



Modulkatalog für den  
Bachelorstudiengang

# International Business Studies

## Inhalt

<b>Vorbemerkung .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Semester .....</b>	<b>5</b>
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>5</b>
Introduction to Business Administration .....	5
Accounting and Financial Statements .....	7
Intercultural Management .....	8
English Language and Communication Skills .....	9
Mathematics with Applications to Commerce and Economics .....	10
Business Information Technology – Foundations, Models and Methods .....	11
<b>2. Semester .....</b>	<b>12</b>
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>12</b>
International Finance .....	12
Cost and Performance Analysis .....	13
Leadership in Organizations .....	14
Statistics .....	15
Basic Tax Law .....	16
Microeconomics and Economic Systems .....	18
<b>3. Semester .....</b>	<b>19</b>
<b>Pflichtmodule .....</b>	<b>19</b>
Academic Research Methods .....	19
Marketing .....	20
Management Accounting .....	21
Digital Business .....	22
International Tax Law .....	23
Macroeconomic Theory and Stabilization Policy .....	25
<b>4. Semester .....</b>	<b>27</b>
<b>Pflichtmodul .....</b>	<b>27</b>
Praxissemester (Auslandssemester) .....	27
<b>5. und 6. Semester .....</b>	<b>29</b>
<b>Focus A: Sustainability Management .....</b>	<b>29</b>

Ethics & Sustainable Development .....	29
Sustainability Marketing & Innovation Management .....	31
Sustainable Human Resource Management .....	32
Sustainable Finance .....	33
<b>Focus B: International Economics &amp; Emerging Markets .....</b>	<b>34</b>
International Marketing & Entrepreneurship.....	34
Global Economics & International Economic Relations .....	35
International Trade and Policy .....	36
International HRM and Emerging Markets .....	37
<b>Focus C: Digital Business Management .....</b>	<b>38</b>
Digital Leadership .....	38
Information Management, Systems and Applications .....	39
Process Management.....	40
Digital Transformation, Markets and Business Models.....	41
<b>Focus D: Business Psychology .....</b>	<b>42</b>
Industrial and Organizational Psychology .....	42
Behavioral Finance .....	43
New Work Economy & Social Skills .....	44
Shopper and Consumer Behavior in International Markets .....	45
<b>7. Semester .....</b>	<b>46</b>
<b>Pflichtmodul .....</b>	<b>46</b>
Bachelorarbeit (Bachelor Thesis) .....	46
<b>Option I .....</b>	<b>48</b>
Praxisphase International Business Studies (Option I).....	48
<b>Option II .....</b>	<b>50</b>
Spanisch A.....	50
Spanisch B.....	51
Business Planning .....	52
Entrepreneurship .....	53
Econometrics .....	55

### **Vorbemerkung**

Der in den folgenden Modulbeschreibungen unter „Verwendbarkeit“ genannte Studiengang „Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft“ befindet sich zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Modulkatalogs im Entwicklungsstand.

## 1. Semester

### Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Introduction to Business Administration					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		PL: Klausur 1,5		Vorlesung und Übung (Fallstudien, Flipped Classroom, Rollenspiele etc.)	Prof. Dr. C. Hans
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, Aufbau, Funktionsbereiche und Wirkungsweisen eines Betriebs in seiner Gesamtheit und in seinen einzelnen Bausteinen zu erläutern.</li> <li>- verfügen über einen Überblick über grundlegende Prinzipien, Theorien und Methoden der Betriebswirtschaftslehre und der betrieblichen Funktionsbereiche.</li> <li>- können konstitutive Grundsatzentscheidungen thematisieren und betriebliche Funktionen erläutern und reflektieren situationsbezogen die begründete Richtigkeit fachlicher und praxisrelevanter Aussagen.</li> <li>- besitzen grundlegende Fähigkeiten zur methodischen Erarbeitung unternehmerischer und marktorientierter Fragestellungen und sind in der Lage, mit zentralen betriebswirtschaftlichen Begriffen zu argumentieren und anwendungsorientierte Lösungsansätze zu entwickeln</li> <li>- können betriebswirtschaftliche Aufgaben- und Problemstellungen in einen Kontext einordnen.</li> <li>- können anwendungsorientierte Projekte durchführen und diese sowohl selbstständig als auch im Team lösen.</li> <li>- wählen angemessene interkulturelle Kommunikation und Interaktion.</li> <li>- können ethische Überlegungen auf grundlegende Sachverhalte anwenden.</li> <li>- setzen dabei Medien, Technologien, Informationen und Daten effektiv ein.</li> <li>- reflektieren das unternehmerische Berufsfeld und die Rolle der Einzelnen darin.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System</li> <li>- Akteure in wirtschaftlichen Prozessen</li> <li>- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>- Unternehmensumwelt</li> <li>- Kernfunktionen des Managements</li> <li>- Managementphilosophie, Visionen und Ziele</li> <li>- Methoden der Entscheidungsfindung</li> <li>- Rechtsformen und Unternehmensverfassung</li> <li>- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick</li> <li>- Konzentration und Kooperation</li> <li>- Standortentscheidungen</li> <li>- Ethische Grundsätze unternehmerischen Handelns</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edebe, A., 2013. Basic Principles and Practice of Business Administration. XLIBRIS.</li> <li>- Hill, C., Thomas, G., Hult, M., 2016. Global Business Today. New York: McGraw Hill.</li> <li>- Nickels, W., McHugh, J., 2018. Understanding Business, 11th edition. London: McGrawHill Education.</li> </ul>					

- Strydom, J., 2011. Principles of Business Management. 2 nd ed. Cape Town: Oxford University Press.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Accounting and Financial Statements					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit		Vorlesung, Gruppenarbeit, Fallstudien, Inverted Classroom	Prof. Dr. R. Hauschild
Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual International Business Studies		*Voraussetzung für die Teilnahme **Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, Basiswissen des externen Rechnungswesens anzuwenden.</li> <li>- können Journal- und Hauptbuchanforderungen eigenständig umsetzen.</li> <li>- können Jahresabschlussbuchungen erfassen und bedienen das Ziel der Buchungen.</li> <li>- sind in der Lage, belastbare Quellen/Regelwerkvorgaben als Informationsbasis zu verwenden.</li> <li>- können ausgewählte Aspekte zum Jahresabschluss selbständig bearbeiten und analysieren.</li> <li>- können Zusammenhänge zwischen Erfolgsrechnung und Bilanz aufzeigen.</li> <li>- können branchenspezifische Aufgaben bewältigen.</li> <li>- können die Ergebnisse der Finanzberichterstattung beurteilen.</li> <li>- sind in der Lage, mit Entscheidungsträgern zu kommunizieren.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Aufgaben, Gliederung und Grundbegriffe des Rechnungswesens, gesetzliche Grundlagen zur Führung von Büchern, Inventur und Inventar, Dokumentation und Erfassung (Grund- und Hauptbuch) laufender Geschäftsvorfälle für betriebliche Funktionen, Technik des Jahresabschlusses gemäß nationalem und internationalem Bilanzrecht, rechtsformabhängige Erfolgsverwendung, Überleitung der Konten zu Jahresabschlusspositionen, Ansatz, Bewertung und Ausweis ausgewählter Jahresabschlussinhalte, Erstellung der GuV auf Basis GKV und UKV, Analyse und Interpretation der Buchungs- und Berichtsergebnisse, informationswirtschaftliche Änderungen im Rahmen der Digitalisierung.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elliott, B.: Financial Accounting and Reporting, London.</li> <li>- Fossung, M.: Financial Accounting, Boston.</li> <li>- MacNeal, K.: Truth in Accounting, Philadelphia.</li> <li>- Schroeder, R./Clark, M./Cathey, J.: Financial accounting theory and analysis: text and cases, New York.</li> <li>- Scott, P.: Introduction to Accounting, Oxford.</li> <li>- Stolowy, H./Ding, Y.: Financial Accounting and Reporting, Boston.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Intercultural Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat	Seminar, interaktives Lehrgespräch	Prof. Dr. C. Hans	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- analysieren und hinterfragen theoretische und praktische Grundlagen interkulturellen Handelns und Managements, der Interkulturalität und des Kulturtransfers.</li> <li>- analysieren und beurteilen komplexe Beziehungen und interkulturelle Kommunikationsprozesse.</li> <li>- rechtfertigen Werkzeuge und Strategien, um interkulturelle Unterschiede in internationalen Arbeitsumgebungen zu handhaben.</li> <li>- unterscheiden interkulturelle Schlüsselkompetenzen (Kommunikation, Wahrnehmung, Selbstreflexion, Ambiguitätstoleranz, Perspektivenwechsel, Empathie, etc.).</li> <li>- interpretieren interkulturelle Begegnungs- und Arbeitssituationen.</li> <li>- stufen interkulturelle Akkulturation (Integration und Heimweh) ein.</li> <li>- evaluieren Werkzeuge und entwickeln konstruktive Ansätze zum Umgang mit Konflikten und Kritik in anderen Kulturen.</li> <li>- reflektieren eigene und fremde kulturell bedingte Verhaltensweisen, Missverständnisse und kulturadäquate Lösungen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontext: Kultur im Kontext der Globalisierung, Organisationskultur, Multikulturalismus-Dilemma</li> <li>- Sphären der Kultur in internationalen Arbeitsumgebungen: Beziehungen, Netzwerke, Konflikte und Konfliktmanagement, virtuelle Kommunikation, Wirtschaftsethik, Höflichkeit</li> <li>- Werkzeuge und Strategien bei Konflikten: neue soziokulturelle Umgebungen, interkulturelle Kommunikation, das innere Team</li> <li>- Interkulturelle Kommunikationskompetenz: Modelle interkultureller Kommunikationsprozesse, Kommunikation, Adaption und Akkulturation, interkulturelles Verständnis</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adler, N., 2008. International Dimensions of Organizational Behavior. London: Cengage Learning.</li> <li>- Flippo, H., 2016. Germany for Beginners. Reno, Nevada: Humboldt American Press.</li> <li>- Hall, E.T., 1981. Beyond Culture. New York: Anchor Books.</li> <li>- Hofstede, G., Hofstede, G.J. &amp; Minkov, M., 2010. Cultures and Organizations: Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. United States of America: McGrawHill.</li> <li>- Lord, R., 2009. Culture Shock! Germany. Marshall Cavendish Ltd..</li> <li>- Meyer, E., 2014. The Culture Map: Breaking through the invisible boundaries of global business. New York: Public Affairs.</li> <li>- Molinsky, A., 2013. Global Dexterity: How to Adapt Your Behavior Across Cultures without Losing Yourself in the Process. Boston: Harvard Business Review Press.</li> <li>- Steers, R., Nardon, L., Sanchez-Runde, C., 2016. Management across Cultures. Cambridge: Cambridge University Press.</li> <li>- Trompenaars, F., Hampden-Turner, C., 2012. Riding the Waves of Culture. London: Brealey.</li> </ul>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
English Language and Communication Skills					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder mündliche Prüfung oder Kursarbeit (Arbeitsmappe, Referat, Hausarbeit)	Vorlesung, Seminar, Übung	H. Paetz K. Sutton K. Rössler J. Varban	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erkennen und verstehen unterschiedliche Management- und Kommunikationsstile.</li> <li>- schätzen unterschiedliche wirtschaftliche Zusammenhänge adäquat ein und vermitteln komplexe Sachverhalte kontextbezogen sicher und angemessen in Englischer Sprache in Wort und Schrift.</li> <li>- besitzen vertiefte Kenntnisse im Bereich Geschäftskorrespondenz sowie im rezeptiven und produktiven Sprachgebrauch (Präsentationen, Essay-Schreiben) ausgehend von Praxisbeispielen und authentischen Texten.</li> <li>- sind qualifiziert im Bereich Präsentationstechniken.</li> <li>- wenden praxisbezogen interkulturelle Kommunikation (Kulturdimensionen, Stereotype, sprachbedingte kulturelle Gegebenheiten) an.</li> <li>- gehen mit kulturbedingten Gründen für Kommunikationsprobleme situationsadäquat um.</li> <li>- verfügen über sehr gute fremdsprachliche Fertigkeiten und interkulturelle Kompetenz.</li> <li>- analysieren und bewerten fachrelevante Texte und verfassen längere themenbezogene Schriftstücke (essays, reports, proposals, research papers).</li> <li>- sind mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur vertraut und wenden praxisbezogen interkulturelle und fachbezogene Kommunikation an.</li> <li>- Erreichen eine Sprachkompetenz der englischen Sprache entsprechend der Niveaustufe C1 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Tourismuswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Ethik, Soziologie, Umweltaspekten, sowie Geschäftsfällen und Fallbeispielen (z. B. Beschwerdemanagement im Rahmen der Geschäftskorrespondenz, Erörterung von Managementproblemen anhand von Fallstudien).					
Literatur					
Die Themen basieren auf inhaltlich und vor allem sprachlich anspruchsvollen Texten zu Fragen aus Betriebs- und Volkswirtschaft, Landeskunde, Interkulturalität, Soziologie, Umweltaspekten, Digitalisierung - mit besonderem Bezug zu Kommunikations- und Präsentationstechniken, sowie Fallbeispielen und Geschäftsfällen, Artikeln aus Medien und Fachzeitschriften.					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Mathematics with Applications to Commerce and Economics						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
1	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
International Business Studies Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5	Vorlesung	Prof. Dr. C. Hans Prof. Dr. T. Nieberg		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>				
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		**Hausarbeit				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen und vertiefen mathematische Grundkenntnisse in Bezug auf deren ökonomische Anwendung.</li> <li>- sind im analytischen Denken geschult und können mit Hilfe mathematischer Modelle argumentieren.</li> <li>- verfügen über Erfahrungen mit komplexen Sachverhalten und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende Begriffe der Algebra und Analysis (Lösungsverfahren für Gleichungen und LGS, Funktionen, Differentialrechnung)</li> <li>- Zins-/Rentenrechnung, Verfahren dynamischer Investitionsrechnung, exponentielles Wachstum</li> <li>- Ökonomisch relevante Funktionen: Darstellung und Optimierung</li> <li>- Optimierung unter Nebenbedingungen (Lagrange-Multiplikatoren, Lineare Programmierung)</li> <li>- Anwendungen und Fallbeispiele, auch IT-gestützt</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sydsaeter, K., Hammond, P., Carvajal, A. (2016) Essential Mathematics for Economic Analysis. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.</li> <li>- Any introduction textbook to Mathematics</li> </ul>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Business Information Technology – Foundations, Models and Methods						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
1	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Klausur 1,5		Vorlesung, IT-gestützte Übung	Prof. Dr. T. Nieberg NN (Denomination W85)	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>				
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		**Referat				
Qualifikationsziele						
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen technische, technologische und wirtschaftliche Grundlagen der Informations- und Kommunikationstechnik und können diese im Kontext von Organisationen und bei Konsumenten verstehen und zielgerichtet einsetzen.</li> <li>- können Nutzenpotentiale der Informationsversorgung in Gestaltung von Informations-, Güter- und Geldflüssen abbilden und realisieren.</li> <li>- können sich auf stetig verändernde Bedingungen einlassen und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen Informationssysteme und -verarbeitung (Hardware, Software, Kommunikation)</li> <li>- Digitale Transformation: Konzepte, Reifegradmodelle</li> <li>- Arten und Kernelemente von Informationssystemen in Organisationen und Wertschöpfungsnetzwerken</li> <li>- Datenmodelle und Datenbanksysteme</li> <li>- Projektmanagement, Vorgehensmodelle in Entwicklungsprozessen</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Laudon, K. C., Laudon, J. P. (2017). Management Information Systems. Harlow, United Kingdom, Pearson Education Limited.</li> <li>- Leimeister, J. M. (2015). Einführung in die Wirtschaftsinformatik. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg.</li> <li>- Stair, R.M., Reynolds, G. W. (2017). Principles of Information Systems: A Managerial Approach, Cengage learning.</li> <li>- Watson, R. T. (2014) Information Systems. Open Textbook, Saylor Foundation.</li> </ul>						

## 2. Semester

### Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
International Finance					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5 oder Referat oder berufspraktische Übung		Vorlesung und Gruppenarbeit	Prof. Dr. C. Goodfellow Prof. Dr. H. Plate
Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		*Voraussetzung für die Teilnahme **Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen wiss. Grundlagen von grenzüberschreitenden Investitionen und Finanzierungen.</li> <li>- gehen sorgfältig mit Wissen und Fakten um und wenden diese auf Unternehmen und Kapitalmärkte an.</li> <li>- haben Erfahrung mit komplexen Zusammenhängen und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich arbeiten.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction to Balance of Payments and Exchange Rate Systems</li> <li>- Country Risk</li> <li>- Investment Decisions and Valuation Methods</li> <li>- International Capital Management: Cost of capital and capital availability, portfolio investment, international diversification, sourcing equity and debt globally</li> <li>- Financial Instruments</li> <li>- International Risk Management: Exposure Management incl. hedging</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brealey, Richard A. and Stewart C. Myers (2019), Principles of Corporate Finance, 13th edition, McGraw-Hill.</li> <li>- Buckley, Adrian (2004), Multinational Finance, 5th edition, Prentice Hall.</li> <li>- Eiteman, David K., Arthur I. Stonehill, Michael H. Moffett (2015), Multinational Business Finance, 14th edition, Global edition, Pearson.</li> <li>- French, Kenneth and James M. Poterba (1991), Investor diversification and international equity markets, NBER Working Paper 3609.</li> <li>- Grubel, Herbert G. (1968), Internationally diversified portfolios: Welfare gains and capital flows, American Economic Review 58 (5), 1299-1314.</li> <li>- Levi, Maurice D. (2009), International Finance, 5th edition, Routledge.</li> <li>- Madura, Jeff (2018), International Financial Management, 13th edition, Cengage Learning, Boston, M.A.</li> <li>- Myers, Stewart C. (1977), Determinants of Corporate Borrowing, Journal of Financial Economics 5, 147-175.</li> <li>- Pilbeam, Keith (2013), International Finance, 4th edition, Palgrave MacMillan, Basingstoke, U.K.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Cost and Performance Analysis						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
2	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Klausur 1,5		Vorlesung, Seminar, Übungen, Interaktive Lehrgespräche	NN (Denomination W80/1)	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- besitzen anwendungsorientierte Kenntnisse über die Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung und können diese erklären.</li> <li>- beschreiben die Verrechnung der Kosten im System der Kostenrechnung.</li> <li>- definieren Kostenarten, Kostenstellen und Kostenträger und richten diese ein.</li> <li>- erfassen, verrechnen, kalkulieren und führen Kostenarten in der Ergebnisrechnung mit den Leistungen zusammen.</li> <li>- erstellen einen BAB und interpretieren die Ergebnisse.</li> <li>- beherrschen die Verfahren der Kalkulation/Kostenträgerstückrechnung.</li> <li>- beherrschen die Grundformen der Betriebsergebnisrechnung.</li> <li>- beurteilen die verrechnungstechnischen Zusammenhänge im Rechnungswesen.</li> <li>- setzen Systeme ein, um entsprechende Aufgabenstellungen (betriebliche Entscheidungen) zu lösen.</li> <li>- setzen sich wissenschaftlich mit Fragen des internen Rechnungswesens auseinander und präsentieren ihre Erarbeitungen anwendungsorientiert.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<p>Grundlagen und Grundbegriffe des betrieblichen Rechnungswesens; Kostentheoretische Grundlagen; Grundbegriffe und Aufgaben der Kosten- und Leistungsrechnung; System der Kostenrechnung im Überblick; Kostenartenrechnung: Materialkosten, Personalkosten, Fremdleistungskosten, Kalkulatorische Abschreibungen, Zinsen, Wagnisse; Kostenstellenrechnung: Primärkostenverteilung, Innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Bildung von Kostensätzen, Feststellung von Über-/Unterdeckungen; Kalkulation: Divisions-, Äquivalenzziffern-, Zuschlags-, Maschinenstundensatz-, Kuppelkalkulation; Betriebsergebnisrechnung: Gesamtkosten- und Umsatzkostenverfahren; Übungen und Fallstudien zu allen Bereichen.</p>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brearley, R.A. &amp; Myers, S.C., 2011. <i>Principles of Corporate Finance</i>. 10<sup>th</sup> edition. New York: McGraw Hill.</li> <li>- Breitner, L., Anthony, R., 2013. <i>Core Concepts of Accounting</i>. 11<sup>th</sup> edition. London: Pearson.</li> <li>- Datar, S. M., Rajan, M. V., 2017 <i>Horngren's Cost Accounting: A Managerial Emphasis</i>. 16<sup>th</sup> edition. London: Pearson.</li> <li>- Drury, C., 2012. <i>Management and Cost Accounting</i>. 8<sup>th</sup> edition. London: Cengage Learning.</li> <li>- Meyer, M. W., 2009. <i>Rethinking Performance Measurement Beyond the Balanced Scorecard</i>. Cambridge: Cambridge University Press.</li> <li>- Watson, D., Head, A., 2009. <i>Corporate Finance: Principles and Practice</i>. 5<sup>th</sup> edition. Prentice Hall: Financial Times.</li> </ul>						

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Leadership in Organizations					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit		Vorlesung Seminar Übungen Fallstudien	Prof. Dr. D. Appelt
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Grundlagen des menschlichen Verhaltens und können diese erklären.</li> <li>- können grundlegende Aspekte des menschlichen Verhaltens identifizieren und passendes Führungsverhalten diskutieren.</li> <li>- können verschiedene Ansätze der Führung erklären sowie unterscheiden und sind in der Lage, diese auf Praxissituationen anzuwenden.</li> <li>- verstehen den Zusammenhang zwischen Führung, Arbeitszufriedenheit, Mitarbeiterleistung und Unternehmenserfolg.</li> <li>- reflektieren über eigenes und fremdes Verhalten und leiten daraus Erkenntnisse für ihre Entwicklung und das Handeln in Unternehmen und Gesellschaft ab.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Führung &amp; Management</li> <li>- Mitarbeiterzufriedenheit und Unternehmenserfolg</li> <li>- Individualverhalten</li> <li>- Motivation</li> <li>- Gruppenverhalten</li> <li>- Organisationskultur</li> <li>- Kommunikation</li> <li>- Führungsansätze</li> <li>- Führungskompetenzen und -instrumente</li> <li>- Führungskräfteentwicklung</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conte, J. M./Landy, F. J., 2019, Work in the 21st century: An introduction to industrial and organizational psychology.</li> <li>- DuBrin, A. J., 2016, Leadership: Research Findings, Practice, and Skills.</li> <li>- Hughes, R. L., 2019, Leadership: Enhancing the lessons of experience.</li> <li>- Northouse, P. G., 2018, Introduction to Leadership: Concepts and Practices.</li> <li>- Northouse, P. G., 2018, Leadership: Theory &amp; Practice.</li> <li>- Robbins, S. P./Coulter, M., 2018, Management.</li> <li>- Robbins, S. P./Judge, T. A., 2016, Organizational Behavior.</li> <li>- Yukl, G., 2013, Leadership in Organizations.</li> </ul> <p>Lehrbücher jeweils in aktueller Auflage.</p>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Statistics					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual International Business Studies Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft		PL: Klausur 1,5	Vorlesung	Prof. Dr. C. Goodfellow	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können Informationen in Datensätzen aufbereiten und interpretieren sowie auf der Grundlage von Wahrscheinlichkeiten fundiert Prognosen abgeben.</li> <li>- wenden, statistische Verfahren auf ökonomische Fragestellungen an.</li> <li>- verfügen über Erfahrungen mit komplexen Sachverhalten und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deskriptive Statistik (Grafiken, Kennzahlen)</li> <li>- Wahrscheinlichkeitsrechnung, Zufallsexperiment und -variable</li> <li>- Statistische Verteilungen, zentraler Grenzwertsatz</li> <li>- Zeitreihen</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barrow, Michael (2017), Statistics for Economics, Accounting and Business Studies, Prentice Hall, 7. ed, Pearson Education Limited.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Basic Tax Law					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Referat oder Hausarbeit <b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b> Keine	Vorlesungen, seminaristische Lehrveranstaltungen mit Übungsfälle, Fallstudien Gruppenarbeiten, Selbststudium	Prof. M. Bartsch Prof. Dr. M. Meuthen	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, sich im Gefüge der geltenden Steuerrechtsordnung zu orientieren, kennen die Bedeutung der Fachbegriffe, können die gängigen Rechtsquellen und Verwaltungsvorschriften korrekt einordnen und entsprechend der juristischen Methodik anwenden.</li> <li>- kennen die ertrag- und umsatzsteuerlichen Grundlagen des Unternehmenssteuerrechts aus nationaler Sicht und erkennen Steuern als relevante Größe bei der Unternehmensführung.</li> <li>- können Ein- und Ausgangsleistungen eines Unternehmens umsatzsteuerlich systematisch prüfen, insbesondere können sie grenzüberschreitende Sachverhalte im Binnenmarkt, aber auch mit Drittlandsbezug, umsatzsteuerlich beurteilen, betriebswirtschaftlich einordnen und entsprechende Folgerungen daraus ziehen.</li> <li>- erlangen einkommensteuerliches Grundlagenwissen, können innerhalb der persönlichen und sachlichen Steuerpflichten weitere Differenzierungen vornehmen, verstehen grds. Besteuerungsprinzipien und erkennen Abgrenzungsprobleme innerhalb der Einkunftsarten.</li> <li>- erhalten die Fähigkeit, sich in neue und aktuelle Aufgabenstellungen bzw. gesetzliche Regelungen einzuarbeiten.</li> <li>- können fachlichen Diskussionen folgen, sich aktiv an diesen beteiligen und somit auch Mitverantwortung für den Unternehmenserfolg übernehmen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p><u>Umsatzsteuer (Grundlagenveranstaltung)</u> Einführung in das Steuersystem der Bundesrepublik und in das System der Umsatzsteuer, Steuerbarkeit (u. a. mit der Unternehmereigenschaft, der Beschreibung des Rahmens des Unternehmens, den Leistungsarten, der Einheitlichkeit der Leistung, den unentgeltlichen Leistungen und der Ortsbestimmung aller Leistungen, auch von Reihengeschäften, auch über Grenzen, somit § 1 Abs. 1 UStG), die Steuerbefreiungen, auch mit Optionsmöglichkeiten, den Steuersätzen, der Bemessungsgrundlage, Änderung der Bemessungsgrundlage, dem Steuerschuldner, dem Reverse-Charge-Verfahren, Rechnungsvoraussetzungen, dem Vorsteuerabzug, und dem Besteuerungsverfahren.</p> <p><u>Einkommensteuer (Grundlagenveranstaltung)</u> Stellung der Einkommensteuer im Steuersystem, Aufbau des EStG, Erhebungsformen der ESt, Entstehung, Fälligkeit, Anrechnung, unbeschränkte u. beschränkte persönliche Steuerpflicht, Veranlagungsarten, sachliche Einkommensteuerpflicht mit den Einkunftsarten, Ermittlung des zu versteuernden Einkommens und der tariflichen Einkommensteuer. Im Einzelnen u. a. die sieben Einkunftsarten, Einnahmen, Werbungskosten, nicht abzugsfähige Kosten der privaten Lebensführung, Einnahme-Überschuss-Rechnung, Zufluss-Abfluss-Prinzip,</p>					

Gewinnermittlungsarten, Arten der Wirtschaftsjahre, Betriebsausgaben, nicht abzugsfähige Betriebsausgaben, Steuerbefreiungen, Abgrenzungsprobleme der gewerblichen Einkünfte, Grundzüge der Besteuerung von Personengesellschaften, Grundzüge der Betriebsveräußerung und dem Verkauf von Anteilen an Kapitalgesellschaften, auch bei Freiberuflern, Verlustbehandlung, private Veräußerungsgeschäfte, Kapitaleinkünfte, Sonderausgaben und außergewöhnliche Belastungen, Haushaltsnahe Beschäftigungsverhältnisse / Dienstleistungen und Anrechnungsmöglichkeiten, auch der Gewerbesteuer.

#### **Literatur**

- Eigenes Skript
- Haase, F., Steierberg, D.; Tax Law in Germany, Aktuelle Aufl., C.H.Beck Verlag.
- Philipp, H., Thiele, P.; Introduction to German Tax Law, Aktuelle Aufl., Richard Boorberg Verlag.
- Schanz, D., Schanz, S.; Business Taxation and Financial Decisions, Aktuelle Aufl., Springer Verlag.
- Schreiber, U.; International Company Taxation, An Introduction to the Legal and Economic Principles, Aktuelle Aufl., Springer Verlag, Heidelberg.
- Vogel, K.; Klaus Vogel on Double Taxation Conventions, Aktuelle Aufl., Wolters Kluwer Verlag.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Microeconomics and Economic Systems					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual International Business Studies		PL: Klausur 1,5h		Vorlesung	Prof. Dr. B. Köster Prof. Dr. M. Neumann Prof. Dr. M. Kirspel Prof. Dr. G. Hilligweg
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben fundierte Kenntnisse über Wesen und Aufgaben der Volkswirtschaftslehre.</li> <li>- können die grundlegenden Begriffe der Wirtschaftswissenschaft strukturiert darstellen und ihre Bedeutung herleiten.</li> <li>- unterscheiden die Charakteristika der Wirtschaftssysteme Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft sowie der Mischform Soziale Marktwirtschaft im historischen Kontext.</li> <li>- ordnen die Mikroökonomik in die Wirtschaftswissenschaft ein.</li> <li>- begründen die Bedeutung des Begriffs „Markt“ und können die verschiedenen Marktformen abgrenzen und ihre Bedeutung in der Realität bewerten.</li> <li>- formulieren und begründen im Rahmen der Nutzentheorie die Determinanten des Wirtschaftsplans der Haushalte sowie im Rahmen der Produktions- und Kostentheorie die Determinanten des Wirtschaftsplans der Unternehmungen.</li> <li>- analysieren das Modell der Marktkoordination und begründen die Verschiedenheit der Marktpreisbildung auf vollkommenen und unvollkommenen Märkten im Polypol, Oligopol und Monopol.</li> <li>- erarbeiten einzeln und in (interkulturellen) Teams zielorientierte Lösungsansätze zu mikroökonomischen Problemstellungen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Gegenstand der VWL und Stellung in der Wissenschaft, methodische Grundlagen, zentrale Begriffe der Wirtschaftswissenschaft (Märkte, Preise, Staat, Parafisci), Grundprobleme der Wirtschaftsordnung, die reinen Wirtschaftssysteme (Denkmodelle): Marktwirtschaft und Zentralverwaltungswirtschaft und Soziale Marktwirtschaft als Mischform, Gegenstand der mikroökonomischen Theorie, Begriff des Marktes, Abgrenzung der Marktformen, Haushaltstheorie (kardinale und ordinale Nutzentheorie, Nachfragekurven und ihre Aggregation, Elastizitäten, soziale Verhaltensinterdependenzen), Haushaltsangebot (Arbeits- und Kapitalangebot), Besonderheiten des Nachfrage- und Angebotsverhaltens öffentlicher Haushalte, Grundlagen der Produktionstheorie, Grundlagen der Kostentheorie, Gleichgewicht auf vollkommenen und unvollkommenen Märkten (Polypol, Oligopol, Monopol, weitere Konstellationen, Contestable Markets).					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Krugman, P and Wells, R. Microeconomics, Worth Publishers.</li> <li>- Mankiw, G. and Taylor, M., Microeconomics, Cengage Learning.</li> <li>- Pindyck, R. and Rubinfeld, D., Microeconomics, Global Edition, Pearson.</li> <li>- Varian, H. Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, W. W. Norton &amp; Company.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

### 3. Semester

#### Pflichtmodule

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Academic Research Methods						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
3	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies Wirtschaft Wirtschaft im Praxisverbund dual Bank- und Versicherungswirtschaft dual		PL: Kursarbeit in Gruppen		Vorlesung Übung	Prof. Dr. D. Appelt	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können ein eigenes Forschungsthema auswählen und planen.</li> <li>- sind in der Lage, Literatur kritisch zu analysieren und Argumente kausallogisch abzuleiten.</li> <li>- sind in der Lage, unterschiedliche Forschungsdesigns sachgerecht auszuwählen und zu erstellen.</li> <li>- beherrschen grundlegende quantitative und qualitative Forschungsmethoden und können diese auf betriebswirtschaftliche Fragestellungen anwenden.</li> <li>- wenden statistische Auswertungsmethoden an und können die Ergebnisse kritisch interpretieren.</li> <li>- können kooperativ mit anderen Studierenden unterschiedliche Standpunkte klären und gemeinsame Lösungen entwickeln.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Forschungsprozess</li> <li>- Critical Thinking and Writing (wissenschaftliches Schreiben, kritische Literaturanalyse)</li> <li>- Forschungsdesign (qualitative und quantitative Forschungsmethoden)</li> <li>- Anwendung statistischer Auswertungsmethoden der empirischen Sozialforschung</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Howell, T. (2020). Critical thinking: A concise guide. London: Routledge.</li> <li>- Bryman A. &amp; Bell E. (2015), Business Research Methods, Oxford University Press.</li> <li>- Cottrell, S. (2017). Critical thinking skills: effective analysis, argument and reflection. New York: Palgrave Macmillan.</li> <li>- Cottrell, S. (2019). The Study Skills Handbook (5th ed.). Oxford: Macmillan.</li> <li>- Easterby-Smith, M. et al. (2018). Management &amp; business research. Los Angeles: Sage.</li> <li>- Fisher, C. (2010). Researching and Writing a Dissertation: a guidebook for business students. Harlow: Pearson.</li> <li>- Saunders, M., Lewis, P., &amp; Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students. Harlow: Pearson.</li> <li>- Thomson, A. (2009). Critical reasoning: A practical introduction. London: Routledge.</li> </ul> <p>Lehrbücher jeweils in aktueller Auflage.</p>						

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Marketing					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)</b>
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies Wirtschaft Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat	Interaktive Vorlesung und Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Übungen	Prof. Dr. S. Kull Prof. Dr. D. v. Schnakenburg NN (Denomination W82)	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (\$9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Grundlagen des Marketings einschließlich des grundsätzlichen Aufbaus einer Marketingkonzeption und des Ablaufs einer Marketingplanung.</li> <li>- kennen die notwendigen Fundierungen einer Marketingkonzeption In Form von Informationen über Markt und Umfeld sowie das Nachfragerverhalten und Marktforschung.</li> <li>- haben die strategische Dimension des Marketings in Verbindung zu weiteren Grundlagenfächern durchdrungen.</li> <li>- können die einzelnen Teilpolitiken des Marketings in groben Übersichten durchdringen und zueinander in Beziehung setzen.</li> <li>- lernen in Gruppenarbeiten als Team gemeinsam Aufgaben zu erarbeiten und schulen ihre kommunikativen Fähigkeiten.</li> <li>- schulen ihre Fähigkeiten zum Erkennen, Einordnen, Formulieren und Lösen von Problemen der Dimensionen Nachhaltigkeit und Innovation im Marketing, sowohl in Bezug auf die Interaktion mit Marktteilnehmern als auch mit Rückbezügen zur Internationalisierung und Globalisierung im Marktgeschehen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriffliche Grundlagen</li> <li>- Entwicklungen und Varianten des Marketings</li> <li>- Marketing-Planung, Marketing-Konzeption und Marketing-Management</li> <li>- Marktabgrenzung und Umfeldgeschehen</li> <li>- SWOT- und Anspruchsgruppenanalyse</li> <li>- Marktforschung, Nachfragerverhalten</li> <li>- Marketing-Leitbild und Ethik, Zielbildung, Strategien gegenüber Markt und Anspruchsgruppen</li> <li>- ausgewählte Methoden der strategischen Marketingplanung</li> <li>- Grundzüge von Leistungspolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik</li> <li>- Beziehungs- und Netzwerkorientierung im Marketing</li> <li>- Marketing-Mix, Marketing-Organisation</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Own lecture notes</li> <li>- Hollensen, S. (2020): Global Marketing, 8 th edition, Harlow, London, New York.</li> <li>- Kotler, P.T./Armstrong, G./Opresnik, M. O. (2018), Principles of Marketing, 17th edition, global edition, Harlow, Munich et al.</li> </ul>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Management Accounting					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Management in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat		Vorlesung, Seminar, Übungen, Interaktive Lehrgespräche	NN (Denomination W80/1)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- zeigen die Grundlagen des Unternehmenscontrollings aus funktionaler, institutioneller und instrumentaler Sicht auf.</li> <li>- erklären Deckungsbeitragsrechnungen und Plankostenrechnungssystemen sowie deren Anwendung in der Praxis.</li> <li>- beurteilen die Prozesskostenrechnung.</li> <li>- bewerten Ansätze des Kostenmanagements.</li> <li>- identifizieren, analysieren und bewerten managementrelevante Informationen und Systeme.</li> <li>- unterstützen mit Hilfe geeigneter Instrumente des operativen Controllings das Management bei der zielorientierten Steuerung des Unternehmens.</li> <li>- reflektieren Controlling-spezifische Fachkompetenz (grundlegende Begriffe, Modelle und Fragestellungen des Controllings und deren Anwendungsmöglichkeiten und -probleme).</li> <li>- interpretieren Managementfragen des Controllerbereichs.</li> <li>- bringen Problemlösungskompetenz durch das Bearbeiten von Aufgaben hervor.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Grundlagen des Unternehmenscontrollings (Controlling in funktionaler, institutioneller und instrumentaler Sicht); Deckungsbeitragsrechnung als entscheidungsorientierte Rechnung (operative Programmplanung, Preisuntergrenzen, Zusatzaufträge, Verbundeffekte, Make or Buy-Entscheidungen, alternative Produktionsprozesse); Plankostenrechnung (Formen und Ablauf der Plankostenrechnung, Kalkulation und Ergebnisrechnung in der Plankostenrechnung); Controlling mithilfe der Prozesskostenrechnung (Ziele, Aufgaben und Methodik der Prozesskostenrechnung, Activity Based Costing, Prozess- und Grenzplankostenrechnung im Vergleich); Überblick zu Ansätzen des Kostenmanagements.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Horngren, C.T., 2013. <i>Introduction to Management Accounting Global</i>. Essex: Pearson.</li> <li>- Weetman, P., 2018. <i>Management Accounting</i>. 2<sup>nd</sup> edition. Essex: Pearson.</li> <li>- Wouters, M. et al, 2012. <i>Cost Management: Strategies for Business Decisions</i>. Berkshire: McGraw-Hill.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Digital Business						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
3	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
International Business Studies		PL: Kursarbeit	Vorlesung, IT-gestützte Übung	Prof. Dr. T. Nieberg NN (Denomination W85)		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die wesentlichen technologischen und wirtschaftlichen Grundlagen und Funktionsweisen der digitalen Wirtschaft.</li> <li>- können informationsgetriebene und digitale Geschäftsmodelle erklären, bewerten und auf Praxisfälle anwenden.</li> <li>- verfügen über Erfahrungen mit verhaltenswissenschaftlichen Funktionsweisen, deren Implikationen im Kontext der digitalen Transformation, und sind mit Kollaboration und Teamarbeit vertraut.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Information-Driven Enterprises &amp; Entrepreneurship</li> <li>- Digitale Geschäftsmodelle, Sharing Economy, Plattform Economy</li> <li>- Data Science und ihre Auswirkungen in verschiedenen Bereichen eines Unternehmens und einer Organisation</li> <li>- IT-Controlling</li> <li>- Aktuelle Themen und aufkommende Technologien im Gebiet des Digital Business</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berman, S.: Digital transformation: opportunities to create new business models, Bingely (UK) 2012.</li> <li>- Mayer-Schönberger, V., Cukier, K (2013). Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think. John Murray.</li> <li>- Laudon, K. C., Laudon, J. P. (2017). Management Information Systems. Harlow, United Kingdom, Pearson Education Limited.</li> <li>- Neugebauer, R. (Ed.): Digital Transformation, Basel 2019.</li> </ul> <p>Basisliteratur und weitere Literatur ergibt sich aus den Vorlesungsinhalten.</p>						

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
International Tax Law						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
3	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	96h
Verwendbarkeit	Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
International Business Studies	PL: Klausur 1,5 oder Referat oder Hausarbeit  PVL: Basic Tax Law <b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b> *Modul Basic Tax Law		Vorlesungen, seminaristische Lehrveranstaltungen mit Übungsfällen, Fallstudien Gruppenarbeiten, Selbststudium	Prof. M. Bartsch Prof. Dr. M. Meuthen		
Qualifikationsziele						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- vertiefen ihr Wissen zur Besteuerung von Kapitalgesellschaften und können steuerliche Problemfelder im Unternehmen kritisch reflektieren, einordnen und bewerten.</li> <li>- kennen die nationalen und abkommensrechtlichen Prinzipien des Internationalen Steuerrechts, sind mit dem deutschen Außensteuerrecht und Doppelbesteuerungsabkommen vertraut und verstehen den Regelungsbedarf bei grenzüberschreitenden Sachverhalten.</li> <li>- können Probleme der internationalen Besteuerung im Kontext des internationalen Steuerwettbewerbs ein- und zu ordnen und bewerten und sind in der Lage, dem fach- und gesellschaftspolitischen Diskurs über und gegen Strategien zur internationalen Steuervermeidung zu folgen.</li> <li>- entwickeln die Kompetenz, wirtschaftliche Entscheidungen unter Einbezug steuerlicher Aspekte vorzubereiten, zu beurteilen und unter Berücksichtigung der Besteuerung zu treffen.</li> <li>- erkennen Schnittstellen zwischen Besteuerung und anderen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, beispielsweise zur Investitionsrechnung, Finanzierung oder Bilanzierung.</li> <li>- erlangen durch die Bearbeitung praxisnaher Fallstudien Transferkompetenz.</li> <li>- sollen die Notwendigkeit und Relevanz von „Tax Compliance Systemen“ erkennen.</li> <li>- verstehen die Funktionsweise der Globalisierung und der Europäischen Integration und können deren Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungen verstehen u. bewerten.</li> <li>- sind in der Lage, dem fach- und gesellschaftspolitischen Diskurs über und gegen Strategien zur internationalen Steuervermeidung zu folgen.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<u>Körperschaftsteuer</u> Systematischer Überblick, Steuerpflicht, Steuerbefreiungen, Berechnung des zu versteuernden Einkommens mit allen notwendigen Vorschriften, so z. B. auch verdeckte Einlage und (verdeckte) Gewinnausschüttung auf betrieblicher Ebene und Ebene des Gesellschafters, steuerliches Einlagekonto und Sonderausweis, Spenden, Verlustbehandlung, die Folgen der Beteiligung an anderen Körperschaften (§ 8b KStG), abziehbare und nicht abziehbare Aufwendungen.						
<u>Internationales Steuerrecht</u> Wechsel der Steuerpflichten, Prinzipien und Anwendung von Doppelbesteuerungsabkommen, u. a. in Bezug auf die wichtigsten Einkunftsarten. Formen der Vermeidung der Doppelbesteuerung durch innerstaatliche Maßnahmen, steuerliche Behandlung von Steuerinländern mit Auslandsbeziehungen und Steuerausländer mit Inlandsbeziehungen. Verlustausgleichsbeschränkungen bei Bezug zu Drittstaaten und Progressionsvorbehalt bei nach DBA steuerfreien Einkünften. Steuerentstrickung bei Ausschluss oder Beschränkung des Besteuerungsrechtes. Steuerliche Behandlung von Betriebsstätten.						
<u>Außensteuerrecht</u>						

Überblick über die grundlegenden Probleme des Außensteuerrechts (Verrechnungspreise, Sitzverlagerung von KapG, Wegzug etc.).

**Literatur**

- Eigenes Skript
- Haase, F., Steierberg, D.; Tax Law in Germany, Aktuelle Aufl., C.H.Beck Verlag.
- Philipp, H., Thiele, P.; Introduction to German Tax Law, Aktuelle Aufl., Richard Boorberg Verlag.
- Schanz, D., Schanz, S.; Business Taxation and Financial Decisions, Aktuelle Aufl., Springer Verlag.
- Schreiber, U.; International Company Taxation; An Introduction to the Legal and Economic Principles, Aktuelle Aufl., Springer Verlag, Heidelberg.
- Vogel, K.; Klaus Vogel on Double Taxation Conventions, Aktuelle Aufl., Wolters Kluwer Verlag.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Macroeconomic Theory and Stabilization Policy					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Pflicht	5	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   96h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5		Vorlesung	Prof. Dr. B. Köster Prof. Dr. M. Neumann Prof. Dr. M. Kirspel Prof. Dr. G. Hilligweg
Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung</b> <b>(§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
International Business Studies		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- haben fundierte Kenntnisse der Grundbegriffe der volkswirtschaftlichen Kreislaufanalyse und des volkswirtschaftlichen Rechnungswesens und können diese interpretieren.</li> <li>- haben vertiefte Kenntnisse auf dem Gebiet der makroökonomischen Theorie.</li> <li>- können die Komponenten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und ihren Zusammenhang darstellen und analysieren.</li> <li>- können Grundlagen und volkswirtschaftliche Bedeutung von Arbeitsmarkt, Gütermarkt, Kapitalmarkt und Geldmarkt darstellen, Zusammenhänge erklären sowie Auswirkungen von Änderungen auf Teilmärkten auf die Gesamtwirtschaft beurteilen.</li> <li>- beschreiben und analysieren den Einfluss von Datenänderungen und finanzpolitischer Maßnahmen auf das Kreislaufniveau.</li> <li>- können gesamtwirtschaftliche Ziele und Zielbeziehungen der Wirtschaftspolitik analysieren und bewerten.</li> <li>- haben fundierte Kenntnisse im Bereich der Stabilisierungspolitik, können diese einschätzen und bewerten.</li> <li>- bewerten den Einfluss von geld- und fiskalpolitischen Maßnahmen auf das gesamtwirtschaftliche Kreislaufniveau und</li> <li>- verfügen über Fähigkeiten zur ergebnisorientierten Diskussion volkswirtschaftlicher Theorien und wirtschaftspolitischer Maßnahmen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Grundbegriffe der volkswirtschaftlichen Kreislaufanalyse und des volkswirtschaftlichen Rechnungswesens; Makroökonomische Theorie: Komponenten der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und ihr Zusammenhang, Arbeitsmarkt und gesamtwirtschaftliches Angebot, Gleichgewicht auf dem Güter- und dem Kapitalmarkt; Der Geldmarkt: Geldnachfrage, Geldangebot und Gleichgewicht auf dem Geldmarkt; Der Einfluss von Datenänderungen und finanzpolitischer Maßnahmen auf das Kreislaufniveau; Wirtschaftspolitik: Gesamtwirtschaftliche Ziele und Zielbeziehungen; Die Ziele Preisniveaustabilität, Hoher Beschäftigungsstand, Stetiges und angemessenes Wirtschaftswachstum und Außenwirtschaftliches Gleichgewicht: Jeweils Definition, Messung, Probleme aus der Zielverfehlung, Maßnahmen zur Erreichung des Ziels; Wirtschaftspolitische Konzeptionen: Antizyklische und potenzialorientierte Nachfragepolitik, angebotsorientierte Wirtschaftspolitik; Politisch-ökonomische Aspekte wirtschaftspolitischer Konzeptionen.</p>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blanchard, O. (2017) Macroeconomics (7th Edition), Pearson.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

- Heijdra, B. (2017) Foundations of Modern Macroeconomics (3d Edition), Oxford University Press.
- Sørensen, P. Whitta-Jacobsen, H. (2010) Introducing Advanced Macroeconomics MacGraw-Hill.

## 4. Semester

### Pflichtmodul

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Praxissemester (Auslandssemester)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
4	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	30	20 Wochen Praktikum <b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		SL: Praxisbericht und Referat oder Kursarbeit		Seminar und Praktikum (aktive Mitarbeit, Beobachtung sowie Literaturstudium)	begleitende Lehrveranstaltungen: NN  Praktikumsbetreuung: alle Lehrenden
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		mindestens 60 LP aus dem 1. bis 3. Semester  Zulassung von Unternehmen bzw. Organisationen durch den Fachbereich auf Antrag  *Vorbereitende Lehrveranstaltung			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erkennen passende Stellenangebote für eine angestrebte Tätigkeit und Kriterien von Arbeitgebern bei der Auswahl von Praktikanten und Mitarbeitern.</li> <li>- sind in der Lage, qualifizierte Bewerbungsunterlagen zu erstellen und die formalen und inhaltlichen Richtlinien (zur Gestaltung des Praxissemesters) einzuhalten.</li> <li>- bewältigen kompetent einen Bewerbungsprozess und die Einarbeitung im Unternehmen.</li> <li>- wenden ihr Wissen praxisorientiert an, erarbeiten Problemlösungen sowie Argumente, entwickeln diese weiter und verknüpfen theoretisches Wissen und praktische Fragestellungen miteinander.</li> <li>- sind in der Lage, selbständig sowie in Teams Lösungen für studiengangtypische Aufgabenstellungen in der beruflichen Praxis zu entwickeln.</li> <li>- reflektieren die Folgen ihres Handelns unter Gesichtspunkten der Ethik und Nachhaltigkeit und nehmen persönliche, gesellschaftliche und soziale Verantwortung wahr.</li> <li>- agieren flexibel und kontextbezogen im interkulturellen Umfeld, kommunizieren adäquat virtuell und persönlich und kollaborieren in diversen Teams (interdisziplinär, interkulturell, altersgemischt...).</li> <li>- können teamorientiert, selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln und Verantwortung in Gruppen übernehmen.</li> <li>- reflektieren über eigenes Verhalten und leiten daraus Erkenntnisse für die eigene Entwicklung und das Handeln in Unternehmen und Gesellschaft ab.</li> <li>- setzen Medien und Technologien effektiv ein, reflektieren ihre Erfahrungen mit der Praxissemesterstelle und bewerten diese im Zusammenhang mit ihrer eigenen beruflichen Orientierung.</li> <li>- beurteilen verschiedene Kreativitäts- und Innovationsmethoden für den adäquaten Einsatz im beruflichen Kontext.</li> </ul>					
Lehrinhalte					

Das Praxissemester ist mit mindestens 20 Wochen integraler Bestandteil des Studiums und findet in Unternehmen bzw. Organisationen im Ausland statt.

Das Praxissemester besteht aus drei Teilen:

1. Praktikantenseminar Teil A (Vorbereitung)
2. Praktikumsphase in Unternehmen bzw. Organisationen
3. Praktikantenseminar Teil B (Nachbereitung)

1. Praktikantenseminar Teil A (Vorbereitung): Bewerbung; Auswahlverfahren; Vernetzung; Kontaktaufnahme und -pflege; Formulierung der persönlichen und fachlichen Ziele des Praktikums sowie Erstellung des Praktikumsplans; Erwartungen an sich und die Praktikumsstelle; Berichtswesen; rechtliche Hintergründe.

2. Praktikumsphase: Arbeit vor Ort unter Haltung des Kontaktes zum Praktikumsbetreuer und der Hochschule; das Praktikum als Projekt.

3. Praktikantenseminar Teil B (Nachbereitende Lehrveranstaltung): Reintegration als Prozess; Reflektion der Erwartungen und Abstrahieren des Gelernten; Ereignisse und Erfahrungen aus dem Auslandsaufenthalt; Einordnung der Erfahrungen in die persönliche Lebens-, Berufs- und Karriereplanung; Vorstellung und Diskussion des Praxisberichtes.

#### **Literatur**

- Bowell, T. (2020). *Critical thinking: A concise guide*. London: Routledge.
- Bryman A. & Bell E. (2015), *Business Research Methods*, Oxford University Press.
- Fisher, C. (2010). *Researching and Writing a Dissertation: a guidebook for business students*. Harlow: Pearson.

## 5. und 6. Semester

### Focus A: Sustainability Management

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Ethics & Sustainable Development					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus A)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Kursarbeit in Gruppen	Vorlesung, Seminar, Übungen und innovative Lehrformate (z. B. Interaktive Lehrgespräche, Rollenspiele, Moderationstätigkeiten)	NN	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analysieren und hinterfragen ethische Konzepte, Theorien und Traditionen, sowie Werte und deren Auswirkungen auf Verhalten in Gesellschaften.</li> <li>- diskutieren kritisch ethische Dimensionen von Schlüsselthemen im Zusammenhang mit nachhaltiger Entwicklung, Armut etc.</li> <li>- bewerten und analysieren Pflichten, Rechten, Gerechtigkeit und Fairness.</li> <li>- rechtfertigen Freiheit, Demokratie und nachhaltige Entwicklung.</li> <li>- demonstrieren und bewerten ethisch und kulturell kompetentes Verhalten, Bewusstsein und Respekt in interkulturellen Umgebungen.</li> <li>- übernehmen Verantwortung in der Gruppe.</li> <li>- überzeugen Andere von ihrer Meinung durch wertebasierte, verantwortungsbewusste, respektvolle, gewaltfreie Kommunikation und Professionalität.</li> <li>- sind sich anderer Kulturen und Verhaltensweisen bewusst und können in komplexen neuen Situationen reflektiert und angemessen handeln.</li> <li>- wählen angemessene interkulturelle Kommunikation und Interaktion.</li> <li>- ermitteln und bewerten geeignete Forschungs- und Datenerhebungsmethoden für Fallstudien.</li> <li>- reflektieren ihre eigene Identität und Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheit.</li> <li>- entwickeln ein berufliches Selbstbild unter Berücksichtigung auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ethik und Regierung</li> <li>- Ethik- und Nachhaltigkeitsgeschichte</li> <li>- Politische Entwicklung</li> <li>- Ethische Konzepte, Theorien und normative ethische Traditionen</li> <li>- Ethische Schlüsselfragen, Metaethik, ethischer Monismus, Relativismus und Pluralismus</li> <li>- Werte und Berufsethik</li> <li>- Werte und deren Anwendung auf das Verhalten in Gesellschaften</li> <li>- Gewaltfreie Kommunikation, zwischenmenschliche Kommunikation</li> <li>- Der Nachhaltigkeitsrahmen</li> <li>- Ethische Grundsätze der Nachhaltigkeit</li> <li>- Nachhaltiges Wirtschaften</li> <li>- Pflichten, Rechte, Gerechtigkeit, Fairness</li> </ul>					

- Freiheit, Demokratie und nachhaltige Entwicklung
- Interkulturelle Kommunikation und Interaktion

**Literatur**

- Braungart, M. & McDonough, W., 2009. *Cradle to Cradle – Remaking the way we make things*. London: Vintage Books.
- Cottrell, S., 2011. *Critical Thinking Skills. Developing Effective Analysis and Argument*. 2<sup>nd</sup> edition. New York: Palgrave Macmillan.
- Dauvergne, P., & Lister, J., 2012. *Big brand sustainability: Governance prospects and environmental limits*. *Global Environmental Change*, 22(1), 36-45. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.10.007>.
- Dyllick, T. & Muff, K., 2016. *Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology From Business-as-Usual to True Business Sustainability*. *Organization and Environment* 2016, Vol. 29 (2); 156-174.
- Friedman, M., 1970. *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. *The New York Times Magazine*, pp. 32-33, 122-126. Retrieved from <http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf>.
- Hahn, R., & Kühnen, M., 2013. *Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research*. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5-21.
- Kolk, A., 2010. *Trajectories of sustainability reporting by MNCs*. *Journal of World Business*, 45(4), 367-374.
- McDonough, W. & Braungart, M., 2013. *The upcycle: beyond sustainability - designing for abundance*. New York, NY: Melcher Media.
- Miller, K.P. and Serafeim, G., 2014. *Chief Sustainability Officers: Who Are They and What Do They Do?* Chapter 8 in *Leading Sustainable Change*, Oxford University Press. Available at summerRN: <http://ssrn.com/abstract=2411976> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2411976>.
- Molthan-Hill, P., 2017. *The Business Student's Guide to Sustainable Management (The Principles for Responsible Management Education Series)*. 2<sup>nd</sup> edition. London: Routledge.
- Newman, M., 2011. *Ethics Demystified*. New York: McGraw-Hill.
- Schrettle, S., Hinz, A., Scherrer -Rathje, M., & Friedli, T., 2014. *Turning sustainability into action: Explaining firms' sustainability efforts and their impact on firm performance*. *International Journal of Production Economics*, 147, 73-84.
- Starik, M., & Kanashiro, P., 2013. *Toward a Theory of Sustainability Management: Uncovering and Integrating the Nearly Obvious*. *Organization & Environment*, 26(1), 7-30.
- Wunder, T., 2019. *Rethinking Strategic Management: Sustainable Strategizing for Positive Impact (CSR, Sustainability, Ethics & Governance)*. Cham: Springer.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Sustainability Marketing & Innovation Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus A)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat	Interaktive Vorlesung und Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Übungen	Prof. Dr. S. Kull Prof. Dr. D. v. Schnakenburg NN (Denomination W82)	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		*Modul Marketing			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Komplexität von Nachhaltigkeitsfragestellungen in Bezug auf die globalen Marktbeziehungen sowie die Implikationen für das internationale Marktgeschehen, die strategische Positionierung und den instrumentalen Marketingmix unter besonderer Fokussierung auf die Innovationsgenerierung.</li> <li>- können die begrifflich-konzeptionellen Grundlagen des Marketings auf die Nachhaltigkeitsproblematik und mit besonderem Schwerpunkt der Innovationsgenerierung hin detailliert und systematisch durchdringen und erläutern.</li> <li>- lernen in Gruppenarbeiten als Team gemeinsam Aufgaben zu erarbeiten und schulen ihre kommunikativen Fähigkeiten.</li> <li>- schulen ihre Fähigkeiten zum Erkennen, Einordnen, Formulieren und Lösen von Problemen der Dimensionen Nachhaltigkeit und Innovation im Marketing, sowohl in Bezug auf die Interaktion mit Marktteilnehmern als auch mit Rückbezügen zur Internationalisierung und Globalisierung im Marktgeschehen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklungslinien des Nachhaltigkeitsdenkens im Marketing</li> <li>- Globaler Kontext von nachhaltigkeitsorientiertem Marketing</li> <li>- Nachhaltigkeitsdimensionen im Nachfragerverhalten</li> <li>- Ausprägungen in Deutschland</li> <li>- Kulturvergleichende Unterschiede und Gemeinsamkeiten</li> <li>- Nachhaltigkeitsoptionen im unternehmerischen Marketing</li> <li>- Strategische Positionierungsfragen</li> <li>- Operatives Instrumental-Mix (Leistung und Preis, Distribution und Kommunikation, Beziehungen)</li> <li>- Kritische Erfolgsfaktoren für Nachhaltigkeitsorientiertes Marketing</li> <li>- Bedeutung von Innovationen im Nachhaltigkeitskontext</li> <li>- Grundkonzepte innovativer Ausrichtung</li> <li>- Verfahren zur Innovationsfindung und -umsetzung</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Own lecture notes</li> <li>- Belz, F./ Peattie, K. J. (2013): Sustainability marketing: a global perspective, 2. ed., repr. 2013, Chichester, 2013.</li> <li>- Lunde, M. B. (2018): Sustainability in marketing: a systematic review unifying 20 years of theoretical and substantive contributions (1997-2016), in: Academy of Marketing Science: AMS review : official publication of the Academy of Marketing Science. Bd. 8.2018, 3/4 (Dez.), New York et al., S. 85-110.</li> <li>- Martin, D./Schouten, J. (2012): Sustainable marketing, Upper Saddle River.</li> </ul>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Sustainable Human Resource Management					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus A)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit	Seminar Gruppenarbeit Fallstudien	Prof. Dr. D. Appelt	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können Modelle, Theorien und Prozesse im Sustainability Management &amp; HRM differenzieren.</li> <li>- können Erlerntes auf Praxis- oder Forschungsfragen anwenden und eigenständig in Gruppenarbeit Lösungen erarbeiten.</li> <li>- sind in der Lage, eigenständig relevante Daten und Informationen zu recherchieren, zu bewerten und zu interpretieren sowie weiterführende Lernschritte abzuleiten.</li> <li>- können strukturiert und evidenzbasiert anhand von Fachliteratur argumentieren.</li> <li>- reflektieren die Folgen ihres Handelns unter Gesichtspunkten der Ethik und Nachhaltigkeit und nehmen persönliche, gesellschaftliche und soziale Verantwortung wahr.</li> <li>- verfügen über demokratische und weltoffene Urteilskompetenz.</li> <li>- rechtfertigen Diversität als Bereicherung von Gesellschaft und Wirtschaft.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategies for Sustainable Management (economic, social and ecological)</li> <li>- Core Processes of HRM (Staffing, Training &amp; Development, Performance Management and Compensation)</li> <li>- Sustainable HRM</li> <li>- Management of diversity in organizations</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Armstrong, M. (2017). Armstrong's handbook of human resource management practice. London: Kogan Page.</li> <li>- Crawshaw, J. R. et al. (2017). Human Resource Management: Strategic and international perspectives. London: Sage.</li> <li>- Dessler, G. (2016). Human Resource Management. Pearson.</li> <li>- Hargreaves, A./ Fink, D. (2006). Sustainable Leadership. San Francisco: Jossey-Bass.</li> <li>- Henderson, I. (2017). Human Resource Management. London: CIPD.</li> <li>- Laszlo, C. (2008). Sustainable Value. Stanford University Press.</li> <li>- Mulligan, M. (2018). An Introduction to Sustainability. New York: Routledge.</li> <li>- Weisser, C. R. (2018). Sustainability. Boston: Bedford Books.</li> </ul> <p>Plus aktuelle wissenschaftliche Artikel</p>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Sustainable Finance					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus A)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Referat	Vorlesung, Gruppenarbeit	Prof. Dr. C. Goodfellow	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen Möglichkeiten der Green Finance für Unternehmen und Auswirkungen auf internat. Finanzmärkte.</li> <li>- können wissenschaftlich fundierte Urteile ableiten, die gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigen.</li> <li>- arbeiten teamorientiert und selbstorganisiert.</li> <li>- verfügen über Erfahrungen mit komplexen Sachverhalten und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktüberblick über Green-Finance Instrumente, Definition und „green washing“</li> <li>- Emission von Green-Finance Instrumenten</li> <li>- Performance von Green-Finance Instrumenten aus Investorensicht, investor relations</li> <li>- Künftige Entwicklungen</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Goodfellow, Christiane and Phil Jentzsch (2017), Kapitalanlagen im Privatkundengeschäft, Öko-Fonds -- eine attraktive Geldanlage?, Die Bank 01/2018, 12-15.</li> <li>- Schoenmaker, Dirk and Willem Schramade (2019), Principles of Sustainable Finance, Oxford University Press.</li> <li>- Thompson, Simon (2019), Principles and Practice of Green Finance: Making the Financial System Sustainable, Kogan Page.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

**Focus B: International Economics & Emerging Markets**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
International Marketing & Entrepreneurship					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus B)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Referat oder Hausarbeit		Interaktive Vorlesung und Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Übungen	Prof. Dr. S. Kull Prof. Dr. D. v. Schnakenburg NN (Denomination W82)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		*Modul Marketing			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Komplexität des internationalen Marketingmanagements und des Entrepreneurships in Bezug auf die innerbetriebliche Organisation und auf die Marktbeziehungen sowie die Implikationen des zunehmend dynamischen Marktgeschehens.</li> <li>- können die begrifflich-konzeptionellen Grundlagen des internationalen Marketingmanagements und des Verhaltens der Marktteilnehmer in Form theoretischer Konstrukte detailliert erläutern.</li> <li>- verfügen über ausgeprägte Fähigkeiten zum Erkennen, Einordnen, Formulieren und Lösen von Problemen des internationalen Marketingmanagements und des Entrepreneurships, sowohl in Bezug auf die Interaktion mit Marktteilnehmern und die Kontextfaktoren des Marktgeschehens als auch auf die innerbetriebliche Organisation.</li> <li>- sind in der Lage, die Kooperation und Kommunikation in Arbeitsgruppen zu praktizieren, indem sie ihre Teamfähigkeit, eine aktive Mitgestaltung bei komplexen Aufgabenstellungen sowie ihre Konfliktfähigkeit nutzen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationsgrundlagen des internationalen Marketingmanagements</li> <li>- Strategisches internationales Marketingmanagement</li> <li>- Entrepreneurship als ganzheitlicher Ansatz der Unternehmensführung</li> <li>- Internationaler Einsatz des Marketing-Instrumentariums (Angebots-/Konditionen-/Kommunikations-/Distributionspolitik)</li> <li>- Internationales Marketing-Controlling</li> <li>- Internationale Marketing-Organisation</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barringer, Bruce R., Ireland, Duane: Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, 4<sup>th</sup> ed., London 2013.</li> <li>- Bögenhold, D., Bonnet, J.-P., Dejardin, M., Garcia Pérez de Lema, D. (Eds.): Contemporary Entrepreneurship, Basel 2016.</li> <li>- Glowik, Mario, Smyczek, Slawomir: International Marketing Management, München 2012.</li> <li>- Hollensen, Svend: Global Marketing, 8<sup>th</sup> ed., London 2020.</li> <li>- Keegan, Warren J., Green Mark C.: Global Marketing, 9<sup>th</sup> ed., London 2017.</li> <li>- Lambing, Peggy A., Kuehl, Charles R.: Entrepreneurship, 4<sup>th</sup> ed., London 2014.</li> <li>- Pegan, Giovanna, Vianelli, Donata, De Luca, Patrizia: International Marketing Strategy, Basel 2020.</li> <li>- Schlegelmilch, Bodo: Global Marketing Strategy, Basel 2016.</li> </ul>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Global Economics & International Economic Relations					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus B)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat oder Arbeitsmappe		Vorlesung	Prof. Dr. B. Köster Prof. Dr. C. Hans
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		*Module Mathematics; Statistics; Microeconomics and Economic Systems; Macroeconomic Theory and Stabilization Policy			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben fundierte Kenntnisse der wichtigen supranationalen Organisationen in der globalen Ökonomie, wie UNO, WTO, USMCA, EU, EMU, MRTCOSUR, ASEAN und können deren Bedeutung und Beziehungen untereinander beschreiben und analysieren.</li> <li>- können die internationalen wirtschaftlichen Interdependenzen zwischen den drei großen Wirtschaftsblöcken USA, EU, China historisch herleiten und interpretieren sowie theoretische Ansätze hierauf anwenden.</li> <li>- ordnen die Problematik des europäischen Integrationsprozesses im internationalen Zusammenhang ein und hinterfragen wirtschaftspolitische Praktiken auf diesem Gebiet.</li> <li>- haben vertiefte analytische Fähigkeiten der europäischen und der globalen Wirtschaft sowie ein umfassendes Verständnis des Charakters und des Umfanges der Interaktionen zwischen Politik und Wirtschaft auf globaler und regionaler Ebene.</li> <li>- beurteilen und analysieren im internationalen Kontext den Aufholprozess der Emerging Markets.</li> <li>- bewerten die unterschiedlichen Wirtschaftsräume anhand von makroökonomischen Kennzahlen inklusive von Zeitreihenanalysen.</li> <li>- interpretieren und bewerten wirtschaftspolitische Entwicklungen seit der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise.</li> <li>- können krisenhafte Entwicklungen einordnen, hierzu sowohl einzeln als auch in (interkulturell zusammengesetzten) Teams Hypothesen generieren und lösungsorientierte Ansätze entwerfen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Wichtige Kennzahlen der globalen Wirtschaft und deren zeitliche Entwicklung; institutionelle Rahmenbedingungen der internationalen Wirtschaft und deren historische Entwicklung, insbesondere des europäischen Integrationsprozesses; Theorie des optimalen Währungsraums und Bewertung der Europäischen Währungsunion; Bedeutung der Emerging Markets, insbesondere seit der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- The Global Economy, NYU Stern, Departement of Economics.</li> <li>- Balwin, R. and Wyplosz, C, The Economics of European Integration, McGrawHill.</li> <li>- Montiel, J., Macroeconomics in Emerging Markets, Cambridge University Press.</li> </ul>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
International Trade and Policy					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus B)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat oder Arbeitsmappe <b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b> *Module Mathematics; Statistics; Microeconomics and Economic Systems; Macroeconomic Theory and Stabilization Policy		Vorlesung	Prof. Dr. B. Köster Prof. Dr. C. Hans
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben fundierte Kenntnisse des internationalen Handels in einer globalisierten Welt und können diese bewerten und analysieren.</li> <li>- generieren hieraus Fragen des Freihandels und der Wirkung von Handelshemmnissen und stellen theoretische Modelle kritisch gegenüber.</li> <li>- können die Bedeutung internationaler Kredit- und Finanzmärkte beschreiben und analysieren.</li> <li>- können verschiedene Wechselkursatheorien einordnen, evaluieren und vergleichen.</li> <li>- können aktuelle Kennzahlen des internationalen Handels beschreiben sowie ihre Bedeutung und Größenordnung sowie zeitlichen Verlauf darstellen und</li> <li>- können diese in den internationalen Zusammenhang einordnen, interpretieren und kritische Schlussfolgerungen ableiten.</li> <li>- sind in der Lage, Aufgaben sowohl einzeln als auch in Gruppen selbstständig zu bearbeiten, und zeigen dabei kommunikative sowie interkulturelle Kompetenz sowie problemlösendes Verhalten.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Gravitationsmodell; Modell komparativer Kosten; Modell spezifischer Faktoren; Heckscher-Ohlin-Modell; Neue Außenhandelstheorie basierend aufzunehmenden Skalenerträgen; Wechselkursatheorien, Stabilisierungspolitik bei festen und flexiblen Wechselkursen; Spieltheoretische Modellierung internationaler Handelskonflikte; aktuelle Fallbeispiele.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appleyard, D. und A. Field, International Economics, McGraw-Hill.</li> <li>- Feenstra, R. und A Taylor, International Economics MacMillan.</li> <li>- Gandolfo, G., Elements of International Economics, Spinger.</li> <li>- Gandolfo, G., International Finance and Open-Economy Macroeconomics, Springer.</li> <li>- Krugman, P., Obstfeld, M. and Melitz, M., International Economics: Theory and Policy, Pearson.</li> </ul>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
International HRM and Emerging Markets						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus B)	6	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit	Seminar Gruppenarbeit Fallstudien	Prof. Dr. D. Appelt		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können kulturelle und institutionelle Dimensionen differenzieren und Unterschiede zwischen Ländern ermitteln.</li> <li>- können internationale HRM-Prozesse und Instrumente erklären und auf Anwendungsfälle transferieren.</li> <li>- können kontextbezogen als Vermittler zwischen Kulturen agieren, teamorientiert und selbstorganisiert debattieren und strukturiert und überzeugend präsentieren.</li> <li>- urteilen fundiert und berücksichtigen demokratische und weltoffene Werte sowie kulturelle, gesellschaftliche und wirtschaftliche Erkenntnisse.</li> <li>- verteidigen Diversity als Bereicherung von Gesellschaft und Wirtschaft im globalen Kontext.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Globalization and HRM</li> <li>- Cultural and Institutional Context of International HRM</li> <li>- Cultural and institutional background of emerging markets</li> <li>- International Employee Relations &amp; Negotiations</li> <li>- International Staffing, Training &amp; Development, Performance Management and Compensation</li> <li>- Application of International HRM to emerging markets</li> <li>- Managing Diversity globally</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Byrd, M. Y./ Scott, C. L. (2018). Diversity in the Workforce. New York: Routledge.</li> <li>- Crawshaw, J. R. et al. (2017). Human Resource Management: Strategic and international perspectives. London: Sage.</li> <li>- Kossek, E. (1997). Managing Diversity: The Limits of Inquiry: Human Resource Strategies for Transforming the Workplace. Hoboken: Blackwell.</li> <li>- Latukha, M. (2019). Talent Management in Global Organizations: A Cross-Country Perspective (Palgrave Studies of Internationalization in Emerging Markets). Cham: Palgrave.</li> <li>- Reiche, B. S. et al. (2019). International human resource management. London: Sage.</li> <li>- Thomas, D. C./ Lazarova, M. B. (2014). Essentials of international human resource management: Managing people globally. Thousand Oaks: Sage.</li> </ul> <p>Plus akademische Artikel</p>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

### Focus C: Digital Business Management

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Digital Leadership					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus C)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit		Seminar Gruppenarbeit	Prof. Dr. D. Appelt
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können Theorien und Methoden von Führung, Change- und Projektmanagement vor dem Hintergrund der digitalen Transformation diskutieren.</li> <li>- setzen verschiedene Medien, Technologien und Daten für Recherche, Austausch und Aufbereitung von Informationen ein.</li> <li>- sind in der Lage, Konzepte für konkrete Anwendungsfälle zu skizzieren.</li> <li>- können teamorientiert und selbstorganisiert in Gruppenarbeiten Fälle evidenzbasiert debattieren.</li> <li>- können über eigenes Verhalten reflektieren und entsprechende Erkenntnisse daraus ableiten.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anforderungen der digitalen Wirtschaft an Führung</li> <li>- Führungskonzepte und -mittel in der digitalen Wirtschaft</li> <li>- Change Management (Veränderung von Verhaltensmustern, Theorien, Konzepte etc., Führen im Wandel)</li> <li>- Projektmanagement (Methoden, Führung in Projekten, Kommunikation, Konfliktmanagement)</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Burke, W. W. (2017). Organization Change: Theory and Practice. Thousand Oaks: Sage.</li> <li>- Bushe, G. R./ Marshak, R. J. (2015). Dialogic Organization Development: The Theory and Practice of Transformational Change. Oakland: Berrett-Koehler.</li> <li>- Demers, C. (2008). Organizational change theories: A synthesis. Los Angeles: Sage.</li> <li>- DuBrin, A. J. (2016). Leadership: Research Findings, Practice, and Skills.</li> <li>- Hughes, R. L., (2019). Leadership: Enhancing the lessons of experience.</li> <li>- Larson, E. W./ Gray, C. F. (2017). Project Management: The Managerial Process. New York: McGraw-Hill.</li> <li>- Northouse, P. G. (2018). Leadership: Theory and practice. Thousand Oaks: Sage.</li> <li>- Simonovich, D. et al. (2016): Contemporary Practice and Theory of Organizations – Part 2: Leading and Changing the Organisation. Stuttgart: ibidem.</li> <li>- Snowden, D.J./ Boone, M.E. (2007). A leader's framework for decision-making. Harvard Business Review, 85(11), 69-76.</li> </ul> <p>Plus aktuelle akademische Artikel.</p>					

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Information Management, Systems and Applications						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus C)	6	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Kursarbeit		Vorlesung	Prof. Dr. T. Nieberg NN (Denomination W85)	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen den Wertbeitrag von Informationen und Daten für eine Unternehmung oder Organisation.</li> <li>- sind in der Lage, mit großen Daten- und Informationsmengen umzugehen und kennen Methoden, hieraus sinnvolle und zielgerichtete (Meta-)Daten zu reduzieren und diese zu nutzen.</li> <li>- können innovative und skalierbare Informations- und Datenhaltungssysteme bewerten, organisieren und umsetzen.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende Konzepte: Information/Wissen/Daten, Strukturierungsansätze des Informations- und Datenmanagements, Wissensmanagementprozesse und -ziele, Wechselwirkungen mit anderen Themengebieten, Wertschöpfung</li> <li>- Methoden des Wissensmanagements: strukturierte vs. unstrukturierte Daten, Metadaten, Modellierung und Visualisierung (Ontologien, Semantic Web, Taxonomien), Retrieval</li> <li>- Data Science und Big-Data: Text und Data Mining, Analyse</li> <li>- IT-Compliance, Datensicherheit und Datenschutz</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Laudon, K. C., Laudon, J. P. (2017). Management Information Systems. Harlow, United Kingdom, Pearson Education Limited.</li> <li>- Turban, E., Volonino, L., Wood, G.R. Information Technology for Management: Advancing Sustainable, Profitable Business Growth (2015), Wiley.</li> </ul> <p>Weitere Literatur ergibt sich aus den Vorlesungsinhalten.</p>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Process Management						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus C)	6	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Kursarbeit	Vorlesung, IT-gestützte Übung	Prof. Dr. T. Nieberg NN (Denomination W85)		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können Geschäfts- und Betriebsprozesse verstehen, dokumentieren und analysieren.</li> <li>- sind in der Lage, Veränderungen in Organisationen zu lenken und zielgerichtet zu begleiten, sowie Projektstrategien und Veränderungsprogramme zu erarbeiten und zu steuern.</li> <li>- verfügen über Erfahrungen mit komplexen Sachverhalten und sind mit Kollaboration und Teamarbeit vertraut.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prozessmanagement: Prozessorganisation, -modellierung, Prozess-Management-Lifecycle, Reifegradmodelle</li> <li>- Business Process Model and Notation (BPMN)</li> <li>- Change-Management und Prozesseinführung: Interdisziplinäre Team- und Projektarbeit</li> <li>- Prozessanalyse und -optimierung</li> <li>- Prozessausführung und -monitoring (Controlling)</li> <li>- Domänenspezifische Referenzmodelle</li> <li>- Anwendungen/Fallbeispiele</li> <li>- IT-Unterstützung</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dumas, M., La Rosa, M., Mendling, J., Reijers, H. Fundamentals of Business Process Management (2018), Springer/Gabler.</li> <li>- EABPM European Association of Business Process Management (Hrsg.) (2014): BPM CBOK – Business Process Management BPM Common Body of Knowledge Version 3.0.</li> <li>- Weske, M.: Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures (2019). Springer-Verlag.</li> </ul> <p>Weitere Literatur ergibt sich aus den Vorlesungsinhalten.</p>						

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Digital Transformation, Markets and Business Models					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus C)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Referat oder Hausarbeit		Interaktive Vorlesung und Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Übungen	Prof. Dr. S. Kull Prof. Dr. D. v. Schnakenburg NN (Denomination W82)
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		*Modul Marketing			
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Komplexität der digitalen Transformation in Bezug auf die innerbetriebliche Organisation und auf die Marktbeziehungen sowie die Implikationen des digital-transformatorischen Marktgeschehens, einhergehend mit disruptiven Effektiven und Veränderungsnotwendigkeiten auf der strategischen und operativen Unternehmensebene.</li> <li>- können die begrifflich-konzeptionellen Grundlagen der digitalen Transformation sowie von Marktstrukturen und digitalen Geschäftsmodellen in Form theoretischer Konstrukte detailliert erläutern.</li> <li>- verfügen über ausgeprägte Fähigkeiten zum Erkennen, Einordnen, Formulieren und Lösen von Problemen der Digitalen Transformation, sowohl in Bezug auf die Interaktion mit Marktteilnehmern und die Kontextfaktoren des Marktgeschehens als auch auf die innerbetriebliche Organisation.</li> <li>- sind befähigt, reale Markt-, Organisations- und Prozessstrukturen zu beurteilen. Sie reflektieren die Rollen der involvierten Abteilungen und Fachbereiche und können innerorganisatorisch auftretende Probleme analysieren und dafür Lösungen erarbeiten.</li> <li>- sind in der Lage, die Kooperation und Kommunikation in Arbeitsgruppen zu praktizieren, indem sie ihre Teamfähigkeit, eine aktive Mitgestaltung bei komplexen Aufgabenstellungen sowie ihre Konfliktfähigkeit nutzen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklungslinien der Digitalisierung</li> <li>- Digitale Geschäftsmodelle</li> <li>- Mikro-Ebene der digitalen Transformation</li> <li>- Makro-Ebene der digitalen Transformation</li> <li>- Künstliche Intelligenz</li> <li>- Social Media</li> <li>- Digitalisierung des Handels</li> <li>- Stakeholder Management</li> <li>- Implikationen für die Arbeitswelt (Individualperspektive)</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berman, S.: Digital transformation: opportunities to create new business models, Bingley (UK) 2012.</li> <li>- Bounfour, A.: Digital Futures, Digital Transformation, Basel, 2016.</li> <li>- Highsmith, J., Luu, L., Robinson, D.: Value-Driven Digital Transformation, Boston (US) 2019.</li> <li>- Matt, C., Hess, T., Benlian, A.: Digital Transformation Strategies, Basel 2020.</li> <li>- Neugebauer, R. (Ed.): Digital Transformation, Basel 2019.</li> <li>- Teece, D. J.: Business Models, Business Strategy and Innovation, Amsterdam 2010.</li> </ul>					

**Focus D: Business Psychology**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Industrial and Organizational Psychology					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus D)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit		Seminar Fallstudien Gruppenarbeit	Prof. Dr. D. Appelt
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- können Forschungsmethoden der Arbeits- und Organisationspsychologie und statistische Analysen differenzieren und anwenden.</li> <li>- setzen Informationen, Daten und Datenanalysen zur Lösung von praktischen Fragestellungen ein und beurteilen deren strategische Relevanz.</li> <li>- können die Theorien, Prinzipien und Methoden der Arbeit- und Organisationspsychologie kritisch hinterfragen, differenzieren und auf konkrete Problemstellungen anwenden.</li> <li>- können teamorientiert und selbstorganisiert in Gruppenarbeiten Fälle evidenzbasiert debattieren, ihr Wissen dazu vertiefen und wissenschaftlich fundierte Urteile ableiten.</li> <li>- sind in der Lage, ihre Problemlösungen schriftlich und mündlich strukturiert und überzeugend zu präsentieren.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Research and Analysis in I-O-Psychology (Research Methods, Statistics)</li> <li>- Industrial Psychology (Job Analysis, Assessment, Staffing, Performance Measurement, Training and Development)</li> <li>- Organizational Psychology (Motivation, Job Satisfaction, Commitment, Engagement, Attitudes, Emotions, Stress, Well-Being, Fairness, Diversity, Social Dynamics)</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cascio, W. F. / Aguinis, H. (2010). Applied Psychology in Human Resource Management.</li> <li>- Conte, J. M./Landy, F. J., 2019, Work in the 21st century: An introduction to industrial and organizational psychology.</li> <li>- Robbins, S. P./Judge, T. A., 2016, Organizational Behavior.</li> </ul> <p>Plus aktuelle akademische Artikel</p>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
Behavioral Finance						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
5	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus D)	6	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
International Business Studies		PL: Referat	Vorlesung, Gruppenarbeit	Prof. Dr. C. Goodfellow		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen klassische Asset Pricing-Modelle und Anomalien.</li> <li>- haben Überblick über wiss. Literatur der letzten ca. 50 Jahre.</li> <li>- sind in der Lage, sich an Diskussion zu aktuellen Finance-Themen fundiert zu beteiligen.</li> <li>- verfügen über Erfahrungen mit komplexen Sachverhalten und können selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Klassische Asset Pricing-Modelle</li> <li>- Abweichung vom Modell: Anomalien</li> <li>- Erklärung von Anomalien; Markteffizienz</li> <li>- Entwicklung der Anomalien seit deren Publikation</li> <li>- Ableitung von Investitionsempfehlungen, soweit möglich</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bouman, Sven und Ben Jacobsen (2002), The Halloween Indicator, Sell in May and go away, another puzzle, American Economic Review 92, 1618-1635.</li> <li>- Campbell, John Y. (2018), Financial Decisions and Markets, A Course in Asset Pricing, Princeton University Press, Princeton N.J..</li> <li>- Fama, Eugene (1970), Efficient capital markets: A review of theory and empirical work, Journal of Finance 25, 383-417.</li> <li>- Fama, Eugene (1991), Efficient capital markets: II, Journal of Finance 48, 1575-1617.</li> <li>- Goodfellow, Christiane, Dirk Schiereck and Steffen Wippler (2013), Are behavioural finance equity funds a superior investment? A note on fund performance and market efficiency, Journal of Asset Management 14 (2), 111-119.</li> <li>- Keim, Donald B. und Robert F. Stambaugh (1984), A further investigation of the weekend effect in stock returns, Journal of Finance 39 (3), 819-835.</li> <li>- Keim, Donald B. (1983), Size-related anomalies and stock return seasonality, Journal of Financial Economics 12, 13-32.</li> <li>- Sharpe, William F. (1964), Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk, Journal of Finance 19(3), 425-442.</li> </ul>						

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft						
Studiengang: International Business Studies						
New Work Economy & Social Skills						
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus D)	6	4	
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)	
					54h	126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)		
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit	Seminar Fallstudien Rollenspiel	Prof. Dr. D. Appelt		
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>				
		Keine				
Qualifikationsziele						
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- differenzieren die Theorien, Prinzipien und Methoden zu neuer Arbeit, Führung und Organisation.</li> <li>- beurteilen für konkrete Fälle, welche Formen von Kultur und Organisation geeignet sind.</li> <li>- rechtfertigen Diversität als Bereicherung von Gesellschaft und Wirtschaft.</li> <li>- debattieren teamorientiert und selbstorganisiert in Gruppenarbeiten Fälle auf Basis von wissenschaftlicher Evidenz.</li> <li>- vertiefen Wissen selbständig vertikal, horizontal und lateral und arbeiten in Netzwerken.</li> <li>- erarbeiten Problemlösungen mit fachlicher Plausibilität und reflektieren den Stand der Fachliteratur.</li> <li>- Handeln eigenverantwortlich, übernehmen Verantwortung in Gruppen und kollaborieren in diversen Teams.</li> <li>- reflektieren über eigenes Verhalten und leiten Erkenntnisse für die eigene Entwicklung sowie das Handeln im Unternehmen ab.</li> <li>- zeigen Flexibilität und Resilienz in mehrdeutigen und komplexen Situationen.</li> </ul>						
Lehrinhalte						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Überblick Organisationstheorien</li> <li>- Grundlagen der Organisationsentwicklung (Systemische Perspektive, Methoden &amp; Positionen)</li> <li>- Formen der Organisationsgestaltung</li> <li>- Bedeutung der Unternehmenskultur</li> <li>- Neue Formen der Zusammenarbeit, Führung und Organisation</li> <li>- Organisationsprinzipien (z. B. Selbstorganisation, Selbstabstimmung zur Koordination)</li> <li>- Neue Organisationmodelle in der Praxis (z. B. Netzwerkorganisation, Soziokratie)</li> </ul>						
Literatur						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boleman, L. G./Deal T. E. (2017): Reframing Organizations: Artistry, Choice, and Leadership. Hoboken: Jossey-Bass.</li> <li>- Child, J. (2015): Organization: Contemporary Principles and Practice. Chichester: Wiley.</li> <li>- Daft, R. L. (2020): Organization Theory &amp; Design. Cengage.</li> <li>- Hatch, M. J. (2013): Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives. Oxford University Press.</li> <li>- Havar-Simonovich, T./ Simonovich Daniel (2016). Contemporary Theory and practice of organizations –Part 1: Understanding the Organisation. Stuttgart: ibidem.</li> <li>- Jackson, M. C., 2002. Systems Approaches to Management. New York: Kluwer.</li> <li>- Kuehl, S., 2021: Organizations: A short introduction. Princeton: Organizational Dialogue Press.</li> <li>- Luhmann, N. 2012. Introduction to Systems Theory. Cambridge: Polity.</li> <li>- Senge, P. 2017: The fifth discipline. New York: Currency.</li> <li>- Schein E. H. (2017): Organizational Culture and Leadership. Hoboken: Wiley.</li> <li>- Simonovich, D. et al. (2016): Contemporary Practice and Theory of Organizations – Part 2: Leading and Changing the Organisation. Stuttgart: ibidem.</li> </ul> Plus aktuelle akademische Artikel						

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Shopper and Consumer Behavior in International Markets					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6	Jährlich (SoSe)	1 Sem.	Wahlpflicht (Fokus D)	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat	Interaktive Vorlesung und Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Übungen, Selbststudium	Prof. Dr. S. Kull Prof. Dr. D. v. Schnakenburg NN (Denomination W82)	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		*Modul Marketing			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Komplexität des Nachfragerverhaltens allgemein und in kultureller Ausdifferenzierung im internationalen Kontext.</li> <li>- können die begrifflich-konzeptionellen Grundlagen der Verhaltensforschung besonders in ihrem kulturellen Kontext detailliert nachvollziehen, unterscheiden und erläutern und sind in der Lage, entsprechende Verfahren der empirischen Sozialforschung nachzuvollziehen und auf konstrukt-gerechten Einsatz hin zu konzipieren und exemplarisch anzuwenden.</li> <li>- lernen in Gruppenarbeiten als Team gemeinsam Aufgaben zu erarbeiten und schulen ihre kommunikativen Fähigkeiten.</li> <li>- verfügen über ausgeprägte Fähigkeiten zum Erkennen, Einordnen, Formulieren und Lösen von Problemen der marktorientierten Nachfragerverhaltensforschung.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Markt und Verhalten in internationalem Kontext</li> <li>- Drei verhaltensrelevante Rollen der Nachfrager</li> <li>- Grundlegende wissenschaftliche Bezüge in der Verhaltensforschung: (Sozial-) Psychologie, Soziologie, Kulturwissenschaft (CCT), Hirnforschung etc.</li> <li>- Die Kulturabhängigkeit von Intrapersonalen Konstrukten der Verhaltensforschung (Grundmodelle mit kritischer Überprüfung)</li> <li>- Kulturell geprägte interpersonale Verhaltensmuster (Familie, Gruppe, Milieu, Subkulturen, Internationale Zusammenhänge)</li> <li>- Der Einfluss der Globalisierung auf das Nachfragerverhalten</li> <li>- Grundlagen der quantitativen und qualitativen Marktforschung</li> <li>- Methoden der Marktforschung zur Erfassung von Konstrukten der Verhaltensforschung</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Own lecture notes</li> <li>- Schiffman, L.G./Wisnblit, J. (2019): Consumer behavior, twelfth edition, global, New York et al. 2019.</li> <li>- Solomon, M.R./Hogg, M.K./Askegaard, S./Barmossy, G. (2019): Consumer Behavior: A European Perspective, seventh edition, London et al. 2019.</li> </ul>					

## 7. Semester

### Pflichtmodul

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Bachelorarbeit (Bachelor Thesis)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Pflicht	12	Studentische Arbeitsbelastung (Präsenz/Selbststudium)
<b>Verwendbarkeit</b>		<b>Prüfungsform/-dauer</b>		<b>Lehr- und Lernmethoden</b>	<b>Modulverantwortliche(r)</b>
International Business Studies		PL: Bachelorarbeit mit Kolloquium		Selbststudium	Alle Lehrenden
		<b>Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		Mind. 168 LP **Projektbericht			
Qualifikationsziele					
<p>Die Bachelorarbeit bildet den Abschluss des Studiums. Ziel der Bachelorarbeit ist es, in begrenzter Zeit selbstständig Handlungsempfehlungen für praktische Probleme bzw. Problemlösungen für theoretische Fragestellung im Rahmen einer wissenschaftlichen Abhandlung zu erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- hinterfragen kritisch ausgewählte Theorien, Prinzipien und Methoden ihres Studiengangs.</li> <li>- reflektieren den Stand der Fachliteratur und der aktuellen Forschung im Vertiefungsbereich ihrer wissenschaftlichen Arbeit kritisch.</li> <li>- können einschlägige wissenschaftliche Forschungsmethoden auf eine selbstgewählte Problemstellung anwenden und Problemlösungen entwickeln, reflektieren und beurteilen.</li> <li>- sind im analytischen und kritischen Denken geschult. Sie gehen sorgfältig mit Wissen und Fakten um und argumentieren evidenzbasiert.</li> <li>- sind in der Lage, eigenständig relevante Informationen zu sammeln, zu bewerten und zu interpretieren und daraus wissenschaftlich fundierte Urteile abzuleiten.</li> <li>- lösen Problemstellungen in komplexen Zusammenhängen mit fachlicher Plausibilität und begründen erkenntnistheoretisch die Richtigkeit ihrer Aussagen.</li> <li>- können Wissen und Forschungsergebnisse in schriftlicher und mündlicher Form strukturiert und verständlich darstellen, argumentieren und verteidigen.</li> <li>- sind in der Lage, selbstorganisiert und eigenverantwortlich zu handeln sowie Lernprozesse selbstständig zu gestalten.</li> <li>- sind resilient in komplexen Situationen, in denen Flexibilität, Ambiguitätstoleranz und Selbstverantwortung gefordert sind.</li> <li>- kommunizieren adäquat virtuell und persönlich.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Die Bachelorarbeit kann eine praktische Problemstellung oder ein theoretisches Thema zum Gegenstand haben. Sie ist entsprechend üblicher wissenschaftlicher Standards anzufertigen. Sie kann in Kooperation mit einem Unternehmen bzw. einer Organisation aus dem In- oder Ausland verfasst werden. Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer 168 Leistungspunkte und das Bestehen eines der Bachelorarbeit vorausgehenden Projektberichts nachweisen kann. Dieser stellt einen strukturierten Projektplan zur Vorbereitung der Bachelorarbeit dar und hat einen Umfang von 3 bis 5 Seiten.</p> <p>In der mündlichen studienabschließenden Prüfung wird festgestellt, ob der Kandidat gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Thesis thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse selbstständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der fachlichen und methodischen Grundlagen für die jeweilige thematische Ausrichtung voraus und bedarf einer Auseinandersetzung mit dem Zielpublikum.</p>					
Literatur					

- **Bowell, T. (2020).** Critical thinking: A concise guide. London: Routledge.
- **Bryman A. & Bell E. (2015).** Business Research Methods, Oxford University Press.
- **Cottrell, S. (2017).** Critical thinking skills: effective analysis, argument and reflection. New York: Palgrave Macmillan.
- **Cottrell, S. (2019).** The Study Skills Handbook (5th ed.). Oxford: Macmillan.
- **Easterby-Smith, M. et al. (2018).** Management & business research. Los Angeles: Sage.
- **Fisher, C. (2010).** Researching and Writing a Dissertation: a guidebook for business students. Harlow: Pearson.
- **Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019).** Research Methods for Business Students. Harlow: Pearson.
- **Thomson, A. (2009).** Critical reasoning: A practical introduction. London: Routledge.

Spezifische Fachliteratur wird je nach Thema durch den betreuenden Dozenten empfohlen und von den Studierenden eigenständig recherchiert. Sie umfasst Lehrbücher, Fachbücher und aktuelle Zeitschriftenartikel.

## Option I

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Praxisphase International Business Studies (Option I)					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Semesterweise	1 Sem.	Wahlpflicht	18	10 Wochen Praktikum <b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
International Business Studies		SL: Praxisbericht oder Kursarbeit  <b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b> mindestens 150 LP aus dem 1. bis 6. Semester vorliegend  Zulassung von Unternehmen bzw. Organisationen durch den Fachbereich auf Antrag	Praktikum (aktive Mitarbeit, Beobachtung sowie Literaturstudium)	Praktikumsbetreuung: alle Lehrenden	
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wenden ihr Wissen praxisorientiert an, erarbeiten Problemlösungen sowie Argumente, entwickeln diese weiter und verknüpfen theoretisches Wissen und praktische Fragestellungen miteinander.</li> <li>- sind in der Lage, selbständig sowie in Teams Lösungen für studiengangtypische Aufgabenstellungen in der beruflichen Praxis zu entwickeln.</li> <li>- reflektieren die Folgen ihres Handelns unter Gesichtspunkten der Ethik und Nachhaltigkeit und nehmen persönliche, gesellschaftliche und soziale Verantwortung wahr.</li> <li>- agieren flexibel und kontextbezogen im interkulturellen Umfeld, kommunizieren adäquat virtuell und persönlich und kollaborieren in diversen Teams (interdisziplinär, interkulturell, altersgemischt...).</li> <li>- können teamorientiert, selbstorganisiert und eigenverantwortlich handeln und Verantwortung in Gruppen übernehmen.</li> <li>- reflektieren über eigenes Verhalten und leiten daraus Erkenntnisse für die eigene Entwicklung und das Handeln in Unternehmen und Gesellschaft ab.</li> <li>- setzen Medien und Technologien effektiv ein, reflektieren ihre Erfahrungen mit der Praxissemesterstelle und bewerten diese im Zusammenhang mit ihrer eigenen beruflichen Orientierung.</li> <li>- überprüfen ihre beruflichen Pläne und differenzieren eigene Talente vor dem Hintergrund der weiteren praktischen Erfahrungen.</li> <li>- optional: sind in der Lage, praktische Problemstellungen zu erkennen, für die anhand von wissenschaftlichen Methoden Handlungsempfehlungen entwickelt und beurteilt werden können.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Die Praxisphase umfasst ein Praktikum von mindestens 10 Wochen Dauer, abzuleisten in international agierenden Unternehmen bzw. Organisationen.</p> <p>Die Praxisphase besteht in einer dem Ausbildungsziel entsprechenden betreuten Tätigkeit. Im Rahmen des anwendungsorientierten Studiums nimmt die Praxisphase eine besondere Stellung</p>					

ein, da es den Studierenden in geeigneten Betrieben kurz vor dem Studienende weitere praktische Erfahrungen und Kenntnisse vermittelt und die Gelegenheit bietet, die erworbenen Kompetenzen in einem praktischen Kontext zu vertiefen. Die Studierenden sind im Rahmen dieser Tätigkeit in Arbeitsabläufe des Betriebs einzubinden. Dabei haben sich die Studierenden einerseits mit der organisatorischen Struktur und der Kultur der gewählten Institution vertraut zu machen, andererseits haben sie ihre eigenen fachlichen, methodischen, personalen und sozialen Kompetenzen unter Beweis zu stellen. Darüber hinaus sollen die Studierenden weitergehende Erfahrungen für die Bedeutung theoretischen Wissens zur Lösung realer Probleme sammeln, um damit potentielle Erkenntnisse für die wissenschaftliche Bearbeitung von praktischen Problemstellungen zu gewinnen und parallel ihre Chancen auf einen Einstieg in das Beschäftigungssystem zu verbessern.

Durch den abschließenden Praxisbericht wird festgestellt, ob der Kandidat gesichertes Wissen in den Fachgebieten, denen die Praxisphase thematisch zugeordnet ist, besitzt und fähig ist, die Ergebnisse selbständig zu begründen und überzeugend darzustellen. Dies setzt die Kenntnis der fachlichen und methodischen Grundlagen für die jeweils thematische Ausrichtung voraus.

#### **Literatur**

- **Bowell, T. (2020).** Critical thinking: A concise guide. London: Routledge.
- **Bryman A. & Bell E. (2015),** Business Research Methods, Oxford University Press.
- **Fisher, C. (2010).** Researching and Writing a Dissertation: a guidebook for business students. Harlow: Pearson.

**Option II**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Spanisch A					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Internationales Tourismusmanagement International Business Studies Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1, oder Kursarbeit	Seminar	G. Bürling	
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Empfehlung: Niveau A1			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- können mit den Grundkenntnissen der grammatischen Struktur der spanischen Sprache umgehen.</li> <li>- sind in der Lage, sich sowohl mündlich als auch schriftlich in einfachen Situationen zu verständigen.</li> <li>- können selbstständig einfache Texte durch Lese- und Hörverständnis erschließen und kurze Texte erstellen.</li> <li>- sind vertraut mit den einfachen Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur.</li> <li>- beherrschen die spanische Sprache auf dem Niveau A2 des Europäischen Referenzrahmens für Sprachen.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Lerninhalte basieren auf Dialogen und Texten aus Alltag, Landeskunde und ausgewählten Bereichen der spanischen Grammatik (z. B. el presente, el perfecto, los pronombres).					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegas (Klett).</li> <li>- Ecos (Spotlight).</li> <li>- Uso de la Gramática Española (Difusión).</li> <li>- Vía rápida (Klett).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Spanisch B					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer	Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)	
Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit	Seminar	G. Bürling	
Internationales Tourismusmanagement International Business Studies		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme **Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
Wirtschaft im Praxisverbund dual		Empfehlung: Niveau A2			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen grundlegende Strukturen der spanischen Grammatik.</li> <li>- sind in der Lage, sich sowohl mündlich als auch schriftlich in Situationen mit beruflicher Ausrichtung zu verständigen.</li> <li>- können selbstständig Texte und Dialoge durch Lese- und Hörverständnis erschließen.</li> <li>- sind vertraut mit den Grundlagen der fremdsprachlichen Sprachkultur.</li> <li>- können zu landeskundlichen, wirtschaftlichen oder touristischen Themen Spaniens referieren.</li> <li>- erreichen eine Sprachkompetenz in der spanischen Sprache entsprechend der Niveaustufe B1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
Die Themen basieren auf Texten zu wirtschaftsbezogenen Fragestellungen, Landeskunde, Interkulturalität, Tourismuswirtschaft und ausgewählten Bereichen der spanischen Grammatik (el futuro, el condicional, el indefinido, el subjuntivo).					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colegas (Klett).</li> <li>- Ecos (Spotlight).</li> <li>- Uso de la Gramática Española (Difusión).</li> <li>- Vía rápida (Klett).</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Business Planning					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup>		PL: Klausur 1,5 oder Hausarbeit oder Referat		Projektarbeit, interaktives Lehrgespräch	NN
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>- beurteilen und analysieren komplexe betriebswirtschaftliche Alternativen, Marktsituationen und Marktergebnisse, interpretieren diese und setzen sie in zielorientierte Entscheidungen um.</li> <li>- berechnen und rechtfertigen optimale Bestellmengen.</li> <li>- treffen Investitions- und Desinvestitionsentscheidungen.</li> <li>- prüfen Auslastungsplanung, Personalplanung.</li> <li>- analysieren Markt- und Wettbewerbssituation, Marketingausgaben, Marktforschungsberichte, Preispolitik.</li> <li>- erstellen und interpretieren Finanzplanung, Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz.</li> <li>- setzen strategische Entscheidungen um.</li> <li>- lösen in Gruppenarbeiten ein reales Unternehmensproblem in einer Computersimulation.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
betriebswirtschaftliche Alternativen, Marktsituationen und Marktergebnisse, Berechnung optimaler Bestellmengen, Investitions- und Desinvestitionsentscheidungen, Auslastungsplanung, Personalplanung, Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation, Planung der Marketingausgaben, Analyse der Marktforschungsberichte, Festlegung der Preispolitik, Finanzplanung, Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanzanalyse.					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collis, D., 2014. <i>International Strategy: Context, Concepts and Implications</i>. West Sussex: John Wiley.</li> <li>- Kaplan, R.S., Norton, D.P., 2004. <i>Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes</i>.</li> <li>- Verbeke, A., 2013. <i>International Business Strategy. 2<sup>nd</sup> edition</i>. Cambridge: Cambridge University Press.</li> <li>- Watertown: Harvard Business School Publishing Corporation.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Entrepreneurship					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h      126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies		PL: Klausur 1,5 oder Kursarbeit (Arbeitsmappe, Referat, Hausarbeit)		Vorlesung, Seminar, Übung	NN
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b>			
		<b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- haben Kenntnisse über das Gebiet des Unternehmertums.</li> <li>- erklären und kontextualisieren Unternehmertum und dessen Beitrag im gesamtwirtschaftlichen und sozialen Kontext.</li> <li>- klassifizieren und bewerten Erfolgsfaktoren unternehmerischen Denkens und Handelns (Entrepreneurship).</li> <li>- untersuchen, analysieren und bewerten bestehende Geschäftsmodelle.</li> <li>- analysieren den unternehmerischen Prozess.</li> <li>- entwickeln (in Gruppen) eigene Geschäftsideen und bewerten deren Chancen und Risiken.</li> <li>- erkennen Besonderheiten von Unternehmensbereichen, die Innovationen hervorbringen und setzen diese effizient um.</li> <li>- analysieren und bewerten Geschäftsmodelle anhand verschiedener Faktoren (z. B. Genderfaktoren) zu.</li> <li>- bringen Konzepte wie gendered innovation / gendered entrepreneurship in einen gesamtunternehmerischen Kontext.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<p>Die Veranstaltung bringt Studierenden die Grundlagen unternehmerischer Selbstständigkeit näher. Das Modul beinhaltet eine aktive Auseinandersetzung mit den Themen Entrepreneurship bzw. unternehmerischen Denkens und Handelns sowie (gendered) innovation.</p> <p>Zentrale Themen des Unternehmertums z.B. in Vergleich und Abgrenzung zum Begriff Entrepreneurship (Bedeutung und Konzeption des Begriffs, Denkschulen, Erfolgswirksamkeit von Business Planning, Effectuation Theory of Entrepreneurship, u. a) werden anhand einschlägiger Publikationen eingeführt, diskutiert und eingesetzt. Die Veranstaltung geht neben theoretischen Konzepten durch praktische Einblicke und Fallbeispiele, auch auf Methoden und Werkzeuge, z. B. Teambuilding, Geschäftsmodellierung, Ideenentwicklung, Kreativitäts- und Visualisierungstechniken und Finanzierung ein. Mittels des Einsatzes verschiedener Verfahren und Methoden werden bestehende Geschäftsmodelle analysiert und neue Geschäftsmodelle entwickelt. Es werden die Bestandteile eines erfolgversprechenden Businessplans sowie der sog. Elevator Pitch (Geschäftsideen-Pitch) behandelt und trainiert.</p>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audretsch, David B., Max C. Keilbach, and Erik E. Lehmann. <i>Entrepreneurship and economic growth</i>. Oxford University Press, 2006.</li> <li>- Baron, Robert A. <i>Essentials of entrepreneurship: evidence and practice</i>. Edward Elgar Publishing, 2014.</li> <li>- Brush, Candida G., Anne De Bruin, Elizabeth J. Gatewood, and Colette Henry, eds. <i>Women entrepreneurs and the global environment for growth: a research perspective</i>. Edward Elgar Publishing, 2010.</li> <li>- Brush, Candida G., and Candida G. Brush. <i>Growth-oriented women entrepreneurs and their businesses: A global research perspective</i>. Edward Elgar Publishing, 2006.</li> <li>- Casson, Mark, and Peter J. Buckley. <i>Entrepreneurship</i>. Edward Elgar Publishing, 2010.</li> </ul>					

- Drucker, Peter. *Innovation and entrepreneurship*. Routledge, 2014.
- Ettl, Kerstin. *Unternehmerinnen und Erfolg aus individueller und kontextueller Perspektive*. Vol. 4. Peter Lang, 2010.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM Consortium)  
Hampden-Turner, Charles, and Fons Trompenaars. *Riding the waves of culture: Understanding diversity in global business*. Hachette UK, 2011.
- Henry, Colette, Frances Hill, and Claire Leitch. "Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I." *Education+ Training* (2005).
- House, Robert J., Paul J. Hanges, Mansour Javidan, Peter W. Dorfman, and Vipin Gupta, eds. *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Sage publications, 2004.
- Kuratko, Donald F. *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Cengage Learning, 2016.
- Morris, Michael H., Donald F. Kuratko, and Jeffrey G. Covin. *Corporate entrepreneurship & innovation*. Cengage Learning, 2010.
- Neck, Heidi M., Christopher P. Neck, and Emma L. Murray. *Entrepreneurship: the practice and mindset*. SAGE Publications, Incorporated, 2019.
- Sarasvathy, Saras D. *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Edward Elgar Publishing, 2009.

Jade Hochschule – Fachbereich Wirtschaft					
Studiengang: International Business Studies					
Econometrics					
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7	Jährlich (WiSe)	1 Sem.	Wahlpflicht	6	4
					<b>Studentische Arbeitsbelastung</b> (Präsenz/Selbststudium)
					54h   126h
Verwendbarkeit		Prüfungsform/-dauer		Lehr- und Lernmethoden	Modulverantwortliche(r)
International Business Studies Wirtschaft Tourismusmanagement (274) <sup>1</sup> Wirtschaft im Praxisverbund dual		PL: Klausur 1,5		Vorlesung	Prof. Dr. C. Goodfellow
		<b>*Voraussetzung für die Teilnahme</b> <b>**Prüfungsvorleistung (§9 Abs 4 Teil A BPO)</b>			
		Keine			
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen wiss. Grundlagen sowie wesentliche Methoden/Theorien im Fachgebiet.</li> <li>- sind im analytischen und kritischen Denken geschult, können sorgfältig mit Fakten umgehen, können wiss. Forschungsmethoden anwenden.</li> <li>- sind in der Lage, teamorientiert und selbstorganisiert zu arbeiten.</li> <li>- können selbstorganisiert und selbständig lernen und die Methoden anwenden.</li> </ul>					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Correlation vs causal relationships</li> <li>- Regression analysis and OLS estimation</li> <li>- Coefficient of determination</li> <li>- Assumptions and properties of estimators</li> <li>- Statistical distributions of estimators</li> <li>- Statistical inference</li> </ul>					
Literatur					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Barrow, Michael (2017), Statistics for Economics, Accounting and Business Studies, Prentice Hall, 7. ed, Pearson Education Limited.</li> <li>- Gujarati, Damodar (2009), Essentials of Econometrics, 4. ed, McGrawHill.</li> <li>- Gujarati, Damodar und Dawn Porter (2009), Basic Econometrics, 5. ed (International Edition), McGraw Hill.</li> </ul>					

<sup>1</sup> Studiengangskennung 274 = Bachelorstudiengang **Tourismusmanagement**