erfolgreich bewältigen, Stark Verlags GmbH, 2010 Weh, Saskia-Maria; Enaux, Claudius: Konfliktmanagement. Konflikte kompetent erkennen und lösen, Haufe Lexware Verlag, 2008

Mediation:

Altmann, Gerhard; Fiebiger, Heinrich; Müller, Rolf: Mediation: Konfliktmanagement für moderne Unternehmen, Belz-Verlag, 1999

Duve, Christian; Eidenmüller, Host; Hacke, Andreas: Mediation in der Wirtschaft. Wege zum professionellen Konfliktmanagement, 2. Aufl., Schmidt-Verlag, 2011

Hösl, Gerhard G.: Mediation - die erfolgreiche Konfliktlösung. Grundlagen und praktische Anwendung, 7. Aufl., Kösel-Verlag, 2002

Oboth, Monika; Seils, Gabriele: Mediation in Gruppen und Teams, 4. Aufl., Junfermann-Verlag, 2008

Moderation:

Edmüller, Andreas; Wilhelm, Thomas: Moderation, 5. Aufl., Haufe Lexware Verlag, 2012

Freimuth, Joachim: Moderation, Hogrefe Verlag, 2009

Hanisch, Horst: Moderation ist Gold. Grundlagen der modernen Moderation..., 2. Aufl., Books on Demand GmbH, 2009

Malorny, Christian; Langner, Marc A.: Moderationstechniken, 3. Aufl., Hanser Verlag, 2007

Schilling, Gert: Moderation von Gruppen. Der Praxisleitfaden für die Moderation von Gruppen, die gemeinsam arbeiten, lernen, Ideen..., Schilling-Verlag, 2003

Schnelle-Cölln, Telse; Schnelle, Eberhard: Visualisieren in der Moderation. Eine praktische Anleitung für Gruppenarbeit und Präsentation, Windmühle Verlag, 2001

Seifert, Josef W.: 30 Minuten Moderieren, 9. Aufl., Gabal Verlag, 2011

Seifert, Josef W.: Besprechungen erfolgreich moderieren. Kommunikationstechniken für Leiter und Teilnehmer, 14. Aufl., Gabal Verlag, 2011

Rhetorik:

Braun, Roman: Die Macht der Rhetorik. Besser reden - mehr erreichen, Piper Verlag, 2009

Bruno, Tiziana; Adamczyk, Gregor; Bilinski, Wolfgang: Körpersprache und Rhetorik. Ihr souveräner Auftritt, Haufe Lexware, 2011

Dall, Martin: Die Rhetorische Kraftkammer. Überzeugen mit starken Reden und prägnanten Wortmeldungen, Linde Verlag, 2012

Fey, Gudrun: Überzeugen ohne Sachargumente, Walhalla und Praetoria, 2012

Köhler, Hans-Uwe L.: Die perfekte Rede. So überzeugen Sie jedes Publikum, Gabal Verlag, 2011

Thiele, Albert: Sag es stärker. Das Trainingsprogramm für den verbalen Schlagabtausch, Campus Verlag, 2012

Selbstmotivation:

Felser, Georg: Persönlicher Erfolg Selbstmotivation, Bibliograph. Institut, 2010

Flemming, Michael: Schnellkurs Selbstmotivation. Raus aus dem Stimmungstief, CD-ROM, 2. Aufl. Walhalla und Praetoria, 2009

Huhn, Gerhard; Backerra, Hendrik: Selbstmotivation. FLOW – Statt Stress oder Langeweile, 3. Aufl., Hanser-Verlag 2007

Meier, Rolf: 30 Minuten Selbstmotivation, 3. Aufl., Gabal Verlag, 2012

Porok, Simone: Sofortwissen kompakt: Selbstmotivation pur. Motivationsimpulse in 50 x 2 Minuten, Heragon Verlag, 2009

Verhandlungsführung:

Forghani, Foad: Tanz um die Macht. Geheimnisse der Verhandlungsführung, Lit Verlag, 2010

Opresnik, Marc: Die Geheimnisse erfolgreicher Verhandlungsführung. Besser verhandeln in jeder Beziehung, Springer-Verlag, 2013

Rosner, Siegfried; Winheller, Andreas: Gelingende Kommunikation - revisited. Ein Leitfaden für partnerorientierte Gesprächsführung, wertschöpfende Verhandlungsführung und lösungsfokussierte Konfliktbearbeitung, 3. Aufl., Hampp Verlag, 2012

Schranner, Matthias: Der Verhandlungsführer. Taktiken, die zum Erfolg führen, 4. Aufl., Ecowin Verlag, 2013

Jeweils neueste Auflage.

Spanisch A1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Analia Garcia					
1	Lehrveranstaltung Spanisch A1	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden haben eine grundlegende Sprachkompetenz für Alltagssituationen sowie für das Berufsleben erworben. Sie können einfache Dialoge im Spanischen führen und haben erste Kommunikationselemente für Tätigkeiten in spanischsprachigen Unternehmen gelernt.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erwerben erste Sprachkenntnisse in der spanischen Sprache und erweitern durch entsprechende Lehrinhalte ihre interkulturelle Kompetenz. Sie schließen den Kurs mit dem A1-Niveau ab.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Mithilfe des Lehrwerkes „Con Gusto A1“ lernen die Studierenden:</p> <p>Sich begrüßen, sich verabschieden, sich vorstellen, jemanden vorstellen, nach dem Beruf fragen.</p> <p>Nach Wegbeschreibungen fragen, nach dem Standort von Gegenständen fragen, Rechenarten ausdrücken.</p> <p>Den Charakter von Personen beschreiben, über tägliche Aktivitäten mit Personen und Firmen sprechen.</p> <p>Tätigkeiten in den Abteilungen eines Unternehmens, Terminplanung, Wochentage und Monate, Uhr und Tageszeiten.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vorlesung basiert auf kommunikativen Aktivitäten: Arbeit in Gruppen, Videos, Erstellen einer Gruppen-Abschlussarbeit.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				

10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen.</p> <p>Literatur</p> <p>Universo. ele A1. Hueber ISBN 978 - 3-19 - 004333-0</p>

Spanisch A2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	1 oder 2	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Analia Garcia					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Spanisch A2.1	60 h	30 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Aufbauend auf dem Kurs Spanisch A1 bzw. den entsprechenden Vorkenntnissen haben die Studierenden ihren Wortschatz sowie die Grammatik weiter ausgebaut und ihre Sprach- und Schreibfähigkeit geschult. Sie sind in der Lage, Wirtschaftstexte zu lesen und diese zu bearbeiten.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden bauen ihre grundlegende Sprachkompetenz weiter aus. Zudem erweitern sie durch Grundlagen zu Kultur und Wirtschaftskultur ihre interkulturelle Kompetenz. Am Ende des Kurses haben die Studierenden das Level A2.1 erreicht haben.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Der Kursinhalt konzentriert sich auf die ersten sechs Lektionen des „Aula Internacional 2“ Buches sowie die folgenden Lernziele:</p> <p>Über Gewohnheit und Schwierigkeiten sprechen, Gründe angeben und erfragen.</p> <p>Ereignisse der Vergangenheit erzählen und verbinden.</p> <p>Über den Beginn und die Dauer einer Handlung sprechen.</p> <p>Geschmack und Vorlieben ausdrücken, Objekte beschreiben.</p> <p>Um Erlaubnis erbitten und erteilen.</p> <p>Über Absichten und Projekte sprechen.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vorlesung basiert auf kommunikativen Aktivitäten: Arbeit in Gruppen, Videos, Erstellen einer Gruppen-Abschlussarbeit.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Vorkenntnisse erforderlich (Grundkurs A1 oder Level A1).</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 3 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen <p>Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen.</p> <p>Literatur</p> <p>Universo.ele A2. Hueber ISBN 978-3-19-054333-5</p> <p>Ergänzendes Material zur Wirtschaft wird in den Vorlesungen ausgegeben bzw. tagesaktuell bereitgestellt.</p>

Interdisziplinäres Projekt					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3	2	Jährlich	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Interdisziplinäres Projekt	30 h	60 h	40 Studierende	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden aus verschiedenen Bachelorstudiengängen der Hochschule Mainz entwickeln in interdisziplinärer Projektarbeit einen Lösungsansatz für eine übergreifende Fragestellung. Ziel ist eine stärkere Vernetzung der Studierenden aller Fachbereiche.</p> <p>Im Studium Integrale werden folgende Fragestellungen diskutiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Relevanz besitzt die übergreifende Fragestellung in Gesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft? • Wie können Lösungsansätze aussehen? • Welche Lösungsansätze sind aus welcher Perspektive vielversprechend? <p>Die Studierenden erwerben soziale Kompetenzen, in dem sie ihr theoretisches Wissen praktisch im Team an realen Beispielen anwenden und umsetzen. Es ist explizites Ziel, dass Studierende aus unterschiedlichen Fachdisziplinen in diesen Projekten zusammenarbeiten.</p> <p>Durch die Aufgabenstellung lernen die Studierenden aktuelle Fragestellungen zu durchdringen, Zusammenhänge und Wechselwirkungen zu analysieren sowie strukturiert und zielgerecht einen Lösungsansatz zu erarbeiten und diesen zu präsentieren.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <p>Zeitpunkt: Parallel zur Orientierungswoche im SoSe 2020 (9.03. - 13.03.2020)</p> <p>Thema: Entwicklung eines Nachhaltigkeitskonzepts für die Hochschule Mainz</p> <p>Ablauf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Montag 9:00 Projektstart, Aufteilung in Teams, Impulsreferat • Montag – Donnerstag 10:00 – 18:00 Projektarbeit • Donnerstag 24:00 Einreichung der Dokumentation (über OLAT) • Freitag 9:00 – 10:30 Finalisierung der Präsentationen • Freitag 10:30 Einreichung der Präsentationen (über OLAT) • Freitag 11:00 – 13:30 Vorstellung der Präsentationen • Freitag 13:30 – 14:00 Juryberatung • Freitag 14:00 Siegerehrung <p>Veranstaltungsort: Lux</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Projektarbeit ergänzt durch Impulsreferate, Diskussion, Brainstorming und Teamarbeit</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>/</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
6	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Projektarbeit mit Präsentation</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>

Semester 4: Sprache & Interkulturelle Kompetenz

Arabisch B2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	4	Jeweils im WiSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Herr Mostafa Abd Alla					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Arabisch B2	60 h	90 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden haben eine grundlegende Kenntnis über die Wirtschaftssprache Arabisch. Sie sind mit Fachvokabular vertraut. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der mündlichen und schriftlichen Kommunikation im Berufsleben.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden entwickeln Verhandlungstechniken und -sicherheit in der Sprache . Es werden Fähigkeiten vermittelt, die man sowohl sprachlich als auch schriftlich im arabischen Berufsleben benötigt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Der Kursinhalt konzentriert sich auf die arabische Wirtschaftssprache. Darüber hinaus werden aktuelle wirtschafts- und kulturpolitische Themen aufgegriffen.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz digitaler Medien statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Das Niveau B1+ des europäischen Referenzrahmens bzw. muttersprachliche Kenntnisse werden vorausgesetzt.</p>				
6	<p>Regelung der Präsenz</p> <p>Regelmäßige Teilnahme ist Pflicht.</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 155 Credits</p>				
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Es werden jeweils aktuelle Texte aus verschiedenen Medien verwendet.</p>				

Chinesisch A2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	4	Jeweils im WiSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Herr Yabo Zhu					
1	Lehrveranstaltung Chinesisch A2	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Dieses Modul schließt an die Kurse Chinesisch A1.1 und A1.2 an. Die Studierenden vertiefen die dort erworbenen Kenntnisse der chinesischen Sprache und Kultur.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden bauen ihre Sozial- und Kulturkenntnisse sowie ihre interkulturelle Kompetenz für die erfolgreiche Kommunikation auf dem chinesischen Markt weiter aus. Sie sind damit vorbereitet auf die zukünftige Berufstätigkeit im Rahmen von Internationalisierung und Globalisierung.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Sprachlicher Teil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festigung der phonetischen Grundlagen (Pinyin-Umschrift) • Ausbau der Beherrschung von chinesischen Schriftzeichen • Struktur der chinesischen Sprache: Vertiefung des Verhaltens in und Umgang mit weiteren kommunikativen Situationen <p>Kultureller Teil: Beschäftigung mit wesentlichen Aspekten der Geographie, Geschichte, Kultur Chinas sowie aktueller gesellschaftlicher und politischer Themen</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Rollenspiele, Gruppenarbeit, Präsentationen, Medieneinsatz, Online-Hilfe.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Vorkenntnisse: Chinesisch A1.1 und A1.2 oder vergleichbare Qualifizierung.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Hausarbeit (20%), mündliche Leistung (20%), Klausur (60%, 90 Minuten).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				

10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Vom NOCFL (National Office for Teaching Chinese as a Foreign Language) Chinas vorgeschlagene Lehrmaterialien:</p> <p>New Practical Chinese Reader und Skripte von und zur Lehrveranstaltung.</p>

Englisch: Negotiation Skills					
Module code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	150 h	5	4	Every semester	One semester
Module owner/s					
Dr. Elke Lassahn					
1	Class	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	Negotiation Skills	60 h	90 h	max. 30 students	
2	Learning Outcomes / Competences				
	Understand negotiation situations—its players and issues, recognize and use strategies and tactics in negotiation, practice negotiation in interactive role-plays				
3	Contents				
	Harvard theory on negotiating cooperatively, negotiation strategies and tactics; conflict management; core concerns; international negotiation; gender issues while negotiating; role-plays				
4	Teaching Forms				
	Seminar; case studies; role-plays; students teach students in presentations				
5	Prerequisites				
	Successful completion of English I and II is recommended.				
6	Rules of Attendance				
	Active participation in class and in group work outside class.				
7	Form and Scope of Assessment				
	Team presentation of a case with integrated negotiation theory (20%); short paper based on the presentation (20%); final exam (60%)				
8	Requirements for Credit Awards				
	Successful completion of course requirements.				
9	Use of Module in other Bachelor Programs				
	/				
10	Relative Weight of the Module for Final Grade				
	5 out of 155 credits				
11	Further information / Literature				
	Roger Fisher, William Ury, Getting to Yes: Negotiating Without Giving in (required reading) Matthias Schranner, Teure Fehler : Die 7 größten Irrtümer in schwierigen Verhandlungen (Econ, 2009 oder spätere Ausgaben)				
	Roger Fisher, Daniel Shapiro (2006), Beyond Reason: Using emotions as you negotiate				

Englisch: Working in multi-cultural teams					
Module code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	150 h	5	4	Each semester	One semester
Module owner(s)					
Dr. Stephanie Swartz					
1	Class Working in multi-cultural teams	Class Contact Hours 60 h	Private Study Hours 90 h	Planned Group Size max. 30 students	
2	Learning Outcomes Understanding organizational structures that foster team work; the role and nature of teams; understanding and ability to deal with the complexity of team work on a global level; appreciating intercultural issues and working in virtual teams.				
3	Contents Organizations and teams; team roles (Belbin and other theories); culture dimension; culture shock, globalization and ethics; conflict management. Virtual teams project with students in other countries.				
4	Teaching Forms Seminar; case studies; role-plays; project work				
5	Prerequisites Successful completion of English I and II is recommended.				
6	Rules of Attendance Active participation in class and in group work outside class.				
7	Form and Scope of Assessment 1 or 2 short presentations with reflective paper on team work (40%); final exam (60%)				
8	Requirements for Credit Awards Successful completion of course requirements.				
9	Use of Module in other Bachelor Programs /				
10	Relative Weight of the Module for Final Grade 5 out of 155 credits				

11	<p>Further Information / Literature</p> <p>Harvard Business Review cases ; other online resources</p> <p>Schmidt, P. (2007). In Search of Intercultural Understanding: A Practical Guidebook for Living and Working Across Cultures. Montreal: Meridian World Press</p> <p>Schmidt, P. (2012). Understanding American and German Business Cultures. Montreal: Meridian World Press</p> <p>Lewis, R. (2006). Third Ed. When Cultures Collide. London: Nicholas Brealey International</p> <p>Lewis, R. (2012). When Teams Collide. London: Nicholas Brealey International</p> <p>Hofstede, G., Hofstede, G. & Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations – Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival. New York: McGraw Hill</p> <p>Fischer, R. & Ury, W. (2012). Getting to Yes. London: Random House</p> <p>Luthans, F. & Doh, J. P. (2014). Ninth Ed. International Management : Culture, Strategy and Behavior. New York: McGraw-Hill</p> <p>Berninghausen, J. & Hecht-El Minshawi, B. (2009). Intercultural Competence—Managing Diversity. Bremen: Kellner</p>
----	--

FRANZÖSISCH B1 (WPF SPRACHE & INTERKULTURELLE KOMPETENZ)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	90 h	3 ECTS im Stud. Integrale 5 ECTS ab dem 4. Semester	1-2 oder 4	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Florence Sorrentino					
1	Lehrveranstaltung Französisch B1 (WPF Sprache & Interkulturelle Kompetenz)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 30 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>In diesem Kurs werden die innerbetrieblichen Prozesse in klassischen Unternehmensabteilungen wie Personal, Marketing, Einkauf und Logistik in der Fachsprache durchgenommen, um Aufgaben und Probleme des Berufsalltags in und zwischen Abteilungen bewältigen zu können.</p> <p>Ziel des Kurses ist es, sowohl die Kommunikation als auch die Fach- und Methodenkompetenz zu stärken. Das Vokabular der speziellen Betriebswirtschaftslehre wird weiterausgebaut.</p> <p>Darüber hinaus werden aktuelle wirtschafts- und kulturpolitische Themen aufgegriffen.</p> <p>Nach Abschluss des Kurses würden die Teilnehmer das Niveau B1 des GER erreichen.</p> <p>Für all diejenigen, die ein Auslandssemester an einer Partneruniversität im 5. Semester anstreben oder sich auf ein Praktikum in Frankreich vorbereiten wollen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Mithilfe von vier Lektionen des Lehrwerks "affaires.com avancé" und Zusatzmaterial erfahren Sie mehr über:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressources humaines u.a. Managerprofil, Arbeitsverträge, Bewerbung auf eine Stelle • Marketing u.a. Marktforschung, Produkt- Positionierung, Werbemittel, Distributionsmethoden • Ventes u.a. Absatzkanäle, Vertriebswege, Verkäufer und Außendienst • Achats/ Logistique u.a. Zahlungsfristen, Bestellungen, Lieferungen 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vorlesung basiert auf kommunikativen Aktivitäten, Arbeit in Gruppen und Präsentationen.</p>				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Für Studierende, die bereits mindestens „Französisch A2“ erfolgreich absolviert haben.</p> <p>Direkteinstieg möglich für Studierende mit einem in der Schule mit gut bis sehr gut absolvierten Französisch Leistungskurs.</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 Klausur am Ende des Semesters, • 1 Präsentation während des Semesters • Hausaufgaben • Mini Test in der Mitte des Semesters
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfungen</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3 von 155 Credits oder 5 von 155 ECTS</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen.</p> <p>Es ist möglich, nach einem erfolgreich absolvierten A2 Kurs, Französisch B1 im Studium Integrale ab dem 2. Semester zu belegen.</p> <p>Die Möglichkeit des direkten Einstiegs ist auch gegeben, allerdings muss ein Französisch Leistungskurs mit einer guten Note vorgewiesen werden.</p> <p>Den Kurs finden Sie unter meinem Namen im Kurskatalog, es wird nicht explizit im Studium Integrale angeboten.</p> <p>Literatur</p> <p>-Affaires.com avancé, CLE International- Klett Verlag</p> <p>Kursbuch ISBN 978-3-12-529107-2</p> <p>Arbeitsbuch ISBN 978-3-12-529117-1</p> <p>-Zusatzmaterial durch aktuelle Geschehnisse (Zeitungen, Internet, etc.)</p>

Französisch B2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebotes	Dauer
	150 h	5	4	Jedes Semester	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Florence Sorrentino					
1	Lehrveranstaltung Französisch B2: (WPF Sprache & Interkulturelle Kompetenz)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	Geplante Gruppengröße max. 25 students	
2	Lernergebnisse / Kompetenzen In diesem Kurs werden komplexere Vorgänge der Unternehmenswelt in der Fachsprache durchgenommen sowie Projekte und Kooperationsarbeiten durchgeführt. Ziel des Kurses ist es, sowohl die Kommunikation als auch die Fach- und Methodenkompetenz zu stärken. Das Vokabular der speziellen Betriebswirtschaftslehre wird weiterausgebaut. Darüber hinaus werden aktuelle wirtschafts- und kulturpolitische Themen aufgegriffen. Nach Abschluss des Kurses erreichen die Teilnehmer das Niveau B2.1 des GER. Für all diejenigen, die ein Auslandssemester an einer Partneruniversität im 5. Semester anstreben oder sich auf ein Praktikum in Frankreich vorbereiten wollen.				
3	Inhalt Mithilfe von vier Lektionen des Lehrwerks "objectif express B1.2/B2" und Zusatzmaterial erfahren Sie mehr über: <ul style="list-style-type: none"> • Travaillez en collaboration • Participez à des projets • Informez-vous • Rendez compte 				
4	Lehrformen Die Vorlesung basiert auf kommunikativen Aktivitäten, Arbeit in Gruppen und Präsentationen.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Für Studierende, die bereits mindestens „Französisch B1“ im 2. oder im 4. Semester erfolgreich absolviert habe. Für Studierende mit muttersprachlichen Kenntnissen in der französischen Sprache ist ein Direkteinstieg möglich.				
6	Regelung zur Präsenz /				
7	Prüfungsart und -umfang <ul style="list-style-type: none"> • 1 Klausur am Ende des Semesters • 1 Präsentation während des Semesters oder Fallstudien • Hausaufgaben und Mini Test in der Mitte des Semesters 				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen.</p> <p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objectif Express 2/ Le monde professionnel en francais B1/ B2.1 • Kursbuch ISBN 978-3-12-043379-7 • Arbeitsbuch ISBN 978-3-12-053379-4 • Zusatzmaterial durch aktuelle Geschehnisse (Zeitungen, Internet etc.)

Russisch B2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	4	Jeweils zum WiSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Ines Gurvici					
1	Lehrveranstaltung Russisch B2	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 90 h	Geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	Lernergebnisse Die Studierenden erwerben fortgeschrittene Kenntnisse in der russischen Sprache. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der mündlichen Kommunikation im Berufsleben sowie in Alltagssituationen. Darüber hinaus verfügen sie über ein erweitertes über die russische Kultur und Geschichte. Kompetenzen Die Studierenden erwerben eine fortgeschrittene Sprachkompetenz. Interkulturelles Verständnis wird gefördert.				
3	Inhalte Der Kursinhalt konzentriert sich auf die russische Wirtschaftssprache. Darüber hinaus werden aktuelle wirtschafts- und kulturpolitische Themen aufgegriffen.				
4	Lehrformen Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz digitaler Medien statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Das Niveau B1+ des europäischen Referenzrahmens bzw. muttersprachliche Kenntnisse werden vorausgesetzt.				
6	Regelung zur Präsenz Regelmäßige Teilnahme ist Pflicht.				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 Minuten).				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /				
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 155 Credits				
11	Sonstige Informationen / Literatur "Russisch lernen fuer den Beruf" (von Sprachenlernen 24) Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien.				

Spanisch B1.1					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	4	Semesterweise	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Analia Garcia					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Spanisch B1.1	60 h	90 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden haben ihre Kenntnisse in der spanischen Sprache gefestigt und weiter ausgebaut, insbesondere hinsichtlich interkultureller Themen und einer Ausrichtung auf das Wirtschaftsleben. Sie kennen die (Wirtschafts-) Kulturen im Spanisch-sprechenden Raum und können Unterschiede reflektieren.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden haben sowohl ihre kommunikative als auch ihre kulturelle Kompetenz gestärkt. Am Ende des Kurses haben die Studierenden das Niveau B1.1 erreicht.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Der Kursinhalt konzentriert sich auf die folgenden Themen:</p> <p>Produktion Biografien verstehen, Tatsachen und Anekdoten aus der Vergangenheit erzählen, die Biografie einer berühmten Person beschreiben, Erzählungen aus der Vergangenheit verstehen, über historische Ereignisse sprechen, unterschiedliche Meinungen zu einem Thema verstehen, einen Text und die Meinung anderer Personen kommentieren, ein Thema vorstellen und eine Quelle nennen, eine strukturierte, mündliche Präsentation über ein Thema halten.</p> <p>Wortschatz und Grammatik Die Vergangenheit: Pretérito Indefinido – Imperfecto - Pluscuamperfecto. Der Gebrauch der Vergangenheit. Imperfekt – Indefinido Kontrast. Das Futur: regelmäßige und unregelmäßige Verben. Der Konditional. Der Gebrauch von Futur und Konditional.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vorlesung basiert auf kommunikativen Aktivitäten: Arbeit in Gruppen, Videos, Erstellen einer Gruppen-Abschlussarbeit.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Vorkenntnisse erforderlich: Spanisch Level A2.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 Minuten, 60%) plus Präsentation (40%).</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) /
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5 von 155 Credits
11	Sonstige Informationen <p>Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen.</p> <p>Literatur</p> <p>Universo.ele B1. Hueber. ISBN 978-3-19-0043334-7</p> <p>Meta Profesional B1. Klett. ISBN 978-3-12-515470-4</p> <p>Weitere Lehrmaterialien werden in der Vorlesung ausgegeben.</p>

Spanisch B1.2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	4	Jeweils im WiSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Analia Garcia					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Spanisch B1.2	60 h	90 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden haben ihre Kenntnisse in der spanischen Sprache mit dem zentralen Punkt der interkulturellen Kompetenz gefestigt. Sie sind dadurch in der Lage, kulturelle Aspekte der Spanisch-sprachigen Welt zu verstehen. Gleichzeitig sind die Studierenden gezielt auf das Studium in Spanien oder Lateinamerika vorbereitet.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Durch entsprechende Lehrinhalte (aktuelle sozial-, wirtschafts- und kulturpolitische Themen) wird sowohl die kommunikative als auch die kulturelle Kompetenz der Studierenden gestärkt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Der Kursinhalt konzentriert sich auf die folgenden Themen:</p> <p>Hör- und Leseverständnis:</p> <p>Einem Text implizite Informationen entnehmen, den Standpunkt des Autors herausfinden, statistische Angaben grafisch darstellen, kreative Texte verstehen, ein Radiointerview verstehen.</p> <p>Produktion:</p> <p>An Unterhaltungen über bekannte Themen teilnehmen, in einem informellen Gespräch ein Thema ansprechen, zustimmen, widersprechen und andere unterbrechen, eine gut strukturierte mündliche Präsentation, ein interkulturelles Projekt beschreiben, Notizen während einer Vorlesung machen.</p> <p>Grammatik:</p> <p>Vergangenheit, der Subjuntivo (Formen und Gebrauch), die Substantivsätze, die Konditionalsätze mit "si", die Konnektoren, sprachliche Mittel zur Strukturierung von Information.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Vorlesung basiert auf kommunikativen Aktivitäten: Arbeit in Gruppen, Videos, Erstellen einer Gruppen-Abschlussarbeit.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Vorkenntnisse erforderlich: Spanisch 1. und 2. Semester oder vergleichbare Qualifizierung Level A2 .2 /B1.1.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>/</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (60%, 90 Minuten) plus Präsentation (40%).</p>				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 155 Credits</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Sprachinteressierte, die an der Vorlesung teilnehmen möchten, ohne ECTS Punkte dafür zu erlangen, sind nach Verfügbarkeit von Plätzen herzlich willkommen. Bitte vor dem Semester bei der jeweiligen Kontaktperson anfragen.</p> <p>Literatur</p> <p>Universo.ele B1. Hueber. ISBN 978-3-19-0043334-7</p> <p>Meta Profesional B1. Klett. ISBN 978-3-12-515470-4</p> <p>Weitere Lehrmaterialien werden in der Vorlesung ausgegeben.</p>

Türkisch B2					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	150 h	5	4	Jeweils im WiSe	Ein Semester
Modulbeauftragte/r					
Frau Müge Ciloglu					
1	Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	Geplante Gruppengröße	
	Türkisch B2	60 h	90 h	40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse</p> <p>Die Studierenden sind mit der Wirtschaftssprache Türkisch vertraut. Sie kennen das entsprechende Fachvokabular und können es situationsgerecht einsetzen. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der mündlichen und schriftlichen Kommunikation im Berufsleben. Die Studierenden erlangen Verhandlungstechniken und -sicherheit in der Sprache.</p> <p>Kompetenzen</p> <p>Aufbau einer grundständigen Kompetenz im Bereich der Wirtschaftssprache Türkisch. Es werden Fähigkeiten vermittelt, die man sowohl sprachlich als auch schriftlich im türkischen Berufsleben benötigt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Der Kursinhalt konzentriert sich auf die türkische Wirtschaftssprache. Darüber hinaus werden aktuelle wirtschafts- und kulturpolitische Themen aufgegriffen.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz digitaler Medien statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Das Niveau B1+ des europäischen Referenzrahmens bzw. muttersprachliche Kenntnisse werden vorausgesetzt.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Regelmäßige Teilnahme ist Pflicht.</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Klausur (120 Minuten)</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>/</p>				
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5 von 155 Credits</p>				
11	<p>Sonstige Informationen / Literatur</p> <p>Aktuelle Texte aus verschiedenen / aktuellen Medien.</p>				

CIDD/CCU Summer School (Conway, SC, USA) - Doing Business in the USA					
Module Code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	150 h	5	From third semester	Once in a year	Three Weeks
Module owner(s)					
Dr. Elke Lassahn					
1	Class	Class Contact Hours	Private Study Hours	Planned Group Size	
	CIDD/CCU Summer School	100 h	50 h	40 students	
2	Learning Outcomes / Competences				
	Students who finish the summer school achieve an advanced level of the English language - near to native speakers; English B2-C1 CEF Level.				
3	Contents				
	<p>Week 1 Instructive Conversations: Learn about corporate social responsibility and business ethics. Company project work.</p> <p>Week 2 Instructive Conversations: Learn about human resource management, cross-cultural management and regional history. Company project work and corporate lectures.</p> <p>Week 3 Instructive Conversations, lectures, finalisation of the company project work with presentation, graduation banquet.</p>				
4	Teaching Forms				
	Lectures, group work, single work, experts talk				
5	Prerequisites				
	Business English I and/or Business English II; upper-intermediate to advanced English knowledge (B2 CEF)				
6	Rules of Attendance				
	/				
7	Form and Scope of Assessment				
	Paper, presentation, short assignments				
8	Requirements for Credit Awards				
	Successful completion of course requirements. Certificate and Transcript from Coastal Carolina University.				
9	Use of Module in other Bachelor Programs				
	/				
10	Relative Weight of the Module for Final Grade				
	5 out of 155 credits				

11	<p>Further Information / Literature</p> <p>Information for the presentation as well as literature, according to the chosen topic can be looked up in Germany.</p> <p>Further work material will be given by the teachers at CCU.</p> <p>Accommodation in a dorm as well as all meals are included.</p>
----	---

UCSD Summer School (San Diego, CA, USA) - Doing Business in the USA					
Module code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	150 h	5	From third semester	Once in a year	Four weeks
Module owner(s)					
Dr. Elke Lassahn, Christin Reichhardt					
1	Class	Class contact hours	Private study hours	Planned group size	
	UCSD Summer School	100 h	50 h	40 students	
2	Learning outcomes and competences				
	Students who finish the summer school achieve an advanced level of the English language - near to native speakers; English B2-C1 CEF Level.				
3	Contents				
	<p>This is a program for serious students who want to improve English fluency through business content studies. High-intermediate, and advanced English proficiency may take this program. Student's English proficiency is determined during orientation at the time the student arrives to UC San Diego English Language Institute.</p> <p>Be prepared to work in teams while improving presentation skills, negotiating, meeting skills, business vocabulary, and business writing while surveying topics such as:</p> <ul style="list-style-type: none"> American Business Marketing Finance International Trade Management Human Resources <p>This program includes expert guest speakers and visits to local businesses. Guest speaker dates and company visits vary according to availability.</p>				
4	Teaching forms				
	Seminar; case studies; role-plays; group work				
5	Prerequisites				
	Business English I and/or Business English II; upper-intermediate to advanced English knowledge (B2 CEF).				
6	Rules of Attendance				
	/				
7	Form and scope of assessment				
	Paper, Presentation, Reports, Exam				
8	Requirements for Credit Awards				
	Successful completion of course requirements. Certificate and Transcript from UCSD UCSD Extension.				

9	Use of Module in other Bachelor Programs /
10	Relative Weight of the Module for Final Grade 5 out of 155 credits
11	Further Information / Literature <p>Information for the presentation as well as literature, according to the chosen topic can be looked up in Germany.</p> <p>Further work material will be given by the teachers at UCSD.</p>

China Summer School (Beijing, China): Doing Business in China					
Module code	Workload	Credits	Semester	Frequency	Duration
	150 h	5	4	Once in a year	1 semester
Module owner(s)					
Prof. Dr. Stephanie Swartz					
1	Class China Summer School – Doing Business in China	Class Contact Hours 30 h	Private Study Hours 120 h	Planned Group Size 15 students	
2	Learning Outcomes and Competences Studierende erwerben Grundkenntnisse der chinesischen Sprache sowie kulturelle Kompetenzen im Umgang mit Chinesen				
3	Contents Grundlage der chinesischen Sprache; Kenntnisse der chinesischen Kultur und Geschichte; interkulturellen Kompetenzen im Umgang mit Chinesen und betriebswirtschaftliche Themen wie z.B. Marketing in China; kulturelle Besichtigungen und Besuch bei lokalen Firmen in Beijing				
4	Teaching Forms /				
5	Prerequisites /				
6	Rules of Attendance /				
7	Form and Scope of Assessment Präsentation und schriftliche Arbeit				
8	Requirements for Credit Awards Bestandene Modulprüfung				
9	Use of Module in other Bachelor Programs /				
10	Relative Weight of the Module for Final Grade 5 aus 155 credits				
11	Further Information / Literature Lehrmaterialien wird in der Vorlesung bekannt gegeben.				