

MODULHANDBUCH

MASTERSTUDIENGANG MANAGEMENT FRANCO-ALLEMAND (MFA)

Inhalt

Studienstruktur	3
Semester 1 (Universität de Lorraine, Metz)	4
Marketing und Marktforschung	4
<i>Marketing et étude de marché</i>	
Organisations- und Personalmanagement	7
<i>Organisation et management des ressources humaines</i>	
Grundzüge des Rechnungswesens	10
<i>Gestion comptable et financière</i>	
Kommunikation und Fremdsprachen	13
<i>Communication et langues étrangères</i>	
Semester 2 (Universität de Lorraine, Metz)	16
IT und Management	16
<i>Informatique de gestion</i>	
Qualitäts- und Projektmanagement	19
<i>Gestion de projets et management de la qualité</i>	
Zwischenbericht und Praktikum 1	22
<i>Stage professionnel</i>	
Semester 3 (Hochschule Mainz)	25
Kommunikation und Fremdsprachen	25
Rechtliches Umfeld in Deutschland und Frankreich	27
Strategisches Management und Export	30
Finanzen und Controlling	33
Internationales Recht	36
Semester 4 (Hochschule Mainz)	38
Internationale Wirtschaft im deutsch-französischen Rah- men	38
Wissenschaftliches Arbeiten	41
Masterarbeit und Praktikum 2	43

STUDIENSTRUKTUR

SEMESTER 4 27 ECTS	Masterarbeit & Praktikum II (Praktikum mind. 5 Monate) 24 ECTS				Int. Wirtschaft im deu.-franz. Rahmen 3 ECTS	
SEMESTER 3 33 ECTS	Kommunikation & Fremdsprachen 6 ECTS	Strategisches Management und Export 9 ECTS	Rechtliches Umfeld 6 ECTS	Finanzen & Controlling 6 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten 3 ECTS	Internationales Recht 3 ECTS
SEMESTER 2 30 ECTS	IT & Management 6 ECTS	Qualitäts- & Projektmanagement 9 ECTS	Zwischenbericht & Praktikum I (Praktikum mind. 5 Monate) 15 ECTS			
SEMESTER 1 30 ECTS	Personalmanagement & Organisation 6 ECTS	Marketing & Marktforschung 9 ECTS	Kommunikation & Fremdsprachen 6 ECTS	Grundzüge des Rechnungswesens 9 ECTS		
Orientierungsphase						
TOTAL 120 ECTS	METZ/MAINZ		STUDY AT UL METZ		STUDY AT HS MAINZ	

Semester 1 (Université de Lorraine, Metz)

Marketing und Marktforschung <i>Marketing et étude de marché</i>					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60101	270 h	9	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen MARKETING ET ÉTUDE DE MARCHÉ	Kontaktzeit 72 h		Selbststudium 198 h	geplante Gruppengröße max. 30
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bei Abschluss des Lernprozesses werden erfolgreiche Studierende in der Lage sein, Konzepte und Instrumente des strategischen Marketings im nationalen und internationalen Umfeld darzustellen. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, Tatbestände des internationalen Marketings mit Instrumenten wie der Umfeldanalyse und der empirischen Markterhebung gezielt zu untersuchen. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bei Abschluss des Lernprozesses werden erfolgreiche Studierende in der Lage sein, Studien zur Marktanalyse (quantitative Umfragen und qualitative Erhebungen) durchzuführen und auszuwerten. - Studierende sind in der Lage herauszufinden, welche Techniken in welchem Umfeld erfolgversprechend sind und welche Marktgegebenheiten die Aussagefähigkeit der Analysemodelle einschränken. - Die Studierenden reflektieren ihr Wissen über die Marketingbesonderheiten, die für den deutschen im Vergleich zum französischen Markt relevant sind und sind in der Lage zu beurteilen, welche Techniken in welchem Umfeld erfolgversprechend sind. <p>Breite & Tiefe Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch eine umfassende Darstellung des Themenbereichs des Marketings und der Marktforschung wird das Wissen der Studierenden in der Breite gefördert. Durch die praktische Anwendung von Marktforschungskennnissen werden diese Kenntnisse erheblich vertieft. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Anwendung quantitativer Konzepte fördert insbesondere analytisches Denken und IT-Kompetenzen. 				

3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing Management im Überblick 2. Definition und Weiterentwicklungen des Marketingkonzepts 3. Internationales Marketing 4. Strategisches Marketing 5. Marketingpläne 6. Operatives Marketing: Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik unter Berücksichtigung von internationalen, insbesondere deutsch-französischen Aspekten; 7. Marktstudien: Qualitative Studien und Interview-Leitfaden; Markterhebungen in Form von Umfragen, beginnend mit der Zielfestlegung bis hin zur Verwaltung der Fragebögen und Auswertung der Ergebnisse; Einführung in die Anwendung einer Software zu Auswertungszwecken (Sphinx, SPSS oder andere) 8. Marketing und Besonderheiten des französischen und deutschen Marktes: Diskussion und Analyse.
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil. Die Veranstaltung wird zur Hälfte in französischer Sprache gelesen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit und Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>9/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Patrick Barthel, Université de Lorraine</p> <p>Prof. Dr. Claudia Hensel, Hochschule Mainz</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Gastvorträge deutscher und französischer Firmen.</p> <p>Kurssprachen: Deutsch und Französisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Baines, P./ Fill, C.: Marketing. Oxford: Univ. Press.</p> <p>Bonnafox, G./ Billon, C.: L'essentiel du plan marketing opérationnel. Paris: Eyrolles.</p> <p>Brassington, F./ Pettitt, S.: Essentials of Marketing. Harlow: Prentice Hall.</p> <p>Caumont, D./ Dorion, F.: Les Études de marché. Comment concevoir, réaliser et analyser une étude. Paris: Dunod.</p> <p>Homburg, C.: Marketingmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Kotler, P./ Armstrong, G.: Grundlagen des Marketing. München: Pearson.</p> <p>Kotler, P./ Keller, K./ Manceau, D.: Marketing Management. Paris: Pearson France.</p> <p>Lambin, J.J./ Moerloose, C.: Marketing stratégique et opérationnel. Du marketing à l'orientation-marché. Paris: Dunod.</p> <p>Lendrevie, J./ Lévy, J./ Lindon, D.: Mercator. Théories et nouvelles pratiques du marketing. Paris: Dunod.</p> <p>Meffert, H./ Burmann, Ch./ Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Oualidi, H.: Les outils de la communication digitale. Paris : Eyrolles.</p> <p>Pariot, Y.: Les outils du marketing stratégique et opérationnel. Paris: Eyrolles.</p> <p>Roche, D.: Réaliser une étude de marché avec succès. Paris: Eyrolles.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	--

Organisations- und Personalmanagement

Organisation et management des ressources humaines

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60102	180 h	6	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen ORGANISATION ET MA- NAGEMENT DES RES- SOURCES HUMAINES	Kontaktzeit 63h		Selbststudium 117 h	geplante Gruppengröße max. 30
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> -Die Studierenden können deutsche, französische und internationale Konzepte des Human Resources Management benennen und erklären. -Den Studierenden sind die Grundlagen der Organisationslehre vertraut und sie können diese zusammenfassen und erläutern. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> -Die Studierenden sind fähig, die verschiedenen Theorien und Ansätze im Bereich des Organisationsmanagements und in Bezug auf die aktuellen Managementkonzepte zu analysieren. -Bei Abschluss des Lernprozesses werden erfolgreiche Studierende in der Lage sein, komplexe interkulturelle Personalprobleme zu beurteilen. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> -Die Studierenden können eigenständig Organisationsstrukturen von Unternehmen planen und implementieren. -Die Studierenden sind fähig, Personalkonzepte für internationale Firmen zu entwickeln. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> -Durch eine umfassende Darstellung der Themenbereiche des Organisations- und Personalmanagements wird das Wissen der Studierenden in der Breite gefördert. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> -Die hälftige Aufteilung des Kurses auf deutsche und französische Dozenten und die Darstellung der unterschiedlichen Sichtweisen fördert in besonderer Weise interkulturelle Kompetenzen. 				

3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen des Human Resource Managements 2. Hauptfunktionen und Basistheorien des Human Resource Managements 3. Instrumente des Human Resource Managements: Einstellung, Beurteilung, Kompetenzanalyse, Entlohnung 4. Grundlagen des Organisationsmanagements 5. Struktur und Darstellung der wichtigsten Organisationstheorien 6. Aktuelle Führungskonzepte (RSE, Ethik und Management usw....) 7. Deutsch-französische Besonderheiten des Human Resource Managements 8. Anwendung und kritische Analyse der Theorien und Managementkonzepte
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil. Die Veranstaltung wird jeweils anteilig in deutscher und in französischer Sprache gelesen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur und Projektarbeiten.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Patrick Barthel, Université de Lorraine</p> <p>Prof. Dr. Rüdiger Nagel, Hochschule Mainz</p> <p>Henry Aulner, Gastdozent von Le Groupe La Poste</p> <p>Frederic Gacougnolle, Gastdozent von Banque Crédit Agricole</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Gastvorträge deutscher und französischer Firmen.</p> <p>Kurssprachen: Deutsch und Französisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Apken, M.: Kultur des Human Resource Management in Frankreich und Deutschland, in: Nolte-Ebert, H.: Grundlagen internationaler Führung: Schweden, Frankreich, Deutschland. München [u.a.]: Hampp. S. 143-169.</p> <p>Aulner, H.: Le manuel du chef. Paris: Maxima.</p> <p>Barzantny, C.: Performance management in France and Germany, Performance management systems: a global perspective. London [u.a.]: Routledge. S. 147-167.</p> <p>Boussuat, B./ David, P./ Lagache, J.M.; Mellet, E.: Manager avec les couleurs. Paris: Dunod.</p> <p>Burgaud, D./ Conhil de Beyssac, T.: Le salaire ne fait plus tout. Paris: Éditions d'Organisation.</p> <p>Holtbrügge, D.: Personalmanagement. Heidelberg: Springer.</p> <p>Lévy-Leboyer, C.: La Motivation dans l'entreprise. Paris: Éditions d'Organisation.</p> <p>Morin, P./ Delavallée, E.: Le manager à l'écoute du sociologue. Paris : Éditions d'Organisation.</p> <p>Moulette, P./ Roques, O.: Gestion des ressources humaines. Paris : Dunod.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	--

Grundzüge des Rechnungswesens

Gestion comptable et financière

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60103	270 h	9	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen GESTION COMPTABLE ET FINANCIÈRE	Kontaktzeit 75 h	Selbststudium 195 h		geplante Gruppengröße max. 30
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Konzepte des Rechnungswesens und der Buchhaltung in Deutschland und Frankreich darzustellen. - Die Studierenden können demonstrieren, dass sie mit dem notwendigen Fachvokabular vertraut sind und die erlernten Techniken wiedergeben. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die grundlegenden Unterschiede zwischen dem deutschen und französischen Rechnungslegungssystem und können deren Auswirkungen auf Unternehmen kategorisieren. - Die Studierenden sind fähig, die verschiedenen Theorien und Ansätze im Bereich des Organisationsmanagements und in Bezug auf die aktuellen Managementkonzepte zu analysieren. - Die Studierenden sind in der Lage, die Aussagekraft finanzieller Daten zu prüfen und zu werten. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreicher Teilnahme können die Studierenden Unternehmensanalysen anhand einfacher finanzieller Kennzahlen eigenständig durchführen. - Die Studierenden sind in der Lage, Buchungssätze zu bearbeiten und finanzielle Fachbegriffe dem jeweiligen Sprachraum zuzuordnen. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgrund des Grundlagencharakters der Veranstaltung wird das Wissen der Studierenden durch eine umfassende Einführung in das Rechnungswesen vor allem in der Breite erweitert. Die hier gelegten Grundlagen werden im Modul „Finanzwirtschaft und Controlling“ vertieft. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die Beschäftigung mit quantitativen Fragestellungen werden in besonderer Weise analytische Fähigkeiten und logisches Denken gefördert. 				

3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Rechnungswesen 2. Grundlagen der Buchhaltung 3. Externes Rechnungswesen: Theorien und Werkzeuge 4. Analyse und Auswertung der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz 5. Konzepte der Kosten- und Leistungsrechnung 6. Grundlagen der Liquiditätsrechnung 7. Überblick über das deutsche vs. das französische Rechnungswesen inkl. Fachvokabular 8. Kritischer Vergleich der Vorgehensweise in beiden Ländern
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil. Die Veranstaltung wird jeweils anteilig in deutscher und in französischer Sprache gelesen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>9/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Valérie Henry, Université de Lorraine</p> <p>Prof. Dr. Günter Pochmann, HTW Saar</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Gastvorträge deutscher und französischer Firmen.</p> <p>Kurssprachen: Deutsch und Französisch</p> <p>Übungsmaterial bereitgestellt durch die Dozenten.</p> <p>Literatur:</p> <p>Gräfer, H.: Bilanzanalyse. Herne/ Berlin: NWB Verlag.</p> <p>Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.</p> <p>Kails, P.: Initiation à la comptabilité générale, Luxembourg: Pimo.</p> <p>Kilig, L.: Compta Finance. Comprendre, construire et faire parler les comptes. Paris: Édition d'Organisation.</p> <p>Schmolke, S./ Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen IKR, Braunschweig: Winklers.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	--

Kommunikation und Fremdsprachen

Communication et langues étrangères

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60104	180 h	6	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen COMMUNICA- TION ET LANGUES ÉTRANGÈRES	Kontaktzeit 72 h	Selbststudium 108 h		geplante Gruppengröße max. 30
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul können die Studierenden demonstrieren, dass sie das grundlegende Fachvokabular für Wirtschaft in deutscher, französischer und englischer Sprache beherrschen. - Die Studierenden erwerben tiefgehende sprachliche Fähigkeiten, um anspruchsvollere studienbezogene Literatur zu verstehen. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können Texte in den verschiedenen Sprachen erklären, gegenüberstellen und kritisieren. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie trainieren Fähigkeiten hinsichtlich Texterstellung und können eigenständig Fachtexte erstellen. - Die Studierenden können Instrumente des Projektmanagements eigenständig anwenden und sind fähig, Gruppenprojekte selbstverantwortlich zu organisieren. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch Einführung in die Wirtschaftssprache auf Basis der vorhandenen Sprachkenntnisse (B2 des europäischen Referenzrahmens) werden die vorhandenen Kenntnisse verbreitert. - Durch die Analyse und Erstellung von Texten mit deutsch-französischem Bezug erfolgt eine erste Vertiefung, welche im Modul „Kommunikation und Fremdsprachen“ im dritten Semester weiter vertieft wird. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die interkulturelle Teamarbeit stehen vor allem Kompetenzen wie Konfliktfähigkeit, Entscheidungskompetenz, Teamfähigkeit und interkulturelle Kompetenz im Vordergrund. Die Sprachfähigkeit und Medienkompetenz wird weiter ausgebaut. 				

3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Projektmanagement 2. Projektdefinition und Projektvergabe einzelner Gruppenprojekte mit spezifischem deutsch-französischen Inhalt 3. Wirtschaftssprachen (Wirtschaftsenglisch, Wirtschaftsfranzösisch, Wirtschaftsdeutsch) <ol style="list-style-type: none"> a. Fachvokabular Wirtschaft b. Verfassen von kaufmännischen Briefen c. Verfassen von CV und Anschreiben für deutsche oder französische Unternehmen oder d. Anwendung von Medien (z.B. Videokonferenzen)
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p> <p>Selbstständige Projektarbeit in Gruppen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit und Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>9/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Véronique Magista, Université de Lorraine</p> <p>Prof. Dr. Andrea Beyer, Hochschule Mainz</p> <p>Claire Cuisinier, Université de Lorraine</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kurssprachen: Deutsch, Englisch und Französisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Boelcke, J./ Straub, B./ Thiele, P.: L'allemand économique et commercial. Paris: Langues pour tous (LPT).</p> <p>Desportes, Y./ David, C./ Rouvier, C.: L'allemand des affaires. Deutsch für Wirtschaft und Management. Paris: Ellipses Marketing.</p> <p>Glowik, M./ Smyczek, S.: International marketing management: strategies, concepts and cases in Europe, München: Oldenburg.</p> <p>Martelly, I./ Nicolas, G.: La correspondance commerciale en allemand. Paris: Belin.</p> <p>Thomas, A./Kinast, E.-U./Schroll-Machl, S. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation, Bd. 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht.</p> <p>Untereiner, G.: Différences culturelles et management. Paris: Maxima.</p> <p>Usunier, J.-C./ Lee, J. A.: Marketing Across Cultures. London: Prentice Hall.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	---

Semester 2 (Université de Lorraine, Metz)

IT und Management					
<i>Informatique de gestion</i>					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60201	180 h	6	1. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen INFORMATIQUE DE GESTION	Kontaktzeit 58 h	Selbststudium 122 h		geplante Gruppengröße max. 30
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden zentrale Fragen bzgl. des Einsatzes von IT erläutern. Sie verstehen grundlegende Konzepte der Digitalisierung und ihrer Auswirkungen auf Unternehmen, insbesondere auf Geschäftsmodelle. - Sie sind in der Lage, Herausforderungen der Informationsverarbeitung mit IT-Systemen im Unternehmen zu formulieren und zu erklären. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können Herausforderungen der IT im Unternehmen kategorisieren und Ansätze zu deren Lösung klassifizieren. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie können typische Tools im Unternehmen anwenden und gängige Fragestellungen z.B. mittels Tabellenkalkulation oder Content Management System lösen. - Die Studierenden können Marketingpläne unter Berücksichtigung neuerer Instrumente des Web-Marketings konzipieren. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Breite des Überblicks über die genannten IT-Probleme steht im Vordergrund, wohingegen insbesondere im Bereich des Web-Marketings eine Vertiefung und eine Anwendung auf deutsch-französische Probleme erfolgt. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Insbesondere IT- und Medienkompetenz werden in besonderer Weise gefördert. 				
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erlernen anwendungs- und problemlösungsorientiertes Wissen zur Analyse von Fragestellungen im IT-Bereich, insbesondere im Web-Marketing.</p> <p>Die Studierenden können Tools der IT selbständig zur Lösung komplexer Probleme einsetzen.</p> <p>Durch mündliche Gruppenarbeiten und Präsentationen werden verschiedenste Schlüsselkompetenzen ausgebaut und gefördert, wie die Team-, Konflikt- und Kritikfähigkeit, die Entscheidungskompetenz und das Selbstmanagement, die interkulturelle und die Medienkompetenz sowie die Rhetorik und Empathie der Studierenden. Kompetenzen wie das Selbstmanagement und die Entscheidungskompetenz sowie die Sprachfähigkeit werden durch die Veranstaltung und die zu erbringenden Prüfungsleistungen in besonderem Maße gefördert.</p>				

3	<p>Inhalt</p> <p>Vorlesung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in die Thematik IT in Unternehmen, insbesondere ins Web-Marketing: Internet, Web 2.0 Tools, Content Management Systeme, virales Marketing, Social Media Marketing, Google Analytics 2. Wordpress 3. Unternehmen und IT <ul style="list-style-type: none"> • Operative Systeme/Software • Business Intelligence • Geschäftsmodelle der Net Economy
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil. Die Veranstaltung wird jeweils anteilig in deutscher und in französischer Sprache gelesen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit (Erstellen einer Webseite, Lösung einer Fallstudie mit Excel) und Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kurssprachen: Französisch und Deutsch.</p> <p>Literatur:</p> <p>Beyer, A./Carl, P.: Einführung in die Medienökonomie. Konstanz: UVK Verlag.</p> <p>Breuer, N. J.: Geschäftserfolg in Frankreich. Bonn: Galileo Press.</p> <p>Faivre-Duboz, T./ Fétique, R./ Lendrevie, A.: Le web-marketing. Collection 'Fonctions de l'entreprise'. Paris: Dunod.</p> <p>Laudon, K.: Wirtschaftsinformatik. Eine Einführung. München [u.a.]: Pearson.</p> <p>Mayol, S.: Le marketing 3.0. Collection 'Management Sup, Marketing-Communication'. Paris: Dunod.</p> <p>Müller, S.: Management in Europa. Frankfurt, New York: Campus Verlag.</p> <p>Zydorek, T.: Einführung in die Medienwirtschaftslehre. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	---

Qualitäts- und Projektmanagement

Gestion de projets et management de la qualité

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60202	270 h	9	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen GESTION DE PROJETS ET MANAGEMENT DE LA QUALITÉ	Kontaktzeit 91 h	Selbststudium 179 h	geplante Gruppengröße max. 30	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen - Die Studierenden sind in der Lage, Theorien und Werkzeuge des Qualitäts- und Projektmanagements aufzulisten und deren Anwendung zu diskutieren.</p> <p>Analysieren & Beurteilen - Die Studierenden können Qualitäts- und Projektmanagementmethoden bzgl. ihrer Eignung für bestimmte Situationen vergleichen und beurteilen.</p> <p>Anwenden & Erschaffen - Die Studierenden sind in der Lage, ein sinnvolles „Set“ von Instrumenten des Qualitätsmanagements für ein Unternehmen zusammenzusetzen. - Die Studierenden können eigenständig Projekte planen und durchführen.</p> <p>Breite & Tiefe - Qualitäts- und Projektmanagementmethoden werden breit dargestellt und diese stellen für die Studierenden neue Inhalte dar. Die notwendige Tiefe wird durch die Hinterfragung der Anwendbarkeit in verschiedenen Umfeldern und anwendungsorientierte Übungen hergestellt.</p> <p>Kompetenzen - Neben den in der Vorbemerkung genannten Schlüsselqualifikationen werden durch zu bearbeitende und vorzustellende Haus- und Gruppenaufgaben insbesondere Präsentationskompetenz, Rhetorikfähigkeiten und Selbstmanagement gestärkt.</p>				

3	<p>Inhalt</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Qualitätsmanagement 2. Theorien und Werkzeuge des Qualitätsmanagements 3. Qualitätsnormen 4. Implementierung von Qualitätssystemen im Unternehmen 5. Kritische Analyse der Theorien und Werkzeuge hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit in unterschiedlichen Unternehmenskulturen 6. Einführung in das Projektmanagement 7. Instrumente des Qualitätsmanagements und deren Anwendbarkeit in unterschiedlichen Unternehmenskulturen 8. Qualität / Projekte und deutsch-französische Besonderheiten
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit und Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Julien Husson, Université de Lorraine</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Gastvorträge deutscher und französischer Firmen.</p> <p>Kurssprachen: Deutsch und Französisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Bea, F.X./ Scheurer, S./ Hesselmann, S.: Projektmanagement. Stuttgart: UTB.</p> <p>Boéri, D.: Maîtriser la qualité: Tout sur la certification et la qualité totale, Les nouvelles normes ISO 9001, Volume 2000. Paris: Maxima.</p> <p>Brüggemann, H./ Bremer, P.: Grundlagen Qualitätsmanagement. Von den Werkzeugen über Methoden zu TQM. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Dahan-Feucht, D.: Im Nachbarland das Projekt ohne "Fauxpas" meistern: Dr. Danielle Dahan-Feucht über Zusammenarbeit in deutsch-französischen Projektteams, in: Projektmanagement aktuell. Köln: TÜV Media. Bd. 20.2009, 4, S. 12-18.</p> <p>Defourny, V./ Noyé, D.: Du bon usage des mots de la qualité: les principaux termes, définitions et commentaires. Insep Consulting, Paris: Insep.</p> <p>Lendrevie, J./ Lévy, J./ Lindon, D.: Le Mercator: Théories et nouvelles pratiques du marketing, 9e édition. Paris: Dunod.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	---

Zwischenbericht und Praktikum 1

(Praktikum mind. 5 Monate)

Stage professionnel

Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60203	450 h	15	2. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen STAGE PROFESSIONNEL	Kontaktzeit 20 h	Selbststudium 430 h	geplante Gruppengröße max. 30	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden demonstrieren, dass sie die theoretisch erlernten Kenntnisse durch Wissen aus der Praxis ergänzen, verbreitern und vertiefen können. - Die Studierenden verstehen, wie man grundsätzlich eine praktisch orientierte wissenschaftliche Arbeit verfasst. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die Analyse unterschiedlichster praktischer Probleme im deutsch-französischen Rahmen weisen die Studierenden nach, dass sie praktische Situationen analysieren können. - Die Studierenden können in wirtschaftlichen Fragen Lösungen vergleichen und kompetent entscheiden. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch das Erlernen der Bearbeitung praktischer Fragestellungen sind Studierende in der Lage, Wissen aus verschiedenen Bereichen zu verbinden, anzuwenden und praktische Lösungen zu konzipieren. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Breite der Qualifikation wird durch Einblicke in verschiedenste Aspekte des praktischen Einsatzes im Unternehmen gefördert. Die Tiefe ergibt sich durch die ausschließliche und detaillierte Konzentration auf ein Teilproblem im Rahmen der Abschlussarbeit. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neben den in der Vorbemerkung genannten Schlüsselqualifikationen werden Umsetzungs- und Sozialkompetenzen wie Konfliktfähigkeit, Entscheidungskompetenz und Teamfähigkeit gestärkt. Aber auch fast alle Methodenkompetenzen werden durch das Praktikum ausgebaut. 				

3	<p>Inhalt</p> <p>1. Vorbereitung auf das Praktikum</p> <p>a. Unterstützung der Studierenden bei der Suche einer geeigneten Praktikumsstelle durch die jeweilige Partnerhochschule</p> <p>b. Seminar über berufliche Eingliederung</p> <p>c. Workshop zur Vorbereitung von Bewerbungsgesprächen, Kurs zur Methodik von Semesterabschlussarbeiten (wissenschaftliche Schreibtechniken, Methoden zu empirischen Erhebungen etc.) und wissenschaftlichem Arbeiten sowie</p> <p>d. Betreuung der Studierenden während ihrer Praktikumsphase.</p> <p>2. Praktikum im jeweiligen Partnerland und in der jeweiligen Partnerlandessprache</p> <p>3. Semesterabschlussarbeit: Berichterstellung durch Studierende</p> <p>4. Kolloquium (Diskussion von Inhalt und Bewertung der Semesterabschlussarbeit und des Praktikums durch Studierende und Studiengangleiter/in)</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Betreute Arbeit und Kurs zur Methodik</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Prüfung durch Abgabe der Arbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>15/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Patrick Barthel, Université de Lorraine, gegebenenfalls andere Betreuer der Université de Lorraine oder der Hochschule Mainz, Einzelbetreuung des Praktikums und der Arbeit</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Ein mindestens fünfmonatiges Praktikum im 2. Semester sowie die Anfertigung einer Semesterabschlussarbeit ist obligatorischer Bestandteil des Studiums.</p> <p>Die Studierenden führen ihr Praktikum im jeweiligen Partnerland durch, d.h. die deutschen Studierenden in einem französischsprachigen Land und die französischen Studierenden in einem deutschsprachigen Land, bzw. in begründeten Ausnahmefällen in einem Drittland. Das Praktikum kann nicht in der Muttersprache durchgeführt werden.</p> <p>Die Praktikumsdauer beträgt minimal 5 Monate und kann bis zu 6 Monate betragen.</p> <p>Der Semesterbericht soll für die deutschen Studierenden auf Französisch und für die französischen Studierenden auf Deutsch abgefasst werden.</p>
----	---

Semester 3 (Hochschule Mainz)

Kommunikation und Fremdsprachen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60301	360 h	6	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen KOMMUNIKATION UND FREMDSPRACHEN	Kontaktzeit 120 h	Selbststudium 240 h	geplante Gruppengröße 15–30 Studierende (je nach Sprache)	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul können die Studierenden demonstrieren, dass sie ein erweitertes und tiefgehendes Fachvokabular für Wirtschaft in deutscher, französischer und englischer Sprache beherrschen. - Die Studierenden erwerben tiefgehende sprachliche Fähigkeiten, um auch anspruchsvollere studienbezogene Literatur in deutscher, französischer und englischer Sprache zu verstehen. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können komplexe Texte in den verschiedenen Sprachen erklären, gegenüberstellen und kritisieren. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sie trainieren Fähigkeiten hinsichtlich wissenschaftlicher Texterstellung und können eigenständig auf hohem Niveau Fachtexte erstellen. Die Studierenden erreichen in Deutsch und Französisch das Sprachniveau C1 des europäischen Referenzrahmens sowie in Englisch mindestens das Niveau B2. - Durch Rollenspiele und mediengestützte Trainings können die Studenten die Wirtschaftssprache aktiv und praxisnah anwenden. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die Vertiefung der wirtschaftssprachlichen Fähigkeiten auf Basis des Moduls werden die vorhandenen Kenntnisse aus dem Modul „Unternehmerisches Denken, Kommunikation und Fremdsprachen“ durch Texte aus anderen Bereichen verbreitert. - Durch die Analyse und Erstellung von speziellen Fachtexten mit deutsch-französischem Bezug erfolgt eine Vertiefung auf enger abgegrenzte Bereiche wie Marketing, Unternehmensführung, Rechnungswesen oder Exportmanagement. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Sprachfähigkeit und Medienkompetenz wird weiter ausgebaut. Durch den Einsatz von Rollenspielen web-basierter Medien (Blackboard Foren, Wiki) zur Ergebnispräsentation werden Kompetenzen wie Kritikfähigkeit, Empathie und Präsentationskompetenz gefördert. 				

3	<p>Inhalte (jeweils für Wirtschaftsenglisch, Wirtschaftsdeutsch und Wirtschaftsfranzösisch)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wirtschaftsvokabular und Verständnis von Fachtexten <ol style="list-style-type: none"> a. Marketing b. Unternehmensführung c. Rechnungswesen d. Internationale Wirtschaft und Export e. Andere Bereiche 2. Fallstudien zu typischen Geschäftssituationen mit Problemlösungsanalyse 3. Verfassen von wissenschaftlichen Hausarbeiten und Fachtexten 4. Aktuelle Texte aus Wirtschaft, Arbeit und Beruf 5. Präsentations- und Rhetoriktechniken 6. Audiovisuelle Übungen zum Lese- und Hörverstehen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit und Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Dr. Elke Lassahn, Hochschule Mainz</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kurssprache: Englisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Trappe, T./ Tullis, G.: Intelligent Business. Upper Intermediate Business English. Harlow: Longman.</p> <p>Aktuelle Texte aus verschiedenen Medien.</p> <p>Jeweils neueste Auflage/ Aktuelle Online-Präsenz.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>

Rechtliches Umfeld in Deutschland und Frankreich					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60302	180 h	6	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen RECHTLICHES UMFELD	Kontaktzeit 60 h		Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können die Grundlagen des Privatrechts unter Einbeziehung des HGB mit seinen Modifikationen für Kaufleute skizzieren und erklären. - Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung des Rechtsgeschäftes als rechtstechnisches Mittel zur Verwirklichung der Privatautonomie zu erläutern und verstehen den Begriff des Schuldverhältnisses als Gesamtheit der Rechtsbeziehungen zwischen Gläubiger und Schuldner. - Die Studierenden kennen die wesentlichen Grundlagen im Recht der Leistungsstörung und im Kaufrecht und können diese unter Einbeziehung des Handelskaufs formulieren. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, das erlernte Wissen bei der rechtlichen Beurteilung einfacherer Sachverhalte methodisch richtig zu untersuchen. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können das erarbeitete Wissen im Gutachtenstil eigenständig bei der Falllösung anwenden und Falllösungen ableiten. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die umfassende Darstellung der wirtschaftsrechtlichen Situation in Deutschland und Frankreich wird eine breite Basis geschaffen, welche durch einzelne Fallanalysen vertieft wird. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schlüsselqualifikationen wie Rhetorik, Präsentations- und Sprachkompetenz werden durch zu erbringende Präsentation eines Referats ausgebaut. Weiterhin fördert die Veranstaltung besonders das Selbstmanagement und die Entscheidungskompetenz der Studierenden. 				

3	<p>Inhalte</p> <p>Vergleich des rechtlichen Umfeldes der deutschen und französischen Wirtschaft, Kurssprache und Dozent/in sind jeweils getrennt nach deutschem und französischem Recht.</p> <p>1. Einführung in das Recht</p> <p>Quellen des Rechts, Normenhierarchie, Systematisierung des Rechts; Rechtsdurchsetzung (Grundzüge, gerichtliche Zuständigkeiten, Instanzenzug, gerichtliches Mahnverfahren); das Bürgerliche Gesetzbuch (Aufbau und Systematik, Grundprinzipien)</p> <p>2. Allgemeiner Teil des BGB und Grundzüge des HGB</p> <p>Rechtssubjekte (natürliche und juristische Personen, Rechtsfähigkeit, Geschäftsfähigkeit); Kaufmann, Firma, Register, Unternehmer, Verbraucher; Willenserklärungen (Tatbestand, Zugang, Bedingung und Befristung, Auslegung); Zustandekommen von Verträgen (Angebot und Annahme, Kaufmännisches Bestätigungsschreiben, Form, Gesetzesverstoß, Sittenwidrigkeit); Beendigung von Verträgen (Widerruf, Kündigung, Rücktritt, Anfechtung); Rechtsgeschäftliches Handeln für Dritte (Vertretung, Handlungsvollmacht, Prokura, Vertreter ohne Vertretungsmacht, Missbrauch der Vertretungsmacht, Insichgeschäft).</p> <p>3. Allgemeiner Teil des Schuldrechts mit handelsrechtlichen Bezügen</p> <p>Begriff des Schuldverhältnisses (gesetzliche und vertragliche Schuldverhältnisse, Haupt- und Nebenleistungspflichten, primäre und sekundäre Leistungspflichten, Vertrag zu Gunsten Dritter, Vertrag mit Schutzwirkung zu Gunsten Dritter); Leistungsort und -zeit, Fristen, Termine, Verjährung; Schuldner- und Gläubigermehrheit; Erfüllung und Erfüllungssurrogate, Zurückbehaltungsrechte, Aufrechnung, Erlass, Schuldübernahme, Vertragsübernahme, Leistung durch Dritte, Leistung an Dritte; Leistungsstörungen (Nichterbringung der Leistung, Verzug, Gläubigerverzug, Schlechtleistung, pVV, cic).</p> <p>4. Kaufrecht und Handelskauf</p> <p>Gewährleistungsansprüche bei Mängeln (Nacherfüllung, Schadensersatz, Rücktritt, Minderung); Handelskauf (Bestimmungskauf, Fixgeschäft, Mängelrüge).</p> <p>5. Arbeitsrecht</p> <p>Arbeitsrecht und seine Geschichte, Rechtliche Grundlagen für das Arbeitsrecht (Bspw. europäische Normen, etc.), Einstellungsgespräch, administrative Schritte des Arbeitnehmers zur Einstellung, Probezeit, Arbeitsvertrag und seine unterschiedlichen Formen (Teilzeit, CDD, CDI, etc.), Beenden des Arbeitsverhältnisses (Unterschiedliche Arten, ein Arbeitsverhältnis zu beenden, Gründe für eine Entlassung, rechtlich notwendige Schritte für eine gültige Entlassung), Möglichkeiten zu Klagen (Gerichtsbarkeit, Ablauf des Verfahrens).</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Einschreibung in dem Masterprogramm</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit und Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Einsetzbar in weiteren Masterprogrammen
9	Stellenwert der Note für die Endnote 6/120
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Dr. Colin Nerenberg (Hochschule Mainz) Barbara Palli (Université de Lorraine)
11	Sonstige Informationen Kursssprachen: Deutsch und Französisch Literatur: Bitter, G./Schumacher, F.: Handelsrecht. München: Vahlen. Neureither, G./Werner, O.: 22 Probleme aus dem BGB AT. München: Vahlen. Schwab, D./Löhnig, M.: Einführung in das Zivilrecht. Heidelberg: C. F. Müller. Schwab, D./Löhnig, M.: Falltraining im Zivilrecht 1: Ein Übungsbuch für Anfänger. Heidelberg: C. F. Müller. Sutschet, H.: 20 Probleme aus dem Schuldrecht AT. München: Vahlen. Jeweils neueste Auflage. Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.

Strategisches Management und Export					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60303	270 h	9	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen STRATEGISCHES MA- NAGEMENT UND EX- PORT	Kontaktzeit 90 h	Selbststudium 180 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden die Theorien, den Prozess und die Instrumente des strategischen Managements benennen und im Einzelnen erklären. - Die Studierenden können Formen des internationalen Handels skizzieren und erläutern. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch Anwendung von Modellen der Unternehmens- und Umfeldanalyse können die Studierenden die Situation von Unternehmen einschätzen und bewerten. - Sie können die Vorteilhaftigkeit verschiedener Formen des Exports gegenüberstellen und beurteilen. - Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Internationalisierungsstrategien kritisch zu hinterfragen und Anwendungsprobleme der Exporttechniken zu analysieren. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, durch Einsatz der erlernten Instrumente des Managements und des Exports englischsprachige Fallstudien und Praxisfälle selbstständig zu bearbeiten. - Die Studierenden werden dazu befähigt, eigene Lösungen für strategische Fragestellungen im Unternehmen zu entwerfen und diese verschiedenen Denkschulen zuzuordnen. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die umfassende Darstellung der wirtschaftsrechtlichen Situation in Deutschland und Frankreich wird eine breite Basis geschaffen, welche durch einzelne Fallanalysen vertieft wird. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lernziele im Bereich der Schlüsselkompetenzen beziehen sich auf das Selbstmanagement im Zuge der Vor- und Nachbearbeitung des Vorlesungsmaterials sowie die Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenz im Rahmen des seminaristischen Lehrstils während der Lehrveranstaltungen. Mit der Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen werden zusätzlich die Team- und Konfliktfähigkeit sowie Präsentationsfähigkeiten der Studierenden trainiert. 				

3	<p>Inhalte</p> <p>Strategisches Management</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen des Strategischen Managements im deutsch-französischen Zusammenhang 2. Der Strategieprozess 3. Geschäftsfeldbildung und Zielbildung 4. Interne Analyse: Unternehmen und Wertschöpfung 5. Externe Analyse: Branche und Umfeld 6. Strategiefindung 7. Strategiebewertung aus finanzieller und strategischer Sicht 8. Strategieimplementierung 9. Internationalisierungsstrategien: Export, Direktinvestition und Lizenzierung <p>Exportmanagement</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Formen des Exportgeschäftes 2. Identifikation von Exportrisiken 3. Hedging und Finanzierung von Exportrisiken 4. Identifikation und Hedging von Währungsrisiken
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung im seminaristischen Stil mit Fallstudien und Anwendungen</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit und Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>9/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Randolph Schrank, (Strategisches Management), Hochschule Mainz</p> <p>Prof. Dr. Ulrich Schüle, (Export), Hochschule Mainz</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kurssprache: Englisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis: text and cases, 7th edition, Chichester: John Wiley & Sons.</p> <p>Grath, A.: Handbook of International Trade and Finance. London: Kogan Page.</p> <p>International Chamber of Commerce: Export Import Basics.</p> <p>Jahrmann, F.-U.: Außenhandel. Ludwigshafen: Herne.</p> <p>Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R.: Exploring Strategy: Text & Cases, 9th edition, Upper Saddle River: Prentice Hall.</p> <p>Lynch, Richard. L.: Strategic Management, 5th ed., 6th ed. Prentice Hall/Pearson.</p> <p>Perlitz, M./Schrank, R.: Internationales Management. München: UVK Verlag.</p> <p>Jeweils neueste Auflage/Aktuelle Online-Präsenz.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	--

Finanzen und Controlling					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60304	180 h	6	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen FINANZEN UND CONTROLLING	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufbauend auf den im ersten Studienjahr erworbenen Kenntnissen des französischen und des deutschen Rechnungswesens sind die Studierenden in der Lage, komplexere und weitergehende finanzwirtschaftliche Sachverhalte wie Kapitalkostenkonzept oder strategische Steuerungssysteme zu benennen und auf praktische Unternehmensprobleme zu übertragen. - Die Studierenden können die Zusammenhänge zwischen verschiedenen Systemen des Finanz- und Rechnungswesens formulieren und diese erklären. - Sie können die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Zahlenwerke wie Bilanz, GuV und Kapitalflussrechnung erläutern und interpretieren. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, aktuelle finanzwirtschaftliche Entwicklungen zu klassifizieren und kritisch zu beurteilen. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden lernen, umfangreiche finanzwirtschaftliche Aufgaben in einer Gruppe arbeitsteilig zu lösen und Ergebnisse anschaulich und präzise zu präsentieren. - Sie kennen statische und dynamische Investitionsrechnungsmethoden und können diese auch in deutscher Sprache anwenden. Sie verstehen die grundlegenden Alternativen der Kapitalbeschaffung und können diese bewerten und auf Basis von Vor- und Nachteilen Handlungsempfehlungen für Unternehmen schlussfolgern. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die Ergänzung von Bereichen wie der Investitionsrechnung und dem strategischen Controlling wird der bislang behandelte finanzwirtschaftliche Stoff erheblich verbreitert. Durch das Aufzeigen komplexer Zusammenhänge zwischen den Rechenwerken wird das Wissen zudem vertieft. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch die Anwendung quantitativer Methoden und entsprechender Softwarelösungen werden das analytische Denken und die IT-Kompetenz in besonderer Weise gefördert. 				

3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgabenfelder im Controlling und zentrale Steuerungsgrößen 2. Erfolgs-, Finanz- und Bilanzrechnung im operativen Controlling <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Die Bilanz als Brücke zwischen Erfolgs- und Finanzrechnung 2.2 Erfolgsanalyse und Kostenrechnung 2.3 Finanz- bzw. Kapitalflussrechnung 2.4 Fallstudien zur Erfolgs- und Finanzrechnung 3. Messung der Strategieumsetzung im strategischen Controlling <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Key Performance Indicators zur Messung der Strategieumsetzung 3.2 Unternehmenswertmessung und Investitionsrechnung
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>6/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Karl Wöbbeking/Prof. Dr. Alexander Zielonka (Hochschule Mainz)</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kurssprache: Deutsch</p> <p>Literatur:</p> <p>Baum, H.G./ Coenenberg, A.G./ Günther, Th.: Strategisches Controlling. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU): Controlling. Ein Instrument zur ergebnisorientierten Unternehmenssteuerung und langfristigen Existenzsicherung. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Coenenberg, A.G./ Haller, A.; Mattner, G./ Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Fischbach, S.: Grundlagen der Kostenrechnung. Landsberg a.L.: Vahlen.</p> <p>Horváth, P.: Controlling, 11. Aufl. München: Vahlen.</p> <p>Horváth, P.: Das Controllingkonzept. München: DTV.</p> <p>Schierenbeck, H./ Wöhle, C.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. München: Oldenbourg.</p> <p>Weber, J./ Schäffer, U.: Einführung in das Controlling. Stuttgart: Schäffer UTZ.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	--

Internationales Recht					
Kennnummer	Workload	ECTS Punkte	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60305	90 h	3	3. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen INTERNATIONALES RECHT	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 60 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden einen Überblick über die Grundstrukturen des Gemeinschaftsrechts und die Europäischen Institutionen reproduzieren. - Die Studierenden können die Bedeutung des Europarechts und dessen Einflüsse auf das innerstaatliche Wirtschaftsrecht veranschaulichen. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können Bedeutung des internationalen Rechts für die Ausgestaltung des nationalen Rechtsrahmens beurteilen und internationale Einflüsse entsprechenden Institutionen zuordnen. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden Interpretationen des nationalen Rechts vor dem Hintergrund internationaler Vorgaben durchführen. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Das internationale Recht und dessen Institutionen werden in ihrer ganzen Breite behandelt. Durch die Behandlung einzelner Fälle und Sachverhalte im deutsch-französischen Umfeld wird dieses Wissen entsprechend vertieft. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch das kritische Hinterfragen internationaler Einflüsse auf nationale Entscheidungen werden insbesondere die Kritikfähigkeit und Entscheidungskompetenz gefördert. Durch die Notwendigkeit exakter Formulierungen wird zudem die Sprachfähigkeit in besonderer Weise geschärft. 				
3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Einführung in das Recht der Europäischen Institutionen 2. Die Organe der Europäischen Gemeinschaft 3. Grundfreiheiten des EG-Vertrages 4. Die Wettbewerbsordnung der EU 5. Grundzüge des Rechtsschutzsystems der EU 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>				

6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Martin Weber</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kurssprache: Deutsch</p> <p>Literatur:</p> <p>Lehrbücher:</p> <p>Arndt, H. W./ Fischer, K.: Europarecht. Stuttgart: UTB.</p> <p>Bieber, R./ Epiney, A./ Haag, M.: Die Europäische Union. Europarecht und Politik. Baden-Baden: Nomos.</p> <p>Calliess, C./ Ruffert, M./ Cremer, H. J./ Epiney, A. u.a. (Hrsg.): Die Verfassung der Europäischen Union. Kommentar der Grundlagenbestimmungen (Teil 1). München: C. H. Beck.</p> <p>Calliess, C./ Ruffert, M./ Blanke, H.-J./ Brechmann, W. u.a. (Hrsg.): EUV/ EGV, Das Verfassungsrecht der Europäischen Union mit Europäischer Grundrechtecharta. München: C. H. Beck.</p> <p>Classen, C. D./ Nettesheim, M./ Oppermann, T.: Europarecht. München: C. H. Beck.</p> <p>Haratsch, A./ Koenig, C./ Pechstein, M./ Fuchs, T./ Kubicki, P.: Europarecht. Tübingen: Mohr Siebeck.</p> <p>Koenig, C./ Pechstein, M.: Die Europäische Union. Die Verträge von Maastricht und Amsterdam. Tübingen: Mohr Siebeck.</p> <p>Schulze, R./ Zuleeg, M.: Europarecht, Handbuch für die deutsche Rechtspraxis. Baden-Baden: Nomos.</p> <p>Streinz, R.: Europarecht. Heidelberg: C. F. Müller.</p> <p>Kommentare:</p> <p>Calliess, C./ Ruffert, M./ Blanke, H.-J./ Brechmann, W. u.a. (Hrsg.): EUV/ EGV, Das Verfassungsrecht der Europäischen Union mit Europäischer Grundrechtecharta. München: C. H. Beck.</p> <p>Borchardt, K.-D./ Lenz, C. O.: EU-Verträge. Textfassungen nach dem Vertrag von Lissabon mit einer systematischen Einführung, Bundesanzeiger.</p> <p>Schwarze, J., Groeben, H. von der (Hrsg.): Vertrag über die Europäische Union und Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft. Kommentar. Baden-Baden: Nomos.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>

Semester 4 (Hochschule Mainz)

Internationale Wirtschaft im deutsch-französischen Rahmen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60401	90 h	3	4. Semester	jährlich	1 Semester
1	<p>Lehrveranstaltungen</p> <p>INTERNATIONALE WIRTSCHAFT IM DT.-FRZ. RAHMEN</p>	<p>Kontaktzeit</p> <p>30 h</p>	<p>Selbststudium</p> <p>60 h</p>	<p>geplante Gruppengröße</p> <p>30 Studierende</p>	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden volkswirtschaftliche Grundbegriffe wie Bruttosozialprodukt auflisten und erläutern. - Die Studierenden sind in der Lage, die gesamtwirtschaftliche Situation Deutschlands und Frankreichs anhand geeigneter Daten zu diskutieren. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können Fälle internationaler Unternehmenstätigkeit, wie internationale Übernahmen oder andere Direktinvestitionen anhand deutsch-französischer Beispiele untersuchen und evaluieren. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Studierende können die ethischen und sozialen Dimensionen unternehmerischer Entscheidungen anhand verschiedener Denkschulen werten. - Sie haben gelernt, deutsch-französische wirtschaftliche Themenstellungen wissenschaftlich zu untersuchen. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eine breite Anzahl von Themen wird aus deutsch-französischer Sicht beleuchtet. Durch die Verfassung einer kurzen Abhandlung über ein deutsch-französisches Thema wird ein spezifisches Thema in Vorbereitung auf die Masterarbeit wissenschaftlich vertieft. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch das wissenschaftliche Arbeiten werden analytisches Denken und Kritikfähigkeit gefördert. Die eigenständige Präsentation fördert Selbstmanagement und Präsentationskompetenz. 				
3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gesamtwirtschaftliche Situation und Unternehmensumfeld im deutsch-französischen Vergleich 2. Volkswirtschaftliche Aspekte des internationalen Wettbewerbs 3. Internationales Organisations- und Kooperationsmanagement 4. Internationale Mergers and Acquisitions 5. Analyse deutsch-französischer Allianzen und Übernahmen anhand von Fallstudien 6. Bearbeitung ausgewählter deutsch-französischer Themenstellungen aus wissenschaftlicher Sicht 7. Unternehmensethik im deutsch-französischen Vergleich 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Die Veranstaltung wird zur Hälfte in französischer Sprache gelesen.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Randolf Schrank, Hochschule Mainz</p> <p>Patrick Barthel, Université de Lorraine</p>

11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kurssprachen: Englisch und Französisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Altmann, J.: Wirtschaftspolitik. München: UVK.</p> <p>Audouin, A./ Courtois, A./ Paquin, A.: La communication responsable. Paris: Eyrolles.</p> <p>Bascoul, G./ Moutot, J.-M.: Marketing et développement durable. Paris: Dunod.</p> <p>Benoit, J.: Pédagogie de l'éthique. Paris: Éd. EMS.</p> <p>Cardot, F.: L'éthique d'entreprise. Collection 'Que sais-je?'. Paris: PUV.</p> <p>Cavusgil, T./Knight, G./Riesenberger, J.: International Business: The New Realities. Boston: Pearson.</p> <p>Dupuis, J.-C./ Le Bas, C.: Le management responsable. Paris: Economica.</p> <p>Dupuy, J.-P.: Ethique et philosophie de l'action. Paris: Ellipses.</p> <p>Hill, C.: International Business: Competing in the Global Marketplace. New York: McGraw-Hill/Irwin.</p> <p>Jahn, J.: Kulturstandards im deutsch-französischen Management. Wiesbaden: DUV.</p> <p>Kutschker, M./Schmid, S.: Internationales Management. München: Oldenbourg.</p> <p>Perlitz, M./Schrank, R.: Internationales Management. München: UKV.</p> <p>Pesqueux, Y./ Biefnot, Y.: L'éthique des affaires. Paris: EO.</p> <p>Sobczak, A.: Responsabilité globale. Paris: Vuibert.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>
----	---

Wissenschaftliches Arbeiten					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60306	90 h	3	4. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen FORSCHUNGSMETHODIK	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 45 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden eine Auswahl der wichtigsten Methoden der quantitativ-empirischen Forschung und können diese benennen und beschreiben. - Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Vorgehensweisen darzustellen und auf wirtschaftliche Fragestellungen zu übertragen. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, statistische Auswertungen zu analysieren und zu interpretieren. - Durch das Erlernen einer wissenschaftlichen Vorgehensweise können die Studierenden die wissenschaftliche Relevanz von Aussagen prüfen und auf wissenschaftlicher Basis argumentieren. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können quantitative Methoden zur Fragebogenauswertung anwenden. - Sie können eine wissenschaftliche Arbeit konzipieren und durchführen. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eine breite Anzahl von Themen wird aus deutsch-französischer Sicht beleuchtet. Durch die Verfassung einer kurzen Abhandlung über ein deutsch-französisches Thema wird ein spezifisches Thema in Vorbereitung auf die Masterarbeit wissenschaftlich vertieft. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Im Rahmen der Fragebogenauswertung stehen durch die Bearbeitung quantitativer Fragen mit entsprechenden Software-Instrumenten die Kompetenzen analytisches Denken und IT-Kompetenz im Vordergrund. Durch das wissenschaftliche Arbeiten werden analytisches Denken und Kritikfähigkeit genauso gefördert wie das Selbstmanagement bei der Aufbereitung eines Themas unter Zeitrestriktionen. 				

3	<p>Inhalte</p> <p>1. Wissenschaftliches Arbeiten</p> <p>a. Forschungsprozesse in der Betriebswirtschaft, Forschungsphilosophien und -ansätze</p> <p>b. Forschungsdesign und Projektierung</p> <p>c. Forschungsethik</p> <p>2. Quantitative Methoden</p> <p>a. Methoden zur quantitativen Fragebogenauswertung</p> <p>b. Stichprobenauswertung</p> <p>c. Überblick über multivariate Verfahren</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung im seminaristischen Stil</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftlich dokumentierte Projektarbeit</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>3/120</p>
10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Lothar Rolke</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Kursssprachen: Deutsch und Englisch</p> <p>Literatur:</p> <p>Schulze, P. / Porath, D.: Statistik. München: Oldenbourg-Verlag.</p> <p>Lind, D./ Marchal, W./ Wathen, S.: Statistical Techniques in Business & Economics. New York: McGraw-Hill.</p> <p>Salvatore, D./ Reagle, D.: Schaum's Outline of Statistics and Econometrics. New York: McGraw-Hill.Saunders,</p> <p>M./ Lewis, P./ Thornhill, A.: Research Methods for Business Students. Essex: Pearson Education.</p> <p>Wiltinger, A./Wiltinger, K.: Wissenschaftliches Arbeiten, Praxisleitfaden für Studierende, Göttingen: Cuvillier.</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Eine detaillierte Auflistung der relevanten Fachliteratur findet sich in den jeweils aktuellen Syllabi.</p>

Masterarbeit und Praktikum 2

(Praktikum mind. 5 Monate)

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
B15-60402	720 h	24	4. Semester	jährlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen MASTERARBEIT	Kontaktzeit	Selbststudium 720 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse/Kompetenzen</p> <p>Wissen & Verstehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden demonstrieren, dass sie die erlernten Kenntnisse im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit einsetzen können. - Die Studierenden verstehen, wie man eine wissenschaftliche Arbeit auf hohem Niveau verfasst. - Die Studierenden führen parallel oder zeitlich versetzt ein Praktikum durch und lernen dadurch Aspekte der Unternehmenspraxis kennen und können diese schildern und in die Masterarbeit einfließen lassen. <p>Analysieren & Beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden können in wirtschaftlichen Fragen auf wissenschaftlicher Basis Lösungen vergleichen und kompetent evaluieren. <p>Anwenden & Erschaffen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durch das Erlernen der Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen sind Studierende in der Lage, Wissen aus verschiedenen Bereichen zu verbinden, anzuwenden und praktische und theoretisch fundierte Lösungen zu konzipieren. - Die Studierenden lernen wissenschaftliche Fragestellungen so zu bearbeiten, dass sie einen Beitrag zu Lösung relevanter Probleme in Wissenschaft und Praxis leisten. <p>Breite & Tiefe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Breite der Qualifikation wird durch Einblicke in verschiedenste Aspekte des praktischen Einsatzes im Unternehmen im Praktikum gefördert. Die Tiefe ergibt sich durch die ausschließliche und detaillierte Konzentration auf ein wissenschaftlich relevantes Teilproblem im Rahmen der Abschlussarbeit. <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Neben den in der Vorbemerkung genannten Schlüsselqualifikationen werden Umsetzungs- und Sozialkompetenzen wie Konfliktfähigkeit, Entscheidungskompetenz und Teamfähigkeit im Rahmen des Praktikums gestärkt. Aber auch fast alle Methodenkompetenzen werden durch das Erstellen der Arbeit ausgebaut. 				

3	<p>Inhalte</p> <p>Die Inhalte der Masterarbeit sind abhängig von der mit dem jeweiligen Betreuer/der jeweiligen Betreuerin abgestimmten Themenstellung. Im Rahmen des Moduls ist ein Pflichtpraktikum zu absolvieren.</p> <p>Dauer</p> <p>Die Dauer der Praktika beträgt mindestens fünf Monate. Das Praktikum beginnt mit dem ersten Kalendertag, welcher im Arbeitszeugnis oder Arbeitsvertrag des jeweiligen Arbeitsgebers angegeben ist. Um die Mindestdauer zu erfüllen, muss das Praktikum mindestens eine Dauer von 140 Kalendertagen umfassen.</p> <p>Sprache</p> <p>Studierende deutscher Staatsangehörigkeit absolvieren das erste Praktikum in einem französischsprachigen Land. Studierende französischer Staatsangehörigkeit absolvieren das erste Praktikum in einem deutschen Land. Bei anderen Nationalitäten ist die Muttersprache ausschlaggebend. Diese Regel gilt auch beim zweiten Praktikum, mit der Ausnahme, das Studierende, welche einen Sprachnachweis in der Sprache des Partnerlandes auf dem Level C1 des europäischen Bezugsrahmens nachgewiesen haben, die Wahl des Landes offensteht.</p> <p>Inhalt</p> <p>Das Praktikum muss einen inhaltlichen Bezug zu betriebswirtschaftlichen und managementorientierten Themen aufweisen. Im Normalfall ist das Praktikum zeitlich am Stück zu absolvieren, ohne größere inhaltliche und zeitliche Unterbrechungen. Bei Abweichungen von diesem Normalfall muss die Genehmigung des oder des jeweiligen Modulverantwortlichen und des oder der Studiengangleiter/in eingeholt werden. Selbstständige Tätigkeiten ohne Bezug zu einer Organisation hinreichender Größe sind nicht praktikumsfähig.</p> <p>Beschäftigungsverhältnis und Nachweis</p> <p>Das Beschäftigungsverhältnis muss durch einen Arbeitsvertrag oder ein Arbeitszeugnis nachgewiesen werden. Die Art des Arbeitsverhältnisses spielt dabei keine Rolle, solange die geforderten Inhalte nachgewiesen werden können. Vorgezogene Festanstellungen, Werkstudententätigkeiten, Praktikumsverträge oder Masterandenrahmenverträge sind gleichermaßen geeignet, um das Praktikum nachzuweisen, insofern diese die inhaltlichen Anforderungen an das Praktikum erfüllen.</p> <p>Die Workload teilt sich zwischen Masterarbeit und Praktikum zu gleichen Teilen auf.</p>
4	<p>Lehrformen</p> <p>Individuelle Betreuung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Kenntnis des Stoffes des Moduls wissenschaftliches Arbeiten. Zur endgültigen Vergabe der Masterarbeit muss die Absolvierung eines fünfmonatigen Praktikums durch Vorlage des Praktikumszeugnisses bei der Studiengangleitung nachgewiesen werden.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Schriftliche Abgabe der Arbeit; Kolloquium zur Bewertung; Festlegung der Endnote durch eine Jury der Universität de Lorraine Metz und der Hochschule Mainz.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
8	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Keine</p>
9	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>24/120</p>

10	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Randolf Schrank, Dr. Karin Ewert-Kling sowie jeweils betreuende Lehrende der Masterarbeit. Die Zweitkorrektur der Masterarbeit erfolgt jeweils durch Lehrende der jeweiligen Partnerhochschule.</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Die Masterarbeit wird je nach Abstimmung mit dem Studiengangleiter in deutscher, französischer oder englischer Sprache geschrieben, jedoch nicht in der jeweiligen Muttersprache des/der Studierenden. Um den Praxisbezug des Studiums zu erhöhen, kann die Masterarbeit in Verbindung mit einem Unternehmenspraktikum absolviert werden.</p>