



**Westfälische
Hochschule**

Modulhandbuch
Bachelor-Studiengang
„International Management“

Stand: 06.03.2015

Westfälische Hochschule
Campus Bocholt

Fachbereich Wirtschaft und Informationstechnik

Inhalt

1	Qualifikationsziele und Leitidee	3
2	Das Curriculum	4
3	Modulbeschreibungen.....	5

1 Qualifikationsziele und Leitidee

Der Studiengang ist ein allgemein bildendes und zugleich berufsqualifizierendes Angebot. Die erste Studienphase vom ersten bis zum dritten Semester vermittelt in weitgehender inhaltlicher Überdeckung mit dem Studiengang Wirtschaft grundlegende Kenntnisse über betriebs- und volkswirtschaftliche Zusammenhänge sowie elementare Methoden und Instrumente zur betrieblichen Entscheidungsfindung. Gefördert werden hier vor allem das analytische Verständnis und Abstraktionsvermögen. Neben den Grundlagenfächern der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre dienen dazu die Fächer Mathematik und Statistik. Im Vordergrund steht die Vermittlung instrumentaler und systemischer Kompetenzen. Leitgedanke ist, dass für das Studium des International Management eine fundierte betriebs- und volkswirtschaftliche Grundausbildung essentiell ist. Bereits in der ersten Studienphase ist die internationale Ausrichtung curricular integriert. Die Veranstaltung zur Berufsfeldorientierung ist ebenso auf die speziellen Belange der Studierenden des International Management zugeschnitten wie das Modul „Deutsches und Internationales Wirtschaftsrecht“ oder „Internationales Finanzmanagement“. Zwei Module in Wirtschaftsenglisch sind obligatorisch. Ergänzt wird die Studieneingangsphase durch das unbenotete Modul „Lern- und Arbeitstechniken“. Ziel ist hierbei, bereits zu Beginn des Studiums kommunikative Kompetenzen zu fördern und gruppendynamische Prozesse (Arbeit in Kleingruppen, Arbeitsgruppen, kleinere Projekte) zu initiieren.

Auf Basis der betriebswirtschaftlichen Grundqualifikation wird in der zweiten Studienphase der internationale Anspruch realisiert. Die auf Fragestellungen des internationalen Marketing bzw. Managements abstellenden Module werden in Englisch gelesen. Die Veranstaltungsform ist überwiegend seminaristische Gruppenarbeit. Dabei steht der interkulturelle Austausch mit ausländischen Studierenden im Vordergrund. Im 4. Semester stoßen die ausländischen Studierenden aus den Partnerhochschulen zu den deutschen Studierenden hinzu. Die Veranstaltungen sind international besetzt. Gastdozenten von den Partnerhochschulen werden regelmäßig im Sinne eines Co-Teaching integriert. Das Curriculum wird durch internationale Workshops erweitert, bei denen Studierende der internationalen Partnerhochschulen mit Bocholter Studierenden über einen auf etwa 1-2 Wochen begrenzten Zeitraum aktuelle Themen des internationalen und interkulturellen Managements bearbeiten. Das 5. Studiensemester ist als obligatorisches Auslandsemester vorgesehen, das von den Studierenden an einer der ausländischen Partnerhochschule der Westfälischen Hochschule oder einer Hochschule eigener Wahl absolviert wird.

Ziel des Studienganges ist es, Managementnachwuchs im Bereich des internationalen Marketings auszubilden sowie auf Führungsaufgaben im internationalen Kontext vorzubereiten. Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sollen in der Lage sein, international orientierte Managementaufgaben erfolgreich auszuführen.

Die Absolventinnen und Absolventen zeichnen sich durch analytisches Verständnis und Abstraktionsvermögen aus. Ihre Fachkenntnisse erlauben es ihnen, in komplexen Zusammenhängen zu denken und sich Know-how eigenständig zu erschließen. Neben Fach- und Methodenkompetenz im betriebs- und volkswirtschaftlichen Umfeld vermittelt das Studium übergreifende Sachkompetenzen (fachsprachliche Kenntnisse, betriebliche Datenverarbeitung). Bereits im ersten Semester werden Selbstkompetenzen wie Arbeitstechniken,

Selbstmanagement oder Selbstlernfähigkeit in einem gesonderten Modul aufgegriffen und eingeübt. Das Erlernen sozialer Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit oder Teamfähigkeit erfolgt durch die Bearbeitung praxisorientierter Problemstellungen „modulbegleitend“ im gesamten Studium. Darüber hinaus erwerben die Studierenden durch die internationale Durchmischung der Veranstaltungen im 4. Studiensemester sowie den obligatorischen Auslandsaufenthalt im 5. Semester ein hohes Maß an interkultureller Kompetenz. Mit diesem Kompetenzprofil wird eine zunehmende Nachfrage am Arbeitsmarkt bedient. Sowohl auf dem europäischen Binnenmarkt als auch im globalen Wettbewerb agieren selbst kleinere und mittlere Unternehmen zunehmend auf internationalen Beschaffungs- und Absatzmärkten.

2 Das Curriculum

Pro Semester sind 30 Credits (CP) zu erwerben - über sechs Semester sind dies somit 180 Credits bei 106 Semesterwochenstunden.

In den Grundlagenfächern stehen Vorlesungselemente und praktische Übungen gleichberechtigt nebeneinander. Die Grundlagenmodule erstrecken sich über die ersten drei Studiensemester. Ziel ist die Vermittlung wirtschaftswissenschaftlicher Grundlagen in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Rechnungswesen, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik sowie Wirtschaftsmathematik und -statistik. Mit Ausnahme des Moduls „Grundzüge der VWL I“ erstreckt sich ein Modul nur über ein Semester. Es wird in den meisten Fällen von nur einem Dozenten verantwortet. Diese klare Struktur gewährleistet eine gute Studierbarkeit.

Die zweite Studienphase wird komplett in Englisch durchgeführt. Es treten verstärkt internationale Fallstudien neben traditionelle Lehrformen. Dies trägt der hohen Bedeutung der handlungsorientierten Lehrmethodik Rechnung. Ziel ist, der zunehmenden Nachfrage nach Handlungs- bzw. Lösungskompetenz gerecht zu werden. Die Studierenden sollen den Lehrstoff anhand selbst zu entwickelnder Lösungsansätze begreifen und sich gleichzeitig in kreativen Denkprozessen einüben. Dies schlägt sich im Curriculum u. a. dadurch nieder, dass das Verhältnis von Präsenzzeit zu Selbstlernzeit zugunsten der Selbstlernzeit erhöht wird (d. h. dieselbe Präsenzzeit von 4 SWS führt im Vergleich zu Veranstaltungen im ersten Studienabschnitt zu höheren Credits). Die Studierenden verbessern sukzessive ihre Sozialkompetenzen (z.B. Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit etc.) durch zunehmend komplexere Aufgabenstellungen, die sie in Teamlösungsprozessen bewältigen

Das inhaltliche Profil des Studienganges International Management konzentriert sich auf die Kompetenzfelder „internationales Marketing“ bzw. „internationale Unternehmensführung inklusive des interkulturellen Aspektes“. Hinzu treten volkswirtschaftliche Aspekte im Modul „International Economics“ mit vertiefenden Analysen des Außenhandels und der internationalen Kapitalmärkte. Diese Kompetenzfelder sind sehr gut für die Einbindung internationaler Studierender geeignet. Um den Austausch mit den Partnerhochschulen und die Anerkennung von Auslandssemestern möglichst einfach zu gestalten, sind dies Inhalte, die i. d. R. auch im Ausland am Ende des zweiten oder am Anfang des dritten Studienjahres auf der Agenda stehen.

Im 5. Studiensemester absolvieren die Studierenden an einer der Partnerhochschulen oder einer akkreditierten ausländischen Hochschule ihrer Wahl Lehrveranstaltungen im Umfang von 30 Credits. Die im Ausland erfolgreich absolvierten Studienleistungen werden bei Vorliegen der prüfungsrechtlichen Voraussetzungen (d. h. entsprechender Workload und entsprechendem Veranstaltungsniveau) anerkannt. Der Studiengang wird durch ein Netzwerk internationaler Partner ermöglicht. Der Bocholter Fachbereich Wirtschaft und Informationstechnik hat in enger Abstimmung mit dem akademischen Auslandsamt in den vergangenen Jahren ein solches Netzwerk mit geeigneten Hochschulen gegründet und sukzessive ausgebaut.

Das Abschlusssemester beginnt mit der 12-wöchigen Praxisphase im Unternehmen. Im Anschluss daran wird die Bachelor-Arbeit verfasst. Leitgedanke ist, dass durch die zeitliche Verknüpfung von Praxisphase und Bachelor-Arbeit im sechsten Semester den Studierenden die Möglichkeit gegeben wird, auch längerfristig in einem Unternehmen tätig zu sein und hierdurch ihre Berufs- und Arbeitsmarktfähigkeit signifikant zu verbessern. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, im Anschluss an das im 5. Semester durchzuführende Auslandsstudium die Praxisphase und die Bachelor-Arbeit im Ausland zu erbringen. Der Studienverlaufsplan ist in der nachfolgenden Übersicht dargestellt:

International Management

Stand: 17.07.2013

Semester	Modulinhalte										Summe		Anz. Prüf.							
6. Sem.	PRAXISPHASE					BACHELORARBEIT inkl. Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten														
	0		15			0		15			0	30	1							
5. Sem.	Wahlpflichtmodule im Auslandssemester										0		30							
4. Sem.	International Management (inkl. Interkult. Management)		International Marketing		International Economics					WPM Fachsprache II (DaF für Incomings)										
	6		10		4		6		6		9		4		5	20	30	4		
3. Sem.	Personal & Organisation im internationalen Umfeld		Statistik					Deutsches und internationales Wirtschaftsrecht		Grundzüge der VWL II (Makroökonomik offener Volkswirtschaften)		WPM Fachsprache I								
	4		7		6		8		4		5		4		5	22	30	5		
2. Sem.	Internationales Finanzmanagement		Wirtschaftsinformatik		Internes Rechnungswesen		Berufsfeld International und interkulturelle Aspekte		Grundzüge der VWL I (Mikroökonomik)		Wirtschaftsenglisch II									
	4		5		4		7		4		5		4		5	22	30	6		
1. Sem.	Allgemeine BWL & Marketing		Wirtschaftsmathematik		Externes Rechnungswesen		Arbeits- & Lerntechniken		Grundzüge der VWL I (Internationale Märkte und Organisationen)		Wirtschaftsenglisch I									
	6		8		6		8		4		5		2		2	2	2	2	24	30

Legende:

Modulname	
SWS	Credits

SWS: Semesterwochenstunden

	Unbenotetes Modul
	Veranstaltungen in Englisch / Austauschsemester für Incomings

Abbildung 1: Studienverlaufsplan Studiengang International Management

3 Modulbeschreibungen

In einem separaten Dokument werden alle Module – getrennt nach Pflicht- und Wahlpflichtangeboten – detailliert beschrieben.