
Stand: 25.05.2020

Modulkatalog

Bachelorstudiengang (B.A.)
Stadt- und Regionalmanagement (SRM)

Inhalt

1. Semester	1
AL1 Einführung in die BWL	1
AL2 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und des Rechts	3
AL3 Methodenkompetenz	5
AL4 Sozialkompetenz	7
SL1 Geographische Grundlagen	9
FS1 Wirtschaftsenglisch I	11
2. Semester	12
AL5 Statistische Grundlagen	12
AL6 Marketingspezifische Grundlagen	14
AL7 Wirtschaft und Gesellschaft	16
AL8 Buchführung und Bilanzierung	18
FS2 Wirtschaftsenglisch II	19
3. Semester	20
AL9 Kosten- und Leistungsrechnung	20
SL2 Management von Projekten und Veranstaltungen	21
SL3 Kommunale Verwaltungssteuerung	23
SL4 Stadt und Gesellschaft	25
SL5 Grundlagen der Planung	27
FS3 Wirtschaftsenglisch III	29
4. Semester	30
AL10 Finanzierung und Investition	30
AL11 Controlling und Kommunal Finanzen	32
SL6 Regionalwirtschaftskompetenz	34
SL7 Angewandte Geographie	36
SL8 Praxisschwerpunkt Stadt- und Regionalmanagement	38
5. Semester	40
SL9 Kommunalrecht und Finanzwissenschaft	40
SL10 Interdisziplinäre Handlungsfelder	42
SL11 Stadt- und Regionalgeographie	45
SL12 Finanzierungspraxis	46
SL13 Case Studies	48
6. Semester	49
SL14 Betreute Praxisphase	49
SL15 Bachelorarbeit mit Kolloquium	50

Abkürzungsverzeichnis

Allgemeine Abkürzungen:

SWS	Semesterwochenstunden
CP	Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS)

Erwähnte Studiengänge:

SRM	Stadt- und Regionalmanagement
SPM	Sportmanagement
TM	Tourismusmanagement

Lehrveranstaltungsformen:

V	Vorlesung
Ü	Übung
S	Seminar
B	Betreuung

Prüfungsformen:

KL	Klausur mit Dauer: KL40 = 40 Min., KL60 = 60Min., KL80 = 80 Min., KL100 = 100 Min., KL120 = 120 Min.
HA	Hausarbeit
PA	Projektarbeit
RE	Referat
SB	Studienbuch
EP	Elektronische Prüfung
EW	Entwurf
BA	Bachelorarbeit
KO	Kolloquium

1. Semester

AL1 Einführung in die BWL

Nr.: AL1	Pflichtmodul: Einführung in die BWL	Sprache: deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 1	
		Workload: 240h		Prüfungsform: KL100	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 75h	Selbststudium: 165h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Burth		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre				V+Ü	3
Unternehmensführung				V+Ü	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Gegenstand der BWL - Konstitutive Entscheidungen - Leistungserstellung und Leistungsverwertung - Rechnungs- und Finanzwesen 					
<u>Unternehmensführung:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmenssteuerung/Controlling - Organisation - Personalwirtschaft 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre:</u> <p>Die Studierenden sollen die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre in Bezug auf konstitutive Entscheidungen und auf laufende unternehmerische Entscheidungen in den betrieblichen Funktionsbereichen kennenlernen und einen Einblick in die Besonderheiten der betriebswirtschaftlichen Betrachtung von Dienstleistungen gewinnen.</p>					
<u>Unternehmensführung:</u> <p>Die Studierenden sollen die Grundlagen der Unternehmensverfassung und der Unternehmensführung kennenlernen sowie ein Verständnis für betriebliche Führungsaufgaben und Entscheidungszusammenhänge entwickeln.</p>					

Literatur und ArbeitsmaterialienGrundlagen der Betriebswirtschaftslehre:

Grönroos, C. (2015): Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic, 4. Auflage, Wiley, West Sussex.

Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K./Gilbert, D. U./Hachmeister, D./Kaiser, G. (2018): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Vahs, D./Schäfer-Kunz, J. (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Auflage, Vahlen, München.

Skript/Vorlesungs-/Übungsunterlagen

Unternehmensführung:

Hinterhuber, H. (2015): Strategische Unternehmensführung, 9. Auflage, ESV, Berlin.

Krüger, W. (2015): Unternehmensführung: Grundlagen des Managements, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Müller, H.-E. (2017): Unternehmensführung: Strategie, Management, Praxis, 3. Auflage, Oldenbourg, Berlin/Boston.

Robbins, S. P./Coulter, M./Fischer, I. (2017): Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 12. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.

Vahs, D./Schäfer-Kunz, J. (2012): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 26. Auflage, Vahlen, München.

Skript/Vorlesungs-/Übungsunterlagen

AL2 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und des Rechts

Nr.: AL2	Pflichtmodul: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und des Rechts	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 1	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
Präsenz: 60h		Selbststudium: 120h			
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Grit Leßmann		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Grundlagen der VWL (VWL I)				V+Ü	2
Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts				V+Ü	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Grundlagen der VWL (VWL I):</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Arbeitsweise der VWL, Volkswirtschaftliches Denken - Theorie rationaler Entscheidungen - Grundlagen der Theorie von Angebot und Nachfrage bei vollständiger Konkurrenz - Grundzüge der allgemeinen Gleichgewichtstheorie (Marktgleichgewicht) - Elastizitäten bei Angebot und Nachfrage - Marktregulierungen (Staatseingriffe und Wohlfahrt) - Legitimation staatlicher Eingriffe bei Externalitäten und öffentlichen Gütern - Einführung in die Haushaltstheorie - Einführung in die Produktions- und Kostentheorie der Unternehmen - Marktformen Unternehmensverhalten bei unvollständiger Konkurrenz 					
<u>Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und -begriffe des Rechts - Gewaltenteilung - Aufbau des BGB - Fallbearbeitung und Subsumtion - Abstraktionsprinzip - Rechtssubjekte und -objekte - Willenserklärung; Vertrag - Mängel des Rechtsgeschäfts - Stellvertretung (einschließlich Prokura und Handlungsvollmacht) - Bedingung; Fristen und Verjährung - Begriff und Entstehung des Schuldverhältnisses - Leistungspflichten, -zeit und -ort; Beteiligung Dritter - Schadensersatz (Arten, Umfang und Berechnung) - Haftung für Erfüllungsgehilfen, Beendigung des Schuldverhältnisses, Leistungsstörungen im Schuldverhältnis - Haftung bei Vertragsverletzung, Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter - Allgemeine Geschäftsbedingungen - Grundlagen des Rechts kaufmännischer Unternehmen (Kaufmannsbegriff und Arten der Kaufleute) - Handelsfirma und -register 					

Lernziele und zu vermittelnde KompetenzenGrundlagen der VWL (VWL I):

Die Lehrveranstaltung soll ein Grundverständnis für ökonomische Denkweisen vermitteln und ist als Einführungsveranstaltung in die Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Die Studierenden werden mit den wesentlichen Konzepten ökonomischer Analysen vertraut gemacht. Es werden mikroökonomische Grundmodelle dargestellt, die Funktionsweise von Märkten erläutert sowie wirtschaftspolitische Implikationen behandelt. Das Modul vermittelt den Studierenden die Basisfertigkeiten zur Beschreibung und Analyse ökonomischer Fragestellungen, die im weiteren Verlauf des Studiums untersucht werden.

Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts:

Die Studierenden sollen die Kenntnis der Grundlagen des Rechts besitzen und erhalten eine Einführung in den Allgemeinen Teil des BGB sowie in das Schuld- und Handelsrecht.

In dieser Lehrveranstaltung lernen die Studierenden Begriffe kennen, erhalten Kenntnisse, erschließen Zusammenhänge und bekommen die Fertigkeiten (insbesondere Subsumtionstechnik/Gutachtenstil) vermittelt, um die Fähigkeit zu erhalten, praktische Fälle eigenständig lösen zu können.

Literatur und ArbeitsmaterialienGrundlagen der VWL (VWL I) :

Krugman, P./Wells, R. (2017): Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Herrmann, M./John, S. L. (2017): Arbeitsbuch Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Mankiw, G./Taylor, M. P. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Piekenbrock, D./Hennig, A. (2013): Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomie, 2. Auflage, Springer Gabler, Berlin/Heidelberg.

Fritsch, M. (2018): Marktversagen und Wirtschaftspolitik: mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns, 10. Auflage, Vahlen, München.

Sperber, H. (2016): Wirtschaft verstehen: 112 Lernmodule zur VWL, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Varian, H. (2016): Grundzüge der Mikroökonomie, 9. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin/Boston.

Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts:

Führich, Ernst R.: Wirtschaftsprivatrecht, jeweils aktuelle Auflage, Vahlen München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Klunzinger, Eugen: Einführung in das Bürgerliche Recht, jeweils aktuelle Auflage, Vahlen, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, jeweils aktuelle Auflage, C.F. Müller, Heidelberg (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Oetker, H.: Handelsrecht, jeweils aktuelle Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Wörten, R.; Metzler-Müller, K.: BGB AT: mit Einführung in das Recht, jeweils aktuelle Auflage, Vahlen, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Wörten, R.; Metzler-Müller, K.: Schuldrecht AT, jeweils aktuelle Auflage, Vahlen, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Wörten, R.; Metzler-Müller, K.: Schuldrecht BT, jeweils aktuelle Auflage, Vahlen, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Eigene Foliensätze und Aufgabenblätter.

AL3 Methodenkompetenz

Nr.: AL3	Pflichtmodul: Methodenkompetenz	Sprache: deutsch		Credits: 3	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 1	
		Workload: 90h		Prüfungsform: SB	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 45h	Selbststudium: 45h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Brigitte Wotha		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens in SRM				S	2
Studieren - Wie geht das?				S	1
Teile des Moduls werden für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Methoden wissenschaftlichen Arbeitens in SRM:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Arten wissenschaftlicher Arbeiten (Hausarbeiten, Referate, Seminararbeiten, Bachelorarbeiten) - Recherchetechniken (Literaturbeschaffung, Internetrecherche, Literaturlauswertung) - Themenfindung, Gliederungserstellung - Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten (inhaltliche und formale Richtlinien), insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> o Zitieren (Grundlagen, Technik, Literaturverzeichnis) o Textgestaltung (Layout, Formulierung) o Titelseiten und Verzeichnisse o Darstellungen, Tabellen 					
<u>Studieren - Wie geht das?:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Zeitplanung und Arbeitsgestaltung - Lerntechniken und Arbeitsmethoden - Lesetechniken - Kreativitätstechniken (z. B. intuitive, diskursive Techniken) - Arbeiten im Team 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Methoden wissenschaftlichen Arbeitens in SRM:</u>					
Die Studierenden lernen grundlegende Elemente des wissenschaftlichen Arbeitens kennen, können studienbegleitende Projekte dokumentieren, eigene schriftliche Arbeiten anfertigen und Referate strukturiert vorbereiten. Sie entwickeln ein wissenschaftliches Verständnis, z. B. in der Textanalyse, der Interpretation statistischer Daten, der Auswahl wissenschaftlicher Literatur, der Problematisierung und der Hypothesenentwicklung.					
<u>Studieren - Wie geht das?:</u>					
Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Studieren - Wie geht das?“ sollen u. a. nach einer Einführung in die Grundlagen der Zeit- und Arbeitsplanung individuelle und/oder gruppenspezifische Planungsmodelle entworfen werden. Im Vordergrund der Lehrveranstaltung stehen aktivierende Methoden, wie z. B. (Klein-)Gruppenarbeit und praktische Übungen, werden die eigenen organisatorischen Fähigkeiten und Zeit- und Selbstmanagement gestärkt sowie die Fähigkeiten ein Team zu managen ausgebaut.					

Die Lehrveranstaltung soll dabei unterstützen, die eigenen organisatorischen Fähigkeiten zu steigern, u. a. im Bereich Zeit- und Selbstmanagement, um künftigen Aufgaben sicher und souverän zu begegnen.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Methoden wissenschaftlichen Arbeitens in SRM:

Baade, J./Gertel, H./Schlottmann, A. (2014): Wissenschaftlich arbeiten: Ein Leitfaden für Studierende der Geographie, 3. Auflage, UTB, Bern/Stuttgart/Wien.

Bastian, J./Groß-Mylnek, L. (2019): Lerntechniken und Wissensmanagement: Wissen speichern und verwerten, 3. Auflage, UTB, Konstanz/München.

Berger-Grabner, D. (2016): Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften - Hilfreiche Tipps und praktische Beispiele, 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Boos, E. (2010): Das große Buch der Kreativitätstechniken, Compact-Verlag, München.

Ebster, C./Stalzer, L. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 5. Auflage, Facultas/UTB-Taschenbuch, Wien.

Esselborn-Krumbiegel, H. (2007): Leichter Lernen: Strategien für Prüfung und Examen, 2. Auflage, UTB, Paderborn.

Franck, N./Stary, J. (2013): Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, 17. Auflage, Schöningh, Paderborn.

Macgilchrist, F. (2014): Academic Writing, Schöningh UTB, Paderborn.

Preißner, A. (2012): Wissenschaftliches Arbeiten: Internet nutzen, Text erstellen, Überblick behalten, 3. Auflage, Oldenbourg, München.

Rossig, W. E./Prätsch, J. (2011): Wissenschaftliche Arbeiten: Leitfaden für Haus- und Seminararbeiten, 9. Auflage, BerlinDruck, Achim.

Stickel-Wolf, C./Wolf, J. (2019): Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, 9. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Theisen, M. R. (2017): Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 17. Auflage, Vahlen, München.

Studieren - Wie geht das?:

Geuenich, B./Hammelmann, I./Havas, H./Mündemann, B./Novac, K./Solms, A. (2015): Das große Buch der Lerntechniken: Effektives Lernen leicht gemacht, Compact-Verlag, München.

Haeske, U. (2008): Team- und Konfliktmanagement, 3. Auflage, Cornelsen, Berlin.

Rost, F. (2018): Lern- und Arbeitstechniken für das Studium, 8. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.

AL4 Sozialkompetenz

Nr.: AL4	Pflichtmodul: Sozialkompetenz	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 1	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180h		Prüfungsform: RE	
Präsenz: 60h		Selbststudium: 120h			
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Brigitte Wotha		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Kommunikation und Rhetorik				S	2
Ethik / Gender / Diversity				S	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Kommunikation und Rhetorik:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Die psychischen Grundqualitäten: Selbstakzeptanz, emotionale Ausdrucksfähigkeit - Das äußere Erscheinungsbild: Haltung, Gesichtsausdruck, Gestik - Das Sprechen: Atmung, Artikulation, Intonation, Modulation, Sprechpausen, Lautstärke - Die Rede: Denkdisziplin, Strukturen, Argumentation, Überzeugungsvermögen, Glaubwürdigkeit - Die sprachliche Gestaltung: Stilmittel, Grammatik, Eloquenz, Sprachcode - Die Kommunikation: Modelle, Muster, Rollen, Wahrnehmung, erfolgreiche und souveräne Kommunikation - Die Präsentation: Leitziele, Inhalt, Partneraussage, Selbstaussage - Die Moderation: Zielgruppenanalyse, Kreativitätsmethoden, Entscheidungs- und Konsensfindung 					
<u>Ethik / Gender / Diversity:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Theoretischen Grundlagen und praktische Umsetzung Unternehmensethik und Nachhaltigkeit - Theoretischen Grundlagen und praktische Umsetzung von Gender Mainstreaming - Theoretischen Grundlagen und praktische Umsetzung der Elemente von Diversity Managements 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Kommunikation und Rhetorik</u>					
<p>Im Rahmen der Lehrveranstaltung Kommunikation und Rhetorik sind die Studierenden nach einer Einführung in die Grundlagen der Rhetorik und durch praktische Übungen in der Lage, situativ angemessen verschiedene Präsentations-, Kommunikations- und Moderationstechniken anzuwenden und zu reflektieren. Die teilnehmeraktivierenden Methoden wie Kleingruppenarbeit und Kurzpräsentationen steigern die eigenen rhetorischen Fähigkeiten, erhöhen die Kommunikations- und Moderationsfähigkeit im Umgang mit kleineren und größeren Gruppen und stärken die Selbstwahrnehmung und das Selbstvertrauen der Studierenden.</p>					
<u>Ethik / Gender / Diversity:</u>					
<p>Die Studierenden erlernen die grundlegenden Theorien und Ansätze zu Unternehmensethik, Gender Mainstreaming und Diversity Management. Sie verfügen über einen Methodenkanon zur Umsetzung von nachhaltigem, geschlechtergerechtem und diversitätsorientiertem Arbeiten. Die Lehrveranstaltung unterstützt die Studierenden in ihrer Persönlichkeitsentwicklung und vermittelt ihnen Schlüsselfertigkeiten in der Personalführung. Die Erkenntnisse aus Gruppenarbeiten, Rollenspielen und Präsentationen ermöglichen ihnen, sich bewusst mit ihren Werten auseinanderzusetzen. Im fachbezogenen Teil lernen sie anhand von Fallbeispielen die Entwicklung und Anwendung von Gender Mainstreaming und Diversity Tools sowohl für die Unternehmenspraxis wie auch in der Anwendung in den Arbeitsfeldern des Stadt- und Regionalmanagements und des Sportmanagements.</p>					

Literatur und ArbeitsmaterialienKommunikation und Rhetorik:

Hartmann, M./Funk, R./Nietmann, H. (2018): Präsentieren: Präsentationen: zielgerichtet, adressatenorientiert, nachhaltig, 10. Auflage, Beltz, Weinheim/Basel.

Hey, B. (2019): Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, 2. Auflage, Springer Gabler, Berlin.

Reynolds, G. (2013): Zen oder die Kunst der Präsentation: Mit einfachen Ideen gestalten und präsentieren, 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.

Schilling, G./Schildt, T. (2012): Angewandte Rhetorik und Präsentationstechnik: Der Praxisleitfaden für Vortrag und Präsentation, Schilling, Berlin.

Schulz von Thun, F. (2016): Miteinander reden 1, 53. Auflage, Rowohlt Taschenbuchverlag, Reinbek bei Hamburg.

Schulz von Thun, F. (2016): Miteinander reden 2, 35. Auflage, Rowohlt Taschenbuchverlag, Reinbek bei Hamburg.

Watzlawick, P./Beavin, J. H./Jackson, D. D. (2017): Menschliche Kommunikation - Formen, Störungen, Paradoxien, 13. Auflage, Huber Verlag, Bern.

Ethik/Gender/Diversity:

Brühl, R. (2018): Corporate Social Responsibility, Vahlen, München.

Dietzfelbinger, D. (2015): Praxisleitfaden Unternehmensethik, 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

Leal Filho, W. (Hrsg.) (2017): Innovation in der Nachhaltigkeitsforschung: Ein Beitrag zur Umsetzung der UNO Nachhaltigkeitsziele, Springer Spektrum, Berlin.

SL1 Geographische Grundlagen

Nr.: SL1	Pflichtmodul: Geographische Grundlagen	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 1	
		Workload: 180h		Prüfungsform: SB	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60h	Selbststudium: 120h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Grundlagen der Humangeographie				S	2
Grundlagen der Regionalentwicklung				S	2
Inhalte					
<u>Grundlagen der Humangeographie:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Theorien und Grundlagenmodelle der Humangeographie - zentrale Themenkomplexe der räumlichen Organisation menschlichen Handelns; insbesondere Bevölkerungsgeographie, Wirtschaftsgeographie, Globalisierung und Stadtgeographie - Verzahnungen und Parallelen insbesondere zum Fach Grundlagen der Regionalentwicklung 					
<u>Grundlagen der Regionalentwicklung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Rahmenbedingungen der Regionalentwicklung in Deutschland - Lebenszyklen von Regionen - Indikatoren der Regionalentwicklung - Methoden der empirischen Regionalanalyse - Wettbewerbsfähigkeit und Standortrankings - Analyse räumlicher Disparitäten - Grundlagen ausgewählter räumlicher Wachstumstheorien - Grundlagen der regionalen Wirtschaftspolitik - Praxis der regionalen Wirtschaftspolitik 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Grundlagen der Humangeographie:</u>					
Studierende lernen grundlegende Theorien, Modelle und Konzepte der Allgemeinen Humangeographie kennen. Im Fokus stehen dabei Beziehungen zwischen Gesellschaften und räumlichen Umwelten. Sie sollen räumliche Strukturen der Gegenwart entsprechend einordnen und bewerten können. In Übungen und Diskussionen setzen sie sich kritisch mit den Grundlagen des Faches Geographie auseinander. Sie analysieren und reflektieren aktuell stattfindende Prozesse. Die Studierenden entwickeln Kompetenzen, globale, regionale und lokale Vernetzungen und Zusammenhänge zu erkennen.					
<u>Grundlagen der Regionalentwicklung:</u>					
Die Veranstaltung vermittelt den Studierenden grundlegende Kenntnisse zu Hintergründen, Dynamiken und Instrumenten der Regionalentwicklung. Räumliche Entwicklungsprozesse werden mit Hilfe unterschiedlicher Theorien erläutert und analysiert. Die Studierenden werden befähigt, regionale Entwicklungsunterschiede zu beschreiben und zu messen, lernen Instrumente der Regionalentwicklung mit ihren Stärken und Schwächen kennen und können diese auf konkrete Situationen in der Praxis übertragen.					

Literatur und ArbeitsmaterialienGrundlagen der Humangeographie:

Bähr, J./Gans, P. (2010): Bevölkerungsgeographie: Verteilung und Dynamik der Bevölkerung in globaler, nationaler und regionaler Sicht, 5. Auflage, Ulmer/UTB, Stuttgart.

Bähr, J./Jürgens, U. (2009): Stadtgeographie 2: Regionale Stadtgeographie - Stadtstrukturen und Stadttypen, 2. Auflage, Westermann, Braunschweig.

Bathelt, H./Glückler, J. (2018): Wirtschaftsgeographie, 3. Auflage, Ulmer/UTB, Stuttgart.

Freytag, T./Gebhard, H./Gerhard, U./Wastl-Walter, D. (2016): Humangeographie kompakt, Springer Spektrum, Berlin/Heidelberg.

Gebhardt, H./Glaser, R./Radtke, U. (Hrsg.) (2016): Geographie: Physische Geographie und Humangeographie, 2. Auflage, Springer Spektrum, Heidelberg.

Gebhardt, H./Glaser, R./Lentz, S. (Hrsg.) (2013): Europa - eine Geographie, Springer Spektrum, Berlin/Heidelberg.

Heineberg, H. (2017): Stadtgeographie, 5. Auflage, Schöningh, Paderborn.

Knox, P./Marston, S. (2008): Humangeographie, 4. Auflage, Springer Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg.

Eigene Vorlesungs- und Übungsunterlagen

Grundlagen der Regionalentwicklung:

Bathelt, H./Glückler, J. (2018): Wirtschaftsgeographie: Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive, 4. Auflage, Eugen Ullmer, Stuttgart.

Bröcker, J./Fritsch, M. (Hrsg.) (2012): Ökonomische Geographie, Vahlen, München.

Chilla, T./Kühne, O. (2016): Regionalentwicklung, Eugen Ullmer, Stuttgart.

Kulke, E. (2017): Wirtschaftsgeographie, 6. Auflage, Schöningh, Paderborn.

Liefner, I./Schätzl, L. (2017): Theorien der Wirtschaftsgeographie, 11. Auflage, Schöningh, Paderborn.

Farhauer, O./Kröll, A. (2014): Standorttheorien: Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis, 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Arbeits-/Unterrichtsmaterialien: eigenes Vorlesungsskript

FS1 Wirtschaftsenglisch I

Nr.: FS1	Pflichtmodul: Wirtschaftsenglisch I	Sprache: Englisch		Credits: 3	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 1	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 90h		Prüfungsform: KL40	
Präsenz: 30h		Selbststudium: 60h			
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Dr. phil. Thomas Caplan		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Wirtschaftsenglisch I				S	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Wirtschaftsenglisch I:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Fortgeschrittene Grammatik und Kommunikationsgrundlagen - Englischer Wortschatz der Volks- und Betriebswirtschaftslehre - Strategisches Denken - Motivation und Personal im Unternehmen - Persönlichkeitsmerkmale - Teamgeist und Organisation - Stakeholder Theorie - CSR 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Wirtschaftsenglisch I:</u>					
Die Studierenden sollen einen Grundwortschatz des Wirtschaftsenglischen aufbauen und erhalten in vielfältigen Aufgaben und Diskussionen Einblicke in den „Geist des Managers“ und das Verhältnis zum Kunden zu Mitarbeitern. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Persönlichkeitsentwicklung und Innovation im Betrieb zu verstehen. In diesem Seminar wird sich mit der Rolle von Idealen in der Wirtschaft und der Arbeit eines Managers beschäftigt und ein Einblick in philosophische Hintergründe des Begriffes „CSR“ gegeben. Des Weiteren soll der Begriff „Kunde“ vertieft und diskutiert werden.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Caplan, T. K. (2015): The Distinction of Human Being, Vernon Press, Delaware.</p> <p>Duckworth, M./Turner, R. (2012): Business Result, upper-intermediate, Univ. Press, Oxford.</p> <p>Dubicka, I./O’Keeffe, M. (2016): Market Leader, Advanced, 3. Auflage, Pearson, London.</p> <p>Trappe, T./Tullis, G. (2016): Intelligent Business, Advanced, 5. Auflage, Pearson, London.</p>					

2. Semester

AL5 Statistische Grundlagen

Nr.: AL5	Pflichtmodul: Statistische Grundlagen	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 2	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80 / EP80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56h	Selbststudium: 124h		
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Burth		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Statistik und computergestützte Datenauswertung				V+Ü	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende statistische Begriffe (Begriffe der deskriptiven, induktiven und explorativen Statistik, statistische Daten & Modellbildung, Grundgesamtheit, Skalenniveaus & Merkmalsausprägungen, gruppierte vs. klassierte Daten) - Deskriptive Statistik (Darstellung der Urliste, eindimensionale Häufigkeitsverteilungen, Statistische Kennzahlen) - Induktive Statistik/Statistik mit Stichproben (Begriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung, Verteilungen, Zufallsvariablen, Konfidenzintervalle, Hypothesentests) - Bivariate Datenauswertung (Kreuztabellen, Korrelationen) - Multivariate Datenauswertung - grundlegender Umgang mit Anwendungen für statistische Analysen, wie z.B. SPSS, MS-EXCEL oder R. 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p>Das Ziel dieser Veranstaltung ist es, die Studierenden in die Anwendung der beschreibenden und schließenden Statistik einzuführen. Sie sollen in die Lage versetzt werden, Daten einer Stichprobe aufzubereiten und auszuwerten. Die Studierenden sollen aus der Analyse der Daten der Stichprobe mit Hilfe von Methoden der schließenden Statistik Schlüsse auf die Grundgesamtheit ziehen können. Die Einführung in die computergestützte Datenauswertung zielt darauf ab, auch umfangreiche Datenbestände analysieren zu können. Die Einsatzmöglichkeiten, der grundlegende Umgang sowie die Durchführung und Lösung von einfachen statistischen Fragestellungen mit Hilfe von Anwendungen für statistische Analysen sind bekannt und können praktisch umgesetzt werden.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2018): Multivariate Analysemethoden, Eine anwendungsorientierte Einführung, 15. Auflage, Springer Gabler, Berlin.</p> <p>Bühl, A. (2019): SPSS - Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25, 16. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.</p> <p>Fahrmeir, L./Heumann, C./Künstler, R./Pigeot, I./Tutz, G. (2016): Statistik: Der Weg zur Datenanalyse, 8. Auflage, Springer Spektrum, Berlin/Heidelberg.</p> <p>Kosfeld, R./Eckey, H. F./Türck, M. (2016): Deskriptive Statistik: Grundlagen - Methoden - Beispiele - Aufgaben, 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Marinell, G./Steckel-Berger, G. (2008): Einführung in die Statistik: Anwendungsorientierte Methoden zur Datenauswertung, 3. Auflage, Oldenbourg, München.</p>					

Schira, J. (2016): Statistische Methoden der VWL und BWL, Theorie und Praxis, 5. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.

Schnell, R./Hill, P./Esser, E. (2018): Methoden der empirischen Sozialforschung, 11. Auflage, De Gruyter Oldenbourg Verlag, Berlin/Boston.

Schuster, T./Liesen, A. (2017): Statistik für Wirtschaftswissenschaftler: Ein Lehr- und Übungsbuch für das Bachelor-Studium, 2. Auflage, Springer Gabler, Berlin.

Schwarze, J. (2014): Grundlagen der Statistik 1 – Beschreibende Verfahren, 12. Auflage, NWB-Verlag, Herne.

Schwarze, J. (2013): Grundlagen der Statistik 2 – Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik, 10. Auflage, NWB-Verlag, Herne.

Schwarze, J. (2013): Aufgabensammlung zur Statistik, 7. Auflage, NWB-Verlag, Herne.

Wewel, M. C. (2019): Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL: Methoden, Anwendung, Interpretation, 4. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.

Quatember, A. (2017): Statistik ohne Angst vor Formeln, Das Studienbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, 5. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.

Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen

AL6 Marketingspezifische Grundlagen

Nr.: AL6	Pflichtmodul: Marketingspezifische Grundlagen	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 2	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
Präsenz: 56h		Selbststudium: 124h			
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Grit Leßmann		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Marktforschung				V+Ü	2
Marketing				V+Ü	2
Teile des Moduls werden für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Marktforschung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Relevanz und Grundbegriffe der Marktforschung - Überblick zu den Stufen/Phasen des Marktforschungsprozesses (Definitions-, Design-, Datengewinnungs-, Datenanalyse-, Dokumentationsphase): - Formulierung eines Forschungsproblems & Festlegung des Informationsbedarfs - Strategieauswahl mit Festlegung des Forschungsdesigns (qualitative, quantitative und experimentelle Untersuchung), der Informationsbeschaffung (Eigen- vs. Fremdmarktforschung, Primär- und Sekundärmarktforschung, Längsschnitt- vs. Querschnitterhebung) - Festlegung der Auswahlmethodik (Erhebungsprinzip, Auswahlverfahren, Stichprobengröße) & Messmethodik (Skalierungsverfahren, Gütekriterien) - Wahl der Datenerhebungsmethode: Befragung (mündlich, schriftlich, online, telefonisch), Beobachtung, Panel, Experiment - Durchführung der Datenerhebung und Aufbereitung des Datenmaterials - Statistische und grafische Datenanalyse und Dateninterpretation 					
<u>Marketing:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Begriffliche Grundlagen - Strategische Rahmenbedingungen (Vision, Mission, Unternehmensphilosophie & -kultur, Corporate Identity) - Umwelt und Märkte (Makro- vs. Mikroumwelt, Abgrenzung relevanter Märkte) - Verhaltensgrundlagen (Konsumenten- und Kaufverhalten) - Marketingmanagementprozess <ul style="list-style-type: none"> o Analyse und Prognose o Planung (strategisches vs. operatives Marketing: Marketingziele-, -strategien, -mix; Marketingbudgetierung Marketingplan), mit Fokus auf den Marketingstrategien und -instrumenten (Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik) o Durchführung o Kontrolle 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Marktforschung:</u>					
Die Studierenden lernen die elementaren Grundlagen der Marktforschung kennen. Dabei durchlaufen sie die einzelnen Stufen eines idealtypischen Marktforschungsprozesses. Im Mittelpunkt steht dabei das eigenständige Erstellen und Durchführen einer Primärerhebung. Zudem sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, Daten über sekundäre Informationsquellen zu beziehen und deren Güte kritisch zu hinterfragen.					

Marketing:

Die Studierenden erlernen grundlegende Begriffe sowie konzeptionelle Ansätze und Verfahren des Marketings. Dieses Wissen bezieht sich zum einen auf das Grundverständnis von Marketing als markt- und kundenorientierte Denkhaltung und als phasengegliederter und aufgabenspezifischer Marketingmanagementprozess, der von zentraler Bedeutung ist. Zum anderen geht es darum, die Methoden, Konzepte und Instrumente des Marketings, deren Ziele und Funktionen, Merkmale und die Einsatzgebiete kennen zu lernen sowie. Spezifischer Aufgaben- und Problemstellungen des Marketings sollen kritisch und praxisorientiert diskutiert werden.

Literatur und Arbeitsmaterialien**Marktforschung:**

Berekhoven, L./Eckert, W./Eilenrieder, P. (2009): Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, 12. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
Bühner, M. (2011): Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 3. Auflage, Pearson, München.
Cleff, T. (2015): Deskriptive Statistik und moderne Datenanalyse - Eine computergestützte Einführung mit Excel, SPSS und STATA, 3. Auflage, Springer, Wiesbaden.
Diekmann, A. (2017): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 11. Auflage, Rowohlt, Hamburg.
Hammann, P./Erichson, B. (2000): Marktforschung, 4. Auflage, Lucius&Lucius, Stuttgart/New York.
Herrmann, A./Homburg, C./Klarman, M. (2008): Handbuch Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
Koch, J./Gebhardt, P./Riedmüller, F. (2016): Marktforschung, Grundlagen und praktische Anwendungen, 7. Auflage, DeGruyter Oldenbourg, Berlin/Boston.
Kuß, A. (2018): Marktforschung: Datenerhebung und Datenanalyse, 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
Magerhans, A. (2016): Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung, Springer Gabler, Wiesbaden.
Raab-Steiner, E./Benesch, M. (2018): Der Fragebogen: Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung, 5. Auflage, Facultas, Wien.
Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E. (2018): Methoden der empirischen Sozialforschung, 11. Auflage, DE Gruyter Oldenbourg, Berlin/Boston.
Weis, H. /Steinmetz, P. (2012): Marktforschung, 8. Auflage, Kiehl, Herne.
Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen, Skript

Marketing:

Bruhn, M. (2019): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 14. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
Becker, J. (2009): Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Auflage, Vahlen, München.
Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H. (2017): Marketing, Eine managementorientierte Einführung, 5. Auflage, Vahlen, München.
Hermanns, A./Kiendl, S./van Overloop, P. (2007): Marketing: Grundlagen und Managementprozess, Vahlen, München.
Homburg, C. (2017): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
Kotler, P./Armstrong, G./Harris, L.C./Piercy, N. (2019): Grundlagen des Marketing, 7. Auflage, Pearson Studium, München.
Kotler, P./Keller, K./Opresnik, M. O. (2019): Marketing-Management: Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien, 15. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.
Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M. (2019): Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, 13. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H. (2002): Marketing, 19. Auflage, Duncker & Humblot, Berlin.
Teichert, T./Trommsdorff, V. (2011): Konsumentenverhalten, 8. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
Weis, C. (2019): Marketing, 18. Auflage, Kiehl, Herne.
Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen, Skript

AL7 Wirtschaft und Gesellschaft

Nr.: AL7	Pflichtmodul: Wirtschaft und Gesellschaft	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 2	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56h	Selbststudium: 124h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Makroökonomie und Wirtschaftspolitik (VWL II)				V+Ü	2
Grundlagen der Politikwissenschaften				V+Ü	2
Inhalte					
<u>Makroökonomie und Wirtschaftspolitik (VWL II):</u> <ul style="list-style-type: none"> - Erfassung des makroökonomischen Geschehens (BIP, Arbeitslosigkeit, Inflation) - Gesamtwirtschaftliches Angebot und gesamtwirtschaftliche Nachfrage, IS-LM-Modell - Preisindizes und Preisniveau (Inflation und Deflation) - Formen und Messung von Arbeitslosigkeit - Konjunkturzyklus und langfristiges Wachstum - Spar- und Investitionsentscheidungen - Staatshaushalt und fiskalpolitische Eingriffe - Geld, Banken, Zentralbank und Geldpolitik 					
<u>Einführung in die Politikwissenschaften:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Politikwissenschaftliche Grundbegriffe - Demokratie - Interessenvermittlung - Pluralismus - Korporatismus - Herrschaft - Institution - Staat - Public Management - Konflikt vs. Konsens - Legitimität - Globalisierung 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Makroökonomie und Wirtschaftspolitik (VWL II):</u> <p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage Grundlagen gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge wiederzugeben, wirtschaftspolitische Fragestellungen mittels theoretischer und modellbasierter Argumente zu beantworten und makroökonomische Modelle auf konkrete wirtschaftspolitische Fragestellungen anzuwenden. Die erworbenen Kenntnisse aus dem Modul AL2 (Mikroökonomie) werden erweitert und im Rahmen von Übungsaufgaben angewendet. Damit wird die Fähigkeit gefördert, Wissen zu transferieren, kritisch zu reflektieren, analytische Fähigkeiten zu trainieren und volkswirtschaftliche Problemstellungen eigenständig zu lösen.</p>					

Einführung in die Politikwissenschaften:

Die Lehrveranstaltung gibt einen systematischen Überblick über zentrale politikwissenschaftliche Grundbegriffe und Konzepte (Demokratie, Interessenvermittlung, Pluralismus, Korporatismus, Herrschaft, Institution, Staat, Public Management, Konflikt, Konsens, Legitimität, Globalisierung,...) und deren Einordnung in die politikwissenschaftliche Theoriebildung. Die Studierenden sollen ein Verständnis für die Interaktion zivilgesellschaftlicher, privatwirtschaftlicher und staatlicher Akteure in unserer Gesellschaft entwickeln.

Literatur und ArbeitsmaterialienMakroökonomie und Wirtschaftspolitik (VWL II):

Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen

Blanchard, O./Illing, G. (2017): Makroökonomie, 7. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.

Krugman, P./Wells, R. (2017): Volkswirtschaftslehre, 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Mankiw, N. G. (2017): Makroökonomik, 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Petersen, T. (2019): Makroökonomie Schritt für Schritt, 3. Auflage, UKV Verlag, München.

Einführung in die Politikwissenschaften:

Berg-Schlosser, D./Stammen, T. (2012): Politikwissenschaft: Eine grundlegende Einführung, 8. Auflage, Nomos UTB, Baden-Baden.

von Beyme, K. (2017): Das politische System der Bundesrepublik Deutschland: Eine Einführung, 12. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.

Göhler, G./Iser, M./Kerner, I. (Hrsg.) (2011): Politische Theorie: 25 umkämpfte Begriffe zur Einführung, 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Mau S./Schöneck-Voß, N. (Hrsg.) (2014): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, 3. Auflage, VS Verlag, Wiesbaden.

Reuber, P. (2012): Politische Geographie, Schöningh, Paderborn.

Rudzio, W. (2019): Das politische System der Bundesrepublik Deutschland, 10. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.

Schmidt, M./Wolf, F./Wurster, S. (Hrsg.) (2013): Studienbuch Politikwissenschaft, Springer VS, Wiesbaden.

AL8 Buchführung und Bilanzierung

Nr.: AL8	Pflichtmodul: Buchführung und Bilanzierung	Sprache: deutsch		Credits: 5	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 2	
		Workload: 150h		Prüfungsform: KL60	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 42h	Selbststudium: 108h		
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Burth		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Buchführung und Bilanzierung				V+Ü	3
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Einordnung der Finanzbuchhaltung in das Rechnungswesen - Grundbegriffe der Finanzbuchhaltung - Jahresabschluss und Lagebericht - Inventur und Inventar - Buchen auf Bestands- und Erfolgskonten - Buchen der Umsatzsteuer - Aktivierung von Vermögen - Passivierung von Schulden - Bewertung von Aktiva und Passiva - Jahresabschluss-Analyse mit Kennzahlen 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p>Die Studierenden lernen die Grundbegriffe der Finanzbuchhaltung kennen und können diese in das Rechnungswesen einordnen. Sie verstehen, wie die doppelte Buchführung funktioniert und können für Geschäftsvorfälle Buchungssätze bilden und sie in T-Konten eintragen. Behandelt wird dabei der gesamte Buchungskreislauf. Ferner verstehen die Studierenden, nach welchen Kriterien Unternehmen Vermögen aktivieren und Schulden passivieren sowie mit welchem Wert diese Positionen erfasst werden. Darüber hinaus können sie eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung erstellen und lesen sowie anhand von Kennzahlen interpretieren.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Auer, B./Schmidt, P. (2013): Grundkurs Buchführung, 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. Döring, U./Buchholz, R. (2018): Buchhaltung und Jahresabschluss, 15. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin. Reichardt, M. (2017): Grundlagen der doppelten Buchführung - Schritt für Schritt einfach erklärt, 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. Wöltje, J. (2018): Buchführung Schritt für Schritt: Arbeitsbuch, 3. Auflage, UKV, Konstanz. Wöltje, J. (2019): Jahresabschluss Schritt für Schritt, 3. Auflage, UKV, München. Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen</p>					

FS2 Wirtschaftsenglisch II

Nr.: FS2	Pflichtmodul: Wirtschaftsenglisch II	Sprache: Englisch		Credits: 3	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 2	
		Workload: 90h		Prüfungsform: HA	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 28h	Selbststudium: 62h		
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Dr. phil. Thomas Caplan		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Wirtschaftsenglisch II				S	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Wirtschaftsenglisch II:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Fortgeschrittene Grammatik und Kommunikationsgrundlagen - Englischer Wortschatz der Volks- und Betriebswirtschaftslehre - Aufgabekatalog zur Kommunikation - Prinzipien der Kunst, Menschenherzen zu bewegen (ETHOS, PATHOS, LOGOS) - Unternehmensgründung - Erstellung eines Internetauftrittes (Homepage/Website) - Erstellung eines Videotutoriums 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Wirtschaftsenglisch II:</u>					
<p>Im zweiten Seminar „Wirtschaftsenglisch“ des Studiums wird der Grundwortschatz des Wirtschaftsenglischen weiter ausgebaut, während dieser in mündlicher und schriftlicher Verwendung sowie in Gruppenarbeiten Anwendung findet und durch die praktische Auseinandersetzung gefestigt wird.</p> <p>Die Studierenden werden aufgefordert eigenständige Lernschwerpunkte zu setzen, um sich in einer Hausarbeit mit diesen zu beschäftigen. Anwendung finden hier unter anderem die neuen Medien (Film, Blogs usw.) oder die Erstellung eines Videotutoriums. Über das Seminar hinaus sollen die Studierenden mit der englischen Sprache Erfahrungen im alltäglichen Umgang sammeln (z. B. gemeinsam kochen).</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Caplan, T. K. (2015): The Distinction of Human Being, Vernon Press, Delaware.</p> <p>Duckworth, M./Turner, R. (2012): Business Result, upper-intermediate, Univ. Press, Oxford.</p> <p>Dubicka, I./O’Keeffe, M. (2016): Market Leader, Advanced, 3. Auflage, Pearson, London.</p> <p>Trappe, T./Tullis, G. (2016): Intelligent Business, Advanced, 5. Auflage, Pearson, London.</p>					

3. Semester

AL9 Kosten- und Leistungsrechnung

Nr.: AL9	Pflichtmodul: Kosten- und Leistungsrechnung	Sprache: deutsch		Credits: 5	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 3	
	Voraussetzungen für die Teilnahme:	Workload: 150h		Prüfungsform: KL60	
Präsenz: 45h		Selbststudium: 105h			
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Burth		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Kosten- und Leistungsrechnung				V+Ü	3
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) - Abgrenzung zur Finanzbuchhaltung - Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung - Break-Even-Analyse - Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung (einstufige und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung) - KLR in produzierenden Unternehmen und in Dienstleistungsunternehmen 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <p>Die Studierenden können die Grundbegriffe der KLR erklären sowie die KLR in das Rechnungswesen einordnen. Sie verstehen die Unterschiede zwischen der KLR im Dienstleistungssektor und im produzierenden Bereich. Die Studierenden sollen zudem den Gesamtprozess der Vollkostenrechnung aus Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung und Kostenträgerrechnung durchführen können. Darüber hinaus sollen sie die Funktionsweise der Teilkostenrechnung und ihre Unterschiede zur Vollkostenrechnung verstehen. Sie lernen, Verkaufspreise und Preisuntergrenzen mit der einstufigen und der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung zu kalkulieren.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien <p>Deimel, K./Erdmann, G./Isemann, R./Müller, S. (2017): Kostenrechnung: Das Lehrbuch für Bachelor, Master und Praktiker, 2. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.</p> <p>Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B. (2017): Übungsbuch zur Kosten- und Erlösrechnung, 7. Auflage, Vahlen, München.</p> <p>Nickenig, K. (2018): Grundkurs Kosten- und Leistungsrechnung: Schneller Einstieg in die unternehmerische Kalkulation, 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Schmidt, A. (2017): Kostenrechnung: Grundlagen der Vollkosten-, Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie des Kostenmanagements, 8. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.</p> <p>Schweitzer, M./Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B. (2016): Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 11. Auflage, Vahlen, München.</p> <p>Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen</p>					

SL2 Management von Projekten und Veranstaltungen

Nr.: SL2	Pflichtmodul: Management von Projekten und Veranstaltungen	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 3	
		Workload: 180h		Prüfungsform: SB	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60h	Selbststudium: 120h		
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Grit Leßmann		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Projektmanagement				S	2
Veranstaltungsmanagement				S	2
Inhalte					
<u>Projektmanagement:</u> Im Seminar werden die grundlegenden Merkmale von Projekten und die Besonderheiten von Dienstleistungsprojekten sowie das Grundverständnis von Projektauftrag, -auftraggeber und -auftragnehmer herausgearbeitet. Die einzelnen Phasen des Projektmanagements werden in Theorie und Praxis vermittelt: - Projektakquisition (u. a. Stufen der Projektakquisition, Preisgestaltung, Projektvertrag) - Projektkonzept (u. a. Zielformulierung, Arbeitsphasen) - Projektplanung (u. a. Planungsmethoden, Struktur-, Zeit- und Kostenplanung) - Projektumsetzung (Projektsteuerung, Controllinginstrumente, Risikomanagement) - Projektteam (u. a. Projektstart, Teambildung, Motivation, Rolle des Projektleiters) - Projektabschluss (u. a. Berichterstattung, Präsentation, Abschlussarbeiten) - Grundlagenkenntnisse im Umgang mit Projektmanagementsoftware					
<u>Veranstaltungsmanagement:</u> Im Seminar Veranstaltungsmanagement werden grundlegende Begriffe des Veranstaltungsmanagements geklärt und Teilschritte zur (erfolgreichen) Veranstaltungsumsetzung vermittelt, unter anderem: - Event vs. Veranstaltung - Arten und Merkmale von Events - Zielsetzungen - Grundlagen des Eventmarketing - Finanzierungsmöglichkeiten - Aufbau- und Ablaufplanung - Marketing für Events - Risikomanagement - Sicherheitskonzeption - Locationmanagement - Nachbetreuung - Erfolgskontrolle und Evaluation					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Projektmanagement:</u> Ziel der Veranstaltung ist die Vermittlung von Kenntnissen zu Begriff, Entwicklung, Bedeutung und Inhalten des Projektmanagements. Die Studierenden lernen die Grundlagen des operativen Projektmanagements kennen und werden mit den wichtigsten Arbeitstechniken und Instrumenten der Projektplanung vertraut gemacht. Sie erwerben Kenntnisse, die sie befähigen, in einer Projektumgebung zu arbeiten und Projekte erfolgreich abzuschließen. Es werden Fähigkeiten für die Führung eines Projektteams entwickelt und der Umgang mit Projektmanagement-Software geschult.					

Veranstaltungsmanagement:

Die Studierenden lernen zunächst die theoretischen Grundlagen des Veranstaltungsmanagements kennen, um diese in zahlreichen Übungen auf ihre eigenen Veranstaltungen, an denen das gesamte Semester aufbauend gearbeitet wird, zu übertragen. In Kleingruppen wird hier sehr praxisorientiert gearbeitet. Die Studierenden bekommen darüber hinaus ein Gefühl dafür vermittelt, welche Stakeholderinteressen bei einer Veranstaltung aufeinander treffen und wie mit diesen umgegangen werden kann. Nach (erfolgreicher) Teilnahme des Kurses sind die Studierenden in der Lage eine Veranstaltung eigenständig zum Erfolg zu führen. Sie erwerben Kenntnisse, die es benötigt, um eine Veranstaltung erfolgreich zu konzipieren und umzusetzen und analysieren.

Literatur und Arbeitsmaterialien**Projektmanagement:**

Burghadt, M. (2018): Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten, 10. Auflage, Publicis Publishing, Erlangen.
Drews, G./Hillebrand, N./Kärner, M./Peipe, S./Rohrschneider, U. (2016): Praxishandbuch Projektmanagement, 2. Auflage, Haufe, Freiburg/München.
Kraus, G./Westermann, R. (2014): Projektmanagement mit System: Organisation, Methoden, Steuerung, 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
Madauss, B. J. (2017): Projektmanagement: Theorie und Praxis aus einer Hand, 7. Auflage, Springer Vieweg, Berlin.
Meyer, H./Reher, H.-J. (2016): Projektmanagement: von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss, Springer Gabler, Wiesbaden.
Olfert, K. (2016): Projektmanagement, 10. Auflage, Kiehl, Herne.
Software
Eigenes Seminarskript
Foliensätze der Studierenden

Veranstaltungsmanagement:

Holzbaur, U. (2010): Eventmanagement: Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, 4. Auflage, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.
Jäger, D. (2018): Grundwissen Eventmanagement, 3. Auflage, UKV, München.
Sakschewski, T./Siegfried, P. (2017): Veranstaltungsmanagement: Märkte, Aufgaben, Akteure, Springer Gabler, Wiesbaden.
Siekmeier, S. (2015): Professionelles Eventmanagement: Planen - Organisieren - Durchführen, Business Village, Göttingen.
Zanger, C. (Hrsg.) (2018): Events und Marke: Stand und Perspektiven der Eventforschung, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Arbeitsmaterialien

SL3 Kommunale Verwaltungssteuerung

Nr.: SL3	Pflichtmodul: Kommunale Verwaltungssteuerung	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 3	
	Voraussetzungen für die Teilnahme:	Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
Präsenz: 60h		Selbststudium: 120h			
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Burth		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Kommunales Management				V+Ü	2
Grundlagen des Verwaltungsrechts				V+Ü	2
Inhalte					
<u>Kommunales Management:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Begriff der Kommune - kommunale Aufgaben - sozioökonomische Rahmenbedingungen - kommunale Akteure - Prinzipal-Agent-Theorie - Anspruchsgruppen - Korruptionsprävention - kommunale Ziele - Bürokratie-Modell nach Max Weber - Neues Steuerungsmodell - Grundlagen der Kommunalfinanzen - Personalmanagement - Marketing 					
<u>Grundlagen des Verwaltungsrechts:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Stellung von Verwaltungsbehörden im Staatsaufbau - Grundbegriffe Staatsorganisationrecht (Demokratieprinzip, Rechtsstaat, Bundesstaat, Sozialstaat) - Bedeutung des Europarechtes für das Verwaltungshandeln - Bedeutung der Grundrechte für das Verwaltungshandeln - Grundrechteprüfung und verfassungsgerichtliche Überprüfung - Normenhierarchie - Verwaltungsträgerbegriff und Behördenbegriff des VwVfG - Handlungsformen der Hoheitsträger - Verwaltungsakt und verwaltungsrechtlicher Vertrag - Rechtmäßigkeitsprüfung - Gerichtlicher Rechtsschutz im Verwaltungshandeln - Überblick über wichtige Teile des besonderen Verwaltungsrechtes (außer Kommunalrecht, dafür gesonderte Veranstaltung) wie: Polizei- und Ordnungsrecht; Versammlungsrecht; Gewerberecht; und insbesondere Bau- und Planungsrecht 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Kommunales Management:</u>					
Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Aufgaben der Kommunen und ihre Einordnung in den Staatsaufbau der Bundesrepublik Deutschland. Sie lernen, strategische und operative kommunale Ziele zu entwickeln.					

Der Kurs vermittelt zudem, welche Aufgaben die wichtigsten kommunalen Akteure (z. B. Volksvertretung, Hauptverwaltungsbeamter) haben. Darüber hinaus lernen die Studierenden die Grundlagen des Organisations-, Finanz- und Personalmanagements sowie des Marketings in Kommunen (in Abgrenzung zu ihren Pendanten in der Privatwirtschaft).

Grundlagen des Verwaltungsrechts:

Die Studierenden sollen die Entscheidungen der Verwaltungsbehörden grundsätzlich diskutieren und dafür verstehen und nachvollziehen und in ihren Auswirkungen einordnen können. Dafür sollen Sie Grundbegriffe und Zusammenhänge des hoheitlichen Handelns kennen, mit ihnen Sachverhalte erörtern können und sie in angemessenen Kontexten beispielsweise bei der Rechtmäßigkeitsprüfung von Verwaltungshandeln an geeigneten Sachverhalten, anwenden können.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Kommunales Management:

Bogumil, J./Holtkamp, L. (2013): Kommunalpolitik und Kommunalverwaltung, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.

Gourmelon, A./Seidel, S./Treier, M. (2019): Personalmanagement im öffentlichen Sektor: Grundlagen und Herausforderungen, 2. Auflage, Rehm Verlag, Heidelberg/Hamburg.

Schauer, R. (2015): Öffentliche Betriebswirtschaftslehre: Public Management, 3. Auflage, Linde Verlag, Wien.

Zimmermann, H. (2016): Kommunalfinanzen: Eine Einführung in die finanzwissenschaftliche Analyse der kommunalen Finanzwirtschaft, 3. Auflage, Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin.

Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen

Grundlagen des Verwaltungsrechts:

Battis, U.: Öffentliches Baurecht und Raumordnungsrecht. Jeweils aktuelle Auflage, Kohlhammer, Stuttgart (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Ipsen, J.: Allgemeines Verwaltungsrecht. Jeweils aktuelle Auflage, Vahlen, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Oberrath, J. D.: Öffentliches Recht mit Europarecht und Wirtschaftsverwaltungsrecht. Jeweils aktuelle Auflage, Vahlen, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Sodan, H./Ziekow, J.: Grundkurs Öffentliches Recht - Staats- und Verwaltungsrecht. Jeweils aktuelle Auflage, C.H. Beck, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Ggf. geeignete Aufsätze aus juristischen Ausbildungs- oder Fachzeitschriften.

SL4 Stadt und Gesellschaft

Nr.: SL4	Pflichtmodul: Stadt und Gesellschaft	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 3	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60h	Selbststudium: 120h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Stadt- und Regionalmarketing				V+Ü	2
Stadt- und Regionalsoziologie				V+Ü	2
Inhalte					
<p><u>Stadt- und Regionalmarketing:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des (Stadt-)Marketing - Theorie des Stadtmarketing - Prozess des Stadtmarketing - Visionen, Leitbilder, Konzeption und Organisation im Stadtmarketing - Handlungsfelder im Stadtmarketing - Zieldimensionen des Stadtmarketing - Ziel- und Anspruchsgruppen im Stadtmarketing - Stadtmarketing- Mix - Realisation von Stadtmarketing - Probleme und Herausforderungen im Stadtmarketing - Möglichkeiten der Partizipation und Kooperation im Stadtmarketing - Die Stadt als Marke: Markenbildung und -führung im Stadtmarketing - Stadtkultur, Stadtidentität und Stadtimage <p><u>Stadt- und Regionalsoziologie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die (Stadt-)Soziologie - Theorie und Konzeption der Soziologie - Klassische Werke der Stadtsoziologie - Gesellschaftlicher Wandel und Gegenwartsdiskussion - Grundlagenmodelle der Stadt- und Regionalsoziologie - Raumverständnisse und Gesellschaft - Grundlagen sozialer Segregation - Die Europäische Stadt - Segregation, Soziale Exklusion, Gentrifizierung im urbanen und ländlichen Raum - Nachbarschaft, Quartier, Wohn- und Lebensformen - Multikulturalität, Migration und Integration - Öffentliche Räume und Freiräume, Mobilität und Architektur - Kriminalität und Sicherheit - Urbane Kunst und kreativ-urbane Milieus 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Stadt- und Regionalmarketing:</u></p> <p>Die Teilnehmenden des Seminars lernen die Grundzüge des Stadtmarketings sowohl aus institutioneller als auch aus Managementsicht kennen. Dabei werden die häufigsten Ziel- und Anspruchsgruppen und die geläufigsten Handlungsfelder erörtert und die jeweiligen Bedürfnisse der Stakeholder erläutert.</p>					

Die Studierenden sollen Stadtmarketing als zentrales Handlungsfeld der Stadtentwicklung begreifen und die dafür notwendigen Kompetenzen erlernen. Die Studierenden sollen die Bedeutung von Identitäten und Images von Städten erkennen und diese durch im Stadtmarketing übliche Methoden beeinflussen lernen. Im Zuge dessen sollen die Studierenden lernen, wie ein Stadtmarketingprozess idealtypisch abläuft.

Stadt- und Regionalsoziologie:

Die Studierenden lernen den Einfluss gesellschaftlicher Prozesse auf Städte und ländliche Räume kennen. Sie setzen sich mit Konzepten, Theorien und Modellen auseinander, die soziale Strukturen Prozesse erklären oder verständlich machen wollen. Dabei geht es z. B. um Ansätze aus den Bereichen Demographie, Lebensstilsegmentierung und Migration/Integration. Die Studierenden lernen wie sich Räume unter deren Einfluss verändern. Sie lernen einerseits räumliche Strukturen als temporären Ausdruck sozialer Prozesse zu verstehen und andererseits wie Raum auf die Gesellschaft wirkt. Die Studierenden reflektieren aktuelle Problemstellungen wie Gentrifizierung, passive soziale Segregation und die abgeminderte Suburbanisierung und leiten Implikationen für das Management ab.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Stadt- und Regionalmarketing:

- Kausch, T./Pirck, P./Strahlendorf, P. (2017): Städte als Marken 2. Herausforderungen und Horizonte, New Business Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg.
- Kausch, T./Pirck, P./Strahlendorf, P. (2013): Städte als Marken: Grundlagen und Management, New Business Verlag GmbH & Co KG, Hamburg.
- Kenkmann, A./Spinnen, B./bscd e.V. (2019): Stadtgeschichte, Stadtmarke, Stadtentwicklung: Zur Adaption von Geschichte im Stadtmarketing, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Koch, T. (2012): Stadtmarketing: Praxishandbuch für kommunales Management, 2.Auflage, AV Akademikerverlag, Saarbrücken.
- Konken, M. (2006): Stadtmarketing Kommunikation mit Zukunft, 2.Auflage, Gmeiner-Verlag GmbH, Meßkirchen.
- Kotler, P./Kartajaya, H./Setiawa, I.(2017): Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft, Campus Verlag, Frankfurt/New York.
- Kotler, P./Keller, K.-O. /Opresnik, M.-O. (2017): Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien, 15.Auflage, Pearson, Hallbergmoos.
- Löw, M./Terizakis, G. (2011): Städte und ihre Eigenlogik, Campus Verlag, Frankfurt am Main.
- Meffert, H./Spinnen, B./Block, J./bscd e.V. (Hrsg.) (2018): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Wesselmann, S./Hohn, B. (2017): Public Marketing: Marketing-Management für den öffentlichen Sektor, 4.Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Arbeits-/Unterrichtsmaterialien: eigenes Vorlesungsskript

Stadt- und Regionalsoziologie

- Giddens A./Fleck C./Egger de Campo, M. (2009). Soziologie, 3.Auflage, Hausner & Nausner, Graz, Wien.
- Häußermann, H./Siebel, W. (2004): Stadtsoziologie. Eine Einführung, Campus, Frankfurt am Main.
- Kessl, F./Reutlinger, C. (2019): Handbuch Sozialraum: Grundlagen für den Bildungs- und Sozialbereich, 2.Auflage, Springer VS; Wiesbaden.
- Löw, M. (2008): Soziologie der Städte, 1.Auflage, Suhrkamp, Frankfurt am Main.
- Löw, M./Steets, S./Stoetzer, S. (2008): Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie, 2. Auflage, Verlag Barbara Budrich, Opladen.
- Schimank, U./Volkman, U. (2007): Soziologische Gegenwartsdiagnosen I: Eine Bestandsaufnahme, 2.Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Werlen, B. (2008): Sozialgeographie: eine Einführung, 3.Auflage, Haupt Verlag, Bern.
- Arbeits-/Unterrichtsmaterialien: eigenes Vorlesungsskript

SL5 Grundlagen der Planung

Nr.: SL5	Pflichtmodul: Grundlagen der Planung	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 3	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
Präsenz: 60h		Selbststudium: 120h			
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Stadt- und Regionalplanung				V+Ü	2
Verkehrsplanung				V+Ü	2
Inhalte					
<u>Stadt- und Regionalplanung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das deutsche Planungssystem - Geschichte der Stadt(-Planung) - Raumstrukturen in Deutschland: Raumordnung auf Bundesebene, Landes- und Regionalplanung - Grundzüge der kommunalen Verwaltung - Kommunale Bauleitplanung - Bauplanungs- und Bauordnungsrecht - Grundzüge der Stadtgestaltung - Informelle und kooperative Gestaltungsformen - Aktuelle und zukünftige Herausforderungen der Stadtentwicklung 					
<u>Verkehrsplanung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundsätze und Methodik der Verkehrsplanung - Entwicklung und aktueller Stand - Planungsprozess - Arbeitsschritte der Planung - Aufteilung nach Verkehrsentwicklungsplanung und Objektplanung - Aspekte einzelner Verkehrsmittel sowie gruppenspezifische Aspekte (z. B. Barrierefreiheit) 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Stadt- und Regionalplanung:</u>					
Die Studierenden erhalten fundierte Kenntnisse über Ziele, Träger und Methoden der Raumplanung in Deutschland, erlangen einen grundlegenden Überblick über die kommunale Verwaltung in Deutschland (im Allgemeinen) und Niedersachsen (im Speziellen) entwickeln ein intuitives Verständnis für raumplanerische Fragestellungen und für den Nutzen interdisziplinärer Lösungsansätze. Darüber hinaus werden Kenntnisse wichtiger Inhalte der Stadtentwicklung und städtebaulichen Qualität vermittelt. Die Studierenden werden für aktuelle Probleme der Stadt- und Regionalplanung sensibilisiert. Darüber hinaus werden die wichtigsten Instrumente der Stadt- und Regionalplanung vorgestellt.					
<u>Verkehrsplanung:</u>					
Bei erfolgreicher Teilnahme verfügen die Studierenden über methodische und konzeptionelle Kompetenzen in allen Bereichen der Verkehrsplanung ausgehend von der übergeordneten Ebene der Verkehrsentwicklungsplanung bis hin zur konkreten Verkehrsobjektplanung.					

Literatur und ArbeitsmaterialienStadt- und Regionalplanung:

ARL (Hrsg.) (2011): Grundriss der Raumordnung und Raumentwicklung, Verlag der ARL, Hannover.

ARL (Hrsg.) (2005): Handwörterbuch der Raumordnung, 4. Auflage, Verlag der ARL, Hannover.

Berding, N./Bukow, D./Cudak, K. (Hrsg.) (2018): Die kompakte Stadt der Zukunft, Springer VS, Wiesbaden.

Frey, O. (2011): Die Zukunft der europäischen Stadt: Stadtpolitik, Stadtplanung und Stadtgesellschaft im Wandel, VS Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden.

Lauzi, M. (2019): Smart City: Technische Fundamente und erfolgreiche Anwendungen, Carl Hanser Verlag, München.

Streich, B. (2011): Stadtplanung in der Wissensgesellschaft: Ein Handbuch, 2. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaft, Wiesbaden.

Weiß, S. (2019): Quartiere für Alle: Städtebauliche Strategien sozialer Inklusion in der Planung von Wohnquartieren, Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Zemke, R. (2018): Der Bebauungsplan in der Praxis: Grundlagen, Abwägungs- und Festsetzungstechnik, Kohlhammer, Stuttgart.

Zilch, K. (2014): Raumordnung und Städtebau, Öffentliches Baurecht/Verkehrssysteme und Verkehrsanlagen, Springer, Berlin.

Verkehrsplanung:

Arbeitsmaterialien sowie kompetente Ansprechpartner werden im Rahmen der Veranstaltung vorgestellt und benannt.

FS3 Wirtschaftsenglisch III

Nr.: FS3	Pflichtmodul: Wirtschaftsenglisch III	Sprache: Englisch		Credits: 3	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 3	
		Workload: 90h		Prüfungsform: KL60	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 30h	Selbststudium: 60h		
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Dr. phil. Thomas Caplan		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Wirtschaftsenglisch III				S	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<u>Wirtschaftsenglisch III</u> - Fortgeschrittene Grammatik und Kommunikationsgrundlagen - Englischer Wortschatz der Volks- und Betriebswirtschaftslehre - Ausgewählte Themen in den Bereichen Energie, Projektmanagement, Digitalisierung, E-Marketing, Governance, Macht und Wandel im Unternehmen, Dienstleistung und Kundenzufriedenheit, Kultur, Finanzwesen					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Wirtschaftsenglisch III:</u> Der Grundwortschatz des Wirtschaftsenglischen wird weiter ausgebaut und mündlich und schriftlich verwendet. Die Studierenden erweitern ihre Kompetenzen dadurch, dass sie zahlreiche Fachtexte lesen und den Inhalt zusammenfassen. Weiterhin werden im Seminar praktische berufsspezifische Kommunikationssituationen sprachlich erfasst und eingeübt, wie zum Beispiel bei Übungen zu Geschäftsgesprächen oder zu der „Kunst der Verhandlung“. Auch die Vermittlung von Wirtschaftskorrespondenz wird ein wichtiger Teil des Seminars.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
Caplan, T. K. (2015): The Distinction of Human Being, Vernon Press, Delaware. Duckworth, M./Turner, R. (2012): Business Result, upper-intermediate, Univ. Press, Oxford. Dubicka, I./O’Keeffe, M. (2016): Market Leader, Advanced, 3. Auflage, Pearson, London. Trappe, T./Tullis, G. (2016): Intelligent Business, Advanced, 5. Auflage, Pearson, London.					

4. Semester

AL10 Finanzierung und Investition

Nr.: AL10	Pflichtmodul: Finanzierung und Investition	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 4	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56h	Selbststudium: 124h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Burth		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Finanzierung				V+Ü	2
Investition				V+Ü	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte <u>Finanzierung:</u> - Grundlagen der Finanzwirtschaft - Finanzierungsformen - Finanzanalyse und Finanzplanung <u>Investition:</u> - Statische und dynamische Investitionsrechenverfahren - Anwendung der Kapitalwertmethode, der Annuitätenmethode und der Internen-Zinssatz-Methode					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <u>Finanzierung:</u> Die Studierenden sollen die Grundlagen und die Zusammenhänge der Finanzwirtschaft der Unternehmung sowie die Grundlagen der Finanzierung kennenlernen und beurteilen. <u>Investition:</u> Die Studierenden sollen die Grundlagen der Investition kennenlernen und beurteilen.					
Literatur und Arbeitsmaterialien <u>Finanzierung:</u> Däumler, K.-D./Grabe, J./Meinzer, C. R. (2019): Finanzierung verstehen, 11. Auflage, NWB, Herne. Drukarczyk, J./Lobe, S. (2014): Finanzierung, 11. Auflage, UTB, Stuttgart. Olfert, K./Reichel, C. (2017): Finanzierung, 17. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen. Pape, U. (2018): Grundlagen der Finanzierung und Investition, 4. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin/Boston. Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, Vahlen, München. Skript Finanzierung					

Investition:

Galli, A. (2017): Grundlagen der Investitionsrechnung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Olfert, K./Reichel, C. (2015): Investition, 13. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen

Pape, U. (2018): Grundlagen der Finanzierung und Investition: Mit Fallbeispielen und Übungen, 4. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin/Boston.

Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, Vahlen, München.

Skript Investition

AL11 Controlling und Kommunal финанzen

Nr.: AL11	Pflichtmodul: Controlling und Kommunal финанzen	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 4	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56h	Selbststudium: 124h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Burth		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Controlling				V+Ü	2
Kommunal финанzen				V+Ü	2
Teile des Moduls werden für folgende Studiengänge verwendet: SPM, SRM, TM					
Inhalte					
<p><u>Controlling:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben des Controllings - Rechnungswesen, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, Berichtswesen - Grundlagen der operativen, taktischen und strategischen Planung und Kontrolle - Controlling-Werkzeuge, z. B. Plankostenrechnung, Zielkostenrechnung, Balanced Scorecard - Chancen- und Risikocontrolling <p><u>Kommunal финанzen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung der Kommunal финанzen für das Stadt- und Regionalmanagement - finanzbezogene Aufgaben wichtiger Akteure (z. B. Volksvertretung, Hauptverwaltungsbeamter, Überörtliche Kommunalprüfung) - Steuern - Kommunaler Finanzausgleich - Kreisumlage - kommunale Ausgaben - Schuldenproblematik - Kameratechnik und Doppik - Haushaltssatzung und Haushaltsplan - Haushaltsgrundsätze - Analyse des Jahresabschlusses 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Controlling:</u></p> <p>Die Studierenden lernen, welche Funktionen das Controlling in einem Unternehmen hat und wie es mit der Unternehmensführung zusammenhängt. Sie können das operative und das strategische Controlling voneinander abgrenzen und die gelernten Controlling-Werkzeuge anwenden. Darüber hinaus lernen die Studierenden, Chancen und Risiken zu identifizieren, zu bewerten und zu steuern.</p> <p><u>Kommunal финанzen:</u></p> <p>In dem Kurs sollen die Studierenden lernen, welche Aufgaben die wichtigsten Entscheidungsträger der Kommunal финанzen haben. Sie erhalten einen Überblick über die Einnahmen und Ausgaben der Kommunen und den damit verbundenen Entscheidungsspielräume. Darüber hinaus bekommen sie die Probleme der Schulden der Kommunalhaushalte vermittelt. Nach der Teilnahme des Kurses sollen die Studierenden zudem verstehen, wie sie Haushalte und Jahresabschlüsse lesen und bewerten können.</p>					

Literatur und ArbeitsmaterialienControlling:

Behringer, S. (2018): Controlling, Springer Gabler, Wiesbaden.

Britzelmaier, B. (2017): Controlling: Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder, 2. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.

Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (2019): Controlling, 14. Auflage, Vahlen, München.

Küpper, H.-U./Friedl, G. (2013): Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.

Reichmann, T./Kißler, M./Baumöl, U. (2017): Controlling mit Kennzahlen, 9. Auflage, Vahlen, München.

Steinle, C./Daum, A. (2007): Controlling, 4. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Weber, J./Schäffer, U. (2016): Einführung in das Controlling, 15. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen

Kommunalfinanzen:

Niedersächsisches Haushaltsrecht

Lasar, A./Grommas, D./Goldbach, A./Zähle, K./Diekhaus, B./Hankel, B. (2017): Kommunales Haushalts- und Rechnungswesen in Niedersachsen: Kommentar, 4. Auflage, SV Saxonia, Dresden.

Rose, J. (2018): Kommunales Haushaltsrecht Niedersachsen, 3. Auflage, Deutscher Gemeindeverlag, Stuttgart.

Schuster, F. (2011): Kommunale Kosten- und Leistungsrechnung: Controllingorientierte Einführung mit Bezügen zum NKF bzw. NKR, 3. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, München.

Schwarting, G. (2016): Den kommunalen Haushaltsplan richtig lesen und verstehen, 5. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Zimmermann, H. (2016): Kommunalfinanzen: Eine Einführung in die finanzwissenschaftliche Analyse der kommunalen Finanzwirtschaft, 3. Auflage, Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin.

Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen

SL6 Regionalwirtschaftskompetenz

Nr.: SL6	Pflichtmodul: Regionalwirtschaftskompetenz	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 4	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56h	Selbststudium: 124h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Grit Leßmann		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Wirtschaftsförderung				V+Ü	2
Immobilienmanagement				V+Ü	2
Inhalte					
<u>Wirtschaftsförderung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Wirtschaftsförderung (Begriffsdefinition, Einordnung in die Wirtschaftspolitik, Aufgabenfelder der kommunalen Wirtschaftsförderung, Akteursebenen der Wirtschaftsförderung, Begründung wirtschaftsfördernder Eingriffe, historische Entwicklung) - Konzept einer rationalen Wirtschaftsförderung (Zielgruppen der kommunalen Wirtschaftsförderer, Zielbildung, Situationsanalyse, Diagnose, Maßnahmen, Erfolgskontrolle) - Region als Wirtschaftsstandort (Standortwahl von Unternehmen, Ansiedlungspolitik und Standortvermarktung) - Planung von Gewerbe und Industriegebieten (Marktsituation und Standortanforderungen, Methoden zur Ermittlung des Gewerbeflächenbedarfs, Gestaltung von Gewerbegebieten) - Cluster- und Netzwerkförderung (Forschungs- und Innovationspolitik) - Unterstützung von Unternehmensgründungen (Gründungsgeschehen in Deutschland, Besonderheiten junger Unternehmen, Möglichkeiten der Gründungsförderung) - Subventionen zur Unterstützung der wirtschaftlichen Entwicklung (Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, Zielsetzungen der Subventionspolitik, Fördermittel und Förderlandschaft in Deutschland) - Wirtschaftsförderung im Kontext der europäischen Regionalpolitik - Einzelhandelsentwicklung als Tätigkeitsfeld der Wirtschaftsförderung 					
<u>Immobilienmanagement / Sonderimmobilien:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundzüge und Spezifika des Immobilienmarktes - Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Immobilienmanagement - Grundlagen des Facility Management für die Betriebsbereitschaft von Immobilien - Grundlagen des Operating Management im Sinne der Bewirtschaftung von Immobilien - Übersicht zum Spektrum von Sonderimmobilien - Exemplarische Vertiefung einzelner Beispiel-Immobilien zur Herausarbeitung der Besonderheiten - Rolle von Sonderimmobilien für das Stadt- und Regionalmanagement 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Wirtschaftsförderung:</u>					
Die Studierenden lernen die rechtlichen sowie ökonomischen Grundlagen von Wirtschaftsförderung, ihre Möglichkeiten und Grenzen kennen. Das Fach vermittelt Basiswissen zu den Instrumenten und Steuerungsmechanismen der kommunalen Wirtschaftsförderung und schlägt die Brücke zwischen theoretischen Erkenntnissen der Regionalökonomie und den politischen Anwendungen. Außerdem werden die Studierenden mit den Angebots- und Nachfragestrukturen des Einzelhandels und ihren Bezügen zur Kommune/Region vertraut gemacht.					

Immobilienmanagement / Sonderimmobilien:

Die Studierenden lernen die Grundlagen des Immobilienmarktes als relevantem Handlungsfeld in Kommunen kennen. Es werden Grundlagen für den Betrieb von Immobilien (Facility Management, Operating Management) vermittelt.

In Bezug auf Sonderimmobilien erhalten die Studierenden einen Einblick in das Spektrum der entsprechenden Immobilien und exemplarische Einblicke in Besonderheiten des Unterhalts und des Betriebes.

Literatur und Arbeitsmaterialien**Wirtschaftsförderung:**

Apolte, T./Erlei, M./Göcke, M./Menges, R./Notburga, O./Schmidt, A. (2019): Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik III: Wirtschaftspolitik, Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Bröcker, J./Fritsch, M. (Hrsg.) (2012): Ökonomische Geographie, Vahlen, München.

Chilla, T./Kühne, O. (2016): Regionalentwicklung, Eugen Ulmer, Stuttgart.

Eckey, H. F. (2008): Regionalökonomie, Gabler, Wiesbaden.

Farhauer, O./Kröll, A. (2014): Standorttheorien: Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis, 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Lahner, J. (2017): Entwicklung und Regionalökonomie in der Wirtschaftsförderung, Springer Gabler, Wiesbaden.

Lahner, J./Neubert, F. (2016): Einführung in die Wirtschaftsförderung: Grundlagen für die Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden.

Lemmp, J./Korn, T./van der Beek, G./Fischer, E. (Hrsg.) (2015): Aktuelle Herausforderungen in der Wirtschaftsförderung, Springer Gabler, Wiesbaden.

Lennardt, S./Stakemeier, D. (2017): Standortmarketing in der Wirtschaftsförderung: Grundlagen für die Praxis, Springer Gabler, Wiesbaden.

Eigenes Vorlesungsskript

Immobilienmanagement / Sonderimmobilien:

Bielzer, L./Wadsack, R. (Hrsg.) (2011): Betrieb von Sport- und Veranstaltungsimmobilien, Lang, Frankfurt.

Bienert (Hrsg.) (2018): Bewertung von Spezialimmobilien, 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Gondring, H./Wagner, T. (2018): Facility Management, 3. Auflage, Vahlen, München.

Heller, U. (2010): Immobilienmanagement in Nonprofit-Organisationen, Gabler, Wiesbaden.

Rottke, N./Voigtländer, M. (Hrsg.) (2017): Immobilienwirtschaftslehre - Ökonomie, Springer Gabler, Wiesbaden.

Wadsack: Veranstaltungs-Skript

SL7 Angewandte Geographie

Nr.: SL7	Pflichtmodul: Angewandte Geographie	Sprache: deutsch		Credits: 7	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 4	
		Workload: 210h		Prüfungsform: RE + EW	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56h	Selbststudium: 154h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Brigitte Wotha		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Planspiel				S	2
Angewandte Planung				S	2
Inhalte					
<p><u>Planspiel:</u> Erwerb von praktischen und realistischen Erfahrungen bezüglich der Steuerung und Entwicklung einer Stadt/Destination, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategische und operative Entscheidungen treffen - Einsicht in die Arbeitsbereiche eine Stadt/Region erhalten - Kennenlernen interner und externer Einflüsse auf die Stadt- und Regionalentwicklung - Umgang mit Unsicherheit in Entscheidungsprozessen und Kontrolle von Risiken - Komplexen Einfluss von Einzelentscheidungen auf die Stadt- und Regionalentwicklung kennenlernen <p><u>Angewandte Planung:</u> Die Studierenden bearbeiten anhand einer Planungsaufgabe eine städtebauliche Fragestellung. In Gruppenarbeiten führen sie eine Bestandsanalyse durch, erstellen ein städtebauliches Leitbild fertigen einen Strukturplan sowie einen Rahmenplan an. Diese vorbereitenden Untersuchungen münden in der Erstellung eines normgerechten Bebauungsplanes verbunden mit städtebaulichen Detaildarstellungen.</p>					

Lernziele und zu vermittelnde KompetenzenPlanspiel:

Mit dem Planspiel sollen die Studierenden durch Simulation einer Praxissituation einen möglichst realistischen Einblick in spezifische Probleme und Zusammenhänge der Stadt- und Regionalentwicklung gewinnen, eigene Entscheidungen treffen und Konsequenzen ihres Handelns erfahren. Die Studierenden haben die Möglichkeit kreativ, weitgehend autonom und selbstorganisiert in Bezug auf konkrete Probleme zu handeln und Lösung im Team zu erarbeiten. Das Planspiel dient der Weiterentwicklung sozialer Kompetenzen und veranschaulicht praxisnah die Komplexität der Mechanismen der Stadt- und Regionalentwicklung.

Die im Rahmen des Seminars zum Einsatz kommenden Planspiele sind computergestützt und werden in Kleingruppen gespielt. Zur Verfügung stehen die Spiele URBAN DEVELOPMENT (Schwerpunkt Stadtentwicklung) und DESTINATIONS MANAGEMENT (Entwicklung einer Tourismusregion).

Angewandte Planung:

Nach der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, eine städtebauliche oder andere räumliche Problemlage mit den Methoden der räumlichen Planung zu analysieren, einen Lösungsvorschlag zu erarbeiten und diesen normgerecht darzustellen. Sie haben ein Verständnis für räumliche Zusammenhänge entwickelt und können die Festsetzungen und Darstellungen in der Bauleitplanung normgerecht anwenden.

Literatur und ArbeitsmaterialienPlanspiel:

Planspiel-Software

Umfangreiche Handbücher und Studierenden-Unterlagen zum Spiel

Foliensätze und Vortragsunterlagen der Studierenden

Angewandte Planung:

Albers, G. (2017): Stadtplanung: Eine illustrierte Einführung, 3. Auflage, WBG, Darmstadt.

Korda, M. (2005): Städtebau: Technische Grundlagen, 5. Auflage, Teubner, Stuttgart.

Reicher, C. (2017): Städtebauliches Entwerfen, 5. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.

Reicher, C. (2018): Erfassung, Bewertung und Sicherung der Stadtgestalt: Schnelleinstieg für Architekten, Springer Vieweg, Wiesbaden.

SL8 Praxisschwerpunkt Stadt- und Regionalmanagement

Nr.: SL8	Wahlpflichtmodul: Praxisschwerpunkt Stadt- und Regionalmanagement (WPF 1 aus 2)	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 4	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180h		Prüfungsform: PA	
Präsenz: 56h		Selbststudium: 124h			
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Stadtmarketing				S	4
Regional-, Kultur- oder Eventmanagement (je nach Praxispartner)				S	4
Inhalte					
<u>Stadtmarketing:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung der Vorlesungsinhalte aus Stadt- und Regionalmarketing aus dem 3. Semester - Praxisbeispiele aus zahlreichen Städten und Gemeinden - Entwicklung von wirtschaftlichen und soziokulturellen Profilierungsfeldern - Möglichkeiten zur Verbesserung der urbanen Lebensqualität - Kommunikation eigener Stärken durch konsistentes Storytelling - Möglichkeiten zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der Lebensqualität - Maßnahmen zur authentische Profilierung 					
<u>Regional-, Kultur- oder Eventmanagement</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung kultureller Angebote für die Entwicklung von Regionen - Disparitäten im Kulturangebot zwischen Stadt und Land - Grundlagen des Kulturmanagements und professioneller Kulturarbeit (Arten und Unterschiede von Kulturbetrieben, Management von Kulturbetrieben) - Kulturpolitische Grundlagen (Institutionen, Strukturen, Kulturföderalismus) - Kulturfinanzierung (Kulturökonomische Grundlagen, ökonomische Rechtfertigung staatlicher Eingriffe im Kultursektor, öffentliche Zuwendungen, Sponsoring und Fundraising, innovative Ansätze der Kulturfinanzierung) - Kulturmarketing und Audience Development - Kulturtourismus als Handlungsfeld im Regionalmanagement - Locationmanagement - Marketing - Besucher/Vertrieb - Sponsoring - Programm - Projektleitung, Konfliktmanagement, Projektmanagement, Gantt-Projekt, Risikomanagement - Methoden des Eventmanagement (Entwicklung von fachspezifischen Veranstaltungsthemen, Zeiteffizienz, Kreativitätstechniken, Erarbeitung von Arbeitskonzepten) 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Stadtmarketing:</u>					
Stadtmarketing als Ansatz der zielgerichteten Gestaltung und Vermarktung einer Stadt basiert auf der Philosophie der Kundenorientierung. Es dient der nachhaltigen Sicherung und Steigerung der Lebensqualität der Bürger und der Attraktivität der Stadt im Standortwettbewerb. Die Studierenden erlernen, wie ein systematischer Planungsprozess im Stadtmarketing abläuft und wie er durch die Anwendung der Instrumente des Marketingmix gesteuert werden kann.					

Erprobt werden unterschiedliche institutionalisierte Verfahren, um die vielfältigen und unterschiedlichen Interessen aus dem öffentlichen wie privaten Bereich der Stadtgesellschaft zusammenzuführen und zu einer ganzheitlichen Strategie zu vereinen.

Regional-, Kultur- oder Eventmanagement

Ländliche Räume stehen aufgrund gesellschaftlicher Entwicklungstendenzen wie demografischer Wandel, Pluralisierung und Individualisierung vor großen Herausforderungen. Kultur spielt gerade in diesen Räumen eine wichtige Rolle für gesellschaftlichen Zusammenhalt, Lebensqualität und regionale Entwicklung. Die Veranstaltung dient der Vermittlung grundlegender Kenntnisse der für das Kulturmanagement relevanten kultur-, volkswirtschafts- und gesellschaftswissenschaftlichen Grundlagen. Es soll das Verständnis für die unterschiedlichen Handlungslogiken in Kunst, Kultur, Wirtschaft und Gesellschaft gefördert werden. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, sich sicher im kulturellen Umfeld zu bewegen, Instrumente des Kulturmanagements zu beherrschen und erfolgreich als Vermittler zwischen Kunst, Kultur und Region zu agieren. Der Veranstaltungssektor in Deutschland verzeichnet weiterhin ein stetiges Wachstum. In vielen unternehmerischen und auch kommunalen Arbeitsfeldern ist das Planen und Durchführen von Veranstaltungen ein wichtiger Bereich des Arbeitsalltages geworden, sodass in diesem Seminar zahlreiche Einblicke in die verschiedenen Aspekte des Eventmanagement praxisorientiert erprobt werden. In diesem Seminar planen die Studierenden ihre eigene, reale Veranstaltung und werden dabei in ihrer Arbeit in Kleingruppen von den betreuenden Dozenten unterstützt. Hier können sie ihr Wissen aus den Veranstaltungen Projekt- und Veranstaltungsmanagement aus dem dritten Semester einbringen, erweitern und festigen. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, eigenverantwortlich Entscheidungen zu treffen und praxisnahe Erfahrungen zu sammeln und umzusetzen.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Stadtmarketing:

Meffert, H./Spinnen, B./Block, J./bcsd e.V. (Hrsg.) (2018): Praxishandbuch City- und Stadtmarketing, Springer Gabler, Wiesbaden.

Kausch, T./Pirck, P./Strahlendorf, P. (2017): Städte als Marken, New Business Verlag, Hamburg.

Lahner, J./Neubert, F. (2016): Einführung in die Wirtschaftsförderung, Springer Gabler, Wiesbaden.

Rößler, A. (2019): Internal City Branding: Ein empirisch validiertes Modell zur internen, identitätsbasierten Markenführung von Städten, Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Wessermann, S./Hohn, B. (2017): Public Marketing: Marketing-Management für den öffentlichen Sektor, 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Eigene Vorlesungsfolien und Arbeitsmaterialien

Regional-, Kultur- oder Eventmanagement

Klein, A. (2011): Kompendium Kulturmanagement: Handbuch für Studium und Praxis, Vahlen, München.

Hoppe, B. M./Heinze, T. (2016): Einführung in das Kulturmanagement: Themen - Kooperationen - Gesellschaftliche Bezüge, Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Heinrichs, W. (2012): Kulturmanagement: Eine praxisorientierte Einführung, 3. Auflage, WBG, Darmstadt.

Klein, A. (2010): Kulturpolitik: Eine Einführung, 3. Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Beckmann, K. (2006): Seminar-, Tagungs- und Kongressmanagement: Veranstaltungsdidaktik und -design, -Projektmanagement Durchführung und Nachbereitung, 2. Auflage, Cornelsen Verlag, Berlin.

Behrens-Schneider, C./Birven, S. (2009): Events- und Veranstaltungen organisieren, Redline, München.

Bühnert, C./Luppold, S. (2017): Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement: Konzeption & Gestaltung, Werbung & PR, Organisation & Finanzierung, Springer Gabler, Wiesbaden.

Holzbaier, U. (2010): Eventmanagement - Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, 3. Auflage, Springer Gabler, Berlin.

Jäger, D. (2018): Grundwissen Eventmanagement, UKV Verlagsgesellschaft, München.

Kiel, H.-J./Bäuchl, R. G. (2014): Eventmanagement: Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle, Vahlen, München.

Kirchgeorg, M./Dornscheidt, W./Stoek, N. (2017): Handbuch Messemanagement: Planung, Durchführung und Kontrolle von Messen, Kongressen und Events, Springer Gabler, Wiesbaden.

Knoll, T. (2018): Veranstaltungsformate im Vergleich: Entscheidungshilfen zum passgenauen Event, Springer Gabler, Wiesbaden.

Massonne, F. (2017): Veranstaltungsmanagement, Springer Gabler, Berlin.

Sakschewski, T./Paul, S. (2017): Veranstaltungsmanagement: Märkte, Aufgaben und Akteure, Springer Gabler, Wiesbaden.

Eigene Vorlesungsfolien und Arbeitsmaterialien

5. Semester

SL9 Kommunalrecht und Finanzwissenschaft

Nr.: SL9	Pflichtmodul: Kommunalrecht und Finanzwissenschaft	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 5	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme:	Präsenz: 60h	Selbststudium: 120h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Grit Leßmann		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Finanzwissenschaft				V+Ü	2
Kommunalrecht				V+Ü	2
Inhalte					
<u>Finanzwissenschaft:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Umfang und Analyse der Staatstätigkeit - Bereitstellung öffentlicher Güter und Korrektur externer Effekte - Grundfragen der Verteilung von Einkommen und Vermögen - Soziale Wohlfahrtsfunktionen, Konflikt zwischen Effizienz und Gerechtigkeit - Theorie der Besteuerung (Steuerarten, -tarife, Steuerlastverteilung, optimale Besteuerung) - Staatsverschuldung (Verschuldungstheorien und verfassungsrechtliche Grenzen) - Grundlagen der Sozialversicherungssysteme - Länderfinanzausgleich und Kommunalfinanzen (Kommunalsteuern, Beiträge und Gebühren) 					
<u>Kommunalrecht:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtliche Besonderheiten hoheitlichen und öffentlich-rechtlichen Handelns im kommunalen Bereich: <ul style="list-style-type: none"> o wesentliche Rechtsquellen o gesetzliche Typologie der Kommunen sowie deren Rechtsstellung im Staatsaufbau o kommunale Selbstverwaltungsgarantie - Aufgaben der Kommunen - Innere Kommunalverfassung: Organe der Kommunen, Zustandekommen, Kompetenzen und Zuständigkeiten - Unterscheidung von Bürgern und Einwohnern sowie deren Rechte und Pflichten - Wirtschaftliche Betätigung der Kommunen als wichtiger Bestandteil des „kommunalrechtlichen Themenparks“ - Rechtsschutzmöglichkeiten (z. B. Kommunalverfassungsbeschwerde oder Maßnahmen der Kommunalaufsicht) 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Finanzwissenschaft:</u> <p>Im Rahmen der Veranstaltung werden die Studierenden mit den Grundlagen der Ökonomie des öffentlichen Sektors vertraut gemacht. Sie erhalten einen Überblick über die relevanten Aktivitäten des Staates und lernen finanzpolitische Ziele, Instrumente und Wirkungen kennen. Darüber hinaus sind finanzwissenschaftliche und haushaltstechnische Fragen eines föderalen Staatsaufbaus inhaltlicher Schwerpunkt der Veranstaltung.</p>					
<u>Kommunalrecht:</u> <p>Die Studierenden lernen die rechtlichen Besonderheiten im hoheitlichen und öffentlich-rechtlichen Handeln des kommunalen Bereichs kennen und erhalten einen umfangreichen Einblick über die Aufgaben der Kommunen sowie die handelnden Organe der Kommune.</p>					

Literatur und ArbeitsmaterialienFinanzwissenschaft:

Blankard, C. B. (2017): Öffentliche Finanzen in der Demokratie: Eine Einführung in die Finanzwissenschaft, 9. Auflage, Vahlen, München.

Brümmerhoff, D./Büttner, T. (2018): Finanzwissenschaft, 12. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, München.

Fritsch, M. (2018): Marktversagen und Wirtschaftspolitik: Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns, 10. Auflage, Vahlen, München.

Zimmermann, H./Henke, K. D./Broer, M. (2017): Finanzwissenschaft: eine Einführung in die Staatsfinanzen, 12. Auflage, Vahlen, München.

Homburg, S. (2015): Allgemeine Steuerlehre, 7. Auflage, Vahlen, München.

Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungsfolien und Arbeitsmaterialien

Kommunalrecht:

Burgi, M.: Kommunalrecht. Jeweils aktuelle Auflage, C.H. Beck, München (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Engels, A.; Krausnick, D.: Kommunalrecht. Jeweils aktuelle Auflage, Nomos, Baden-Baden (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Pautsch, A. (2014): Kommunalrecht Niedersachsen. SV Saxonia, Dresden.

Seidel, A./Eckehart, R./Möstel, M. (2018): Allgemeines Verwaltungsrecht: Mit Kommunalrecht mit Bezügen zum Verwaltungsprozessrecht sowie Staatshaftungsrecht, 3. Auflage, C.H. Beck, München.

Seybold, J./Neumann, W./Weidner, F.: Niedersächsisches Kommunalrecht, Jeweils aktuelle Auflage, Maximilian, Hamburg (vorbehaltlich Verlagswechsel).

Ggf. geeignete Aufsätze aus juristischen Ausbildungs- oder Fachzeitschriften.

Eigene Foliensätze und Aufgabenblätter.

SL10 Interdisziplinäre Handlungsfelder

Nr.: SL10	Wahlpflichtmodul: Interdisziplinäre Handlungsfelder (WPF 2 aus 4)	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 5	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60h	Selbststudium: 120h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Grit Leßmann		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Tourismusmanagement				V+Ü	2
Sport und Kommune				V+Ü	2
Verkehr und Umwelt				V+Ü	2
Strategische Kommunikation in Non-Profit-Organisationen				V+Ü	2
Inhalte					
<u>Tourismusmanagement:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Begriffssystem Tourismus, wissenschaftliche Einordnung - Besonderheiten der touristischen Leistung und touristische Modelle - Touristische Nachfrage: Erfassungsmethoden und Kennzahlen - Reiseentscheidungsprozess - Buchungs- und Reiseverhalten bei Urlaubsreisen - Kurzreisen, Geschäftsreisen - Nachfrage nach Kuren - Die Bedeutung des Tourismus - Tourismuskritik - Tourismuspolitische Organisationen und Grundstrukturen - Gestaltungskonzepte innerhalb der Tourismuspolitik - Aufgaben der einzelnen touristischen Anbieter innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette - Leistungen und Marktstrukturen bei Leistungsträgern (Hotellerie, touristische Transportunternehmen), Reiseveranstaltern, Reisemittlern und Destinationen/Attraktionen 					
<u>Sport und Kommune:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Übersicht zu Sportanbietern in Deutschland - Schnittstellen des Sports zu anderen Themenfeldern des Stadt- und Regionalmanagement - Aufbau des Vereins- und Verbandssports - Wirtschaftliche Grundlagen verschiedener Sportbetriebe (z. B. Vereine, kommerzielle Anbieter, Profisportbetriebe) - Akteure und Rahmenbedingungen kommunaler Sportpolitik - Sporträume und Sportfacilities als Grundlage sportiver Aktivitäten - Sportentwicklungsplanung als kommunale Aufgabe - Sportevents 					
<u>Verkehr und Umwelt:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Bestandsaufnahme und Entwicklungsprognosen - Lärm durch Straßen-/Schienen- und Luftverkehr - Schadstoffe, Emissionen des Straßenverkehrs, Schadstoffreduzierung - Flächeninanspruchnahme, - Energieverbrauch 					

- Externe Effekte
- Nachhaltigkeit, Umwelt und Verkehrspolitik.

Strategische Kommunikation in Non-Profit-Unternehmen:

- Definition und zentrale Begriffe strategischer Kommunikation
- Kommunikationswissenschaftliche Einordnung und Einführung zu grundlegenden Fragen
- Strategische Kommunikationsplanung
- Kommunikationscontrolling und integrierte Kommunikation
- Relevante kommunikationspolitische Instrumente (insbesondere Mediawerbung, Media Relations, Direct-Marketing, Verkaufsförderung, Messen/Ausstellungen, Events, Online-Kommunikation)
- Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen im Vergleich zu Profit-Organisationen
- Konsequenzen, die sich daraus für die Kommunikationsplanung ergeben
- Überblick zu verschiedenen Bezugsgruppen und den entsprechenden Disziplinen
- Unterscheidung von interner und externer Kommunikation
- Überblick über Kommunikationsziele, und -strategien aus ausgewählten Handlungsfeldern von Non-Profit-Organisationen

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

Tourismusmanagement:

Den Studierenden sollen Grundlagen des Systems Tourismus vermittelt werden. Es werden die Besonderheiten der touristischen Leistung erarbeitet. Die Studierenden sollen die tourismuswissenschaftlichen Disziplinen in den Gesamtkontext des Wissenschaftssystems einordnen können. Dabei lernen sie mit touristischen Modellen zu arbeiten. Es werden die heutigen Nachfrager und Anbieter im Tourismus analysiert. Die Nachfrager nach Urlaubsreisen werden von den Studierenden detailliert hinsichtlich ihrer Reiseentscheidung, ihres Buchungsverhaltens und ihres Reiseverhaltens betrachtet. Dafür werden Rahmenbedingungen, Einflussfaktoren und Urlaubsreisemotive hinzugezogen. Leistungsträger werden im Hinblick auf die touristische Wertschöpfungskette untersucht. Abschließend lernen die Studierenden tourismuspolitische Organisationen und Grundstrukturen kennen und ordnen diese in mögliche Gestaltungskonzepte der Tourismuspolitik ein.

Sport und Kommune:

Die Studierenden sollen verschiedene Formen sportlichen Handelns einordnen und den Zusammenhang mit kommunalem Handeln herstellen können. Dazu gehören die Kenntnis von Grundlagen des wirtschaftlichen Handelns von Nonprofit- und Profitorganisationen im Sport und die der Spezifika kommunaler Sportpolitik. Die Studierenden sollen sich letztlich in dem Themengebiet Sport und Kommune orientieren können.

Verkehr und Umwelt:

Den Studierenden soll ein Überblick über die Belange des Verkehrs in einem gesamtplanerischen Kontext vermittelt werden. Bei erfolgreicher Teilnahme verfügen die Studierenden über methodische und konzeptionelle Kompetenzen bezüglich der Querbezüge von Verkehr und Umwelt, können Emissionsbilanzen erstellen sowie Methoden der Nachhaltigkeit in Theorie und Praxis anwenden.

Strategische Kommunikation in Non-Profit-Unternehmen:

Den Studierenden sollen die Grundlagen der strategischen Kommunikation allgemein sowie konkret im Kontext von Non-Profit-Organisationen vermittelt werden. Dazu lernen die Studierenden zunächst zentrale Begriffe strategischer Kommunikation kennen und können relevante kommunikationswissenschaftliche Probleme diskutieren. In einem allgemeinen Teil lernen die Studierenden auf einer operativen Ebene die Planungsphasen eines Kommunikationskonzeptes und das Kommunikationscontrolling sowie auf einer strategischen Ebene das Konzept integrierter Kommunikation kennen. Die Studierenden sind in der Lage, die Vor- und Nachteile kommunikationspolitischer Instrumente für spezifische Problemstellungen zu erörtern. Im speziellen Teil kennen die Studierenden nicht nur die Besonderheiten strategischer Kommunikation von Non-Profit-Organisationen aus unterschiedlichen Handlungsfeldern, sondern können dazu auch Kommunikationsstrategien für unterschiedliche Zielgruppen entwickeln.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Tourismus:

- Linne, M. (2016): Grundwissen Tourismus, UKV Verlagsgesellschaft, Konstanz/München.
 Rein, H./Strasdas, W. (Hrsg.) (2017): Nachhaltiger Tourismus. Einführung, 2. Auflage, UKV Verlagsgesellschaft, Konstanz/München.

Freyer, W. (2015): Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 11. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin/München/Boston.

Sport und Kommune:

Bezold, T. (Hrsg.) (2013): Handwörterbuch des Sportmanagement, 2. Auflage, Verlag Peter Lang, Frankfurt am Main.

Bielzer, L./Wadsack, R. (Hrsg.) (2011): Betrieb von Sport- und Veranstaltungsimmobilien, Verlag Peter Lang, Frankfurt am Main.

Fahrner, M. (2014): Grundlagen des Sportmanagements, 2. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, München.

Pruin, G. (Hrsg.) (2008): Sportbünde und kommunale Sportpolitik, Meyer & Meyer, Aachen.

Wach, G./Wadsack, R. (2017): Sport in der Kommune als Managementaufgabe, Verlag Peter Lang, Frankfurt am Main.

Eigenes Veranstaltungs-Skript

Verkehr und Umwelt:

Literatur und Arbeitsmaterialien sowie kompetente Ansprechpartner werden im Rahmen der Veranstaltung vorgestellt und benannt.

Strategische Kommunikation in Non-Profit-Unternehmen:

Bruhn, M. (2012): Marketing für Nonprofit-Organisationen - Grundlagen, Konzepte, Instrumente, 2. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.

Hoffjann, O. (2015): Public Relations, UKV Verlagsgesellschaft, Konstanz/München.

Zerfaß, A./Piwinger, M./Röttger, U. (Hrsg.) (2019): Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie - Management - Wertschöpfung, Springer Gabler, Wiesbaden.

SL11 Stadt- und Regionalgeographie

Nr.: SL11	Pflichtmodul: Stadt- und Regionalgeographie	Sprache: deutsch		Credits: 5	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 5	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150h		Prüfungsform: HA + RE	
Präsenz: 45h		Selbststudium: 105h			
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Grit Leßmann		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Stadt- und Regionalgeographie				S	3
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - ausgewählte Themenkomplexe mit explizitem Regionalbezug, unter anderem: <ul style="list-style-type: none"> o Stadtbau in den neuen Bundesländern o Gated Communities in nordamerikanischen, europäischen und chinesischen Städten o Slumentwicklung in südamerikanischen Metropolen o Regionale Entwicklung europäischer Peripherieregionen - Theorien, Konzepte und Grundlagenmodelle der Humangeographie - regionale Beispiele auf verschiedenen Maßstabsebenen 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Die Studierenden lernen grundlegende Theorien, Modelle und Konzepte aus der Allgemeinen Humangeographie auf Regionen zu übertragen. Sie erarbeiten dazu in Kleingruppen Referate zu ausgewählten Fragestellungen. Dabei betrachten sie die besonderen Beziehungen zwischen Gesellschaften und räumlichen Umwelten. Sie ordnen Prozesse und räumliche Strukturen entsprechend ein. In anschließenden Diskussionen setzen sie sich kritisch mit den Beispielen auseinander. Die Studierenden vertiefen Kompetenzen, globale, regionale und lokale Vernetzungen und Zusammenhänge zu erkennen.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Bähr, J. (2010): Bevölkerungsgeographie: Verteilung und Dynamik der Bevölkerung in globaler, nationaler und regionaler Sicht, 5. Auflage, Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart.</p> <p>Bathelt, H./Glückler, J. (2018): Wirtschaftsgeographie: Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive, 4. Auflage, Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart.</p> <p>Borsdorf, A./Bender, O. (2010): Allgemeine Siedlungsgeographie, UTB, Wien.</p> <p>Eckardt, F. (Hrsg.) (2012): Handbuch Stadtsoziologie, Springer VS, Wiesbaden.</p> <p>Gebhardt, H./Glaser, R./Radtke, U. (u. a.) (Hrsg.) (2016): Geographie: Physische Geographie und Humangeographie, 2. Auflage, Springer Spektrum, Heidelberg.</p> <p>Gebhardt, H./Glaser, R./Lentz, S. (Hrsg.) (2013): Europa - eine Geographie, Springer Spektrum, Berlin/Heidelberg.</p> <p>Heineberg, H. (2017): Stadtgeographie, 5. Auflage, Schöningh, Paderborn.</p> <p>Kulke, E. (Hrsg.) (2010): Wirtschaftsgeographie Deutschlands, 2. Auflage, Spektrum Akademie Verlag, Heidelberg.</p> <p>Kulke, E. (2017): Wirtschaftsgeographie, 6. Auflage, Schöningh, Paderborn.</p> <p>Liefner, I./Schätzl, L. (2017): Theorien der Wirtschaftsgeographie, 11. Auflage, Schöningh, Paderborn.</p> <p>Maier, G./Tödting, F. (2012): Regional- und Stadtökonomik 1: Standorttheorie und Raumstruktur, 5. Auflage, Springer Wien Verlag Österreich, Wien.</p> <p>Maier, G./Tödting, F./Tripl, M. (2012): Regional- und Stadtökonomik 2: Regionalentwicklung und Regionalpolitik, 4. Auflage, Springer Wien Verlag Österreich, Wien.</p> <p>Folien der studentischen Referate</p>					

SL12 Finanzierungspraxis

Nr.: SL12	Pflichtmodul: Finanzierungspraxis	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 5	
		Workload: 180h		Prüfungsform: KL80	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60h	Selbststudium: 120h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Sponsoring				V+Ü	2
Fundraising				V+Ü	2
Inhalte					
<p><u>Sponsoring:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen (Definition, Eigenschaften, Sponsoringarten) - Entwicklung und Bedeutung des Sponsorings - Wirkungsforschung und Wirkungen (Wahrnehmung, Lernen und Gedächtnis, Einstellung und Image, insbesondere Imagetransfer, Kommerzielle Forschungsinstitute) - Management des Sponsorings: <ul style="list-style-type: none"> o Sponsoring-Grundsätze o Strategische Sponsoringplanung (Objekt, Ziele, Zielgruppe, Strategie, Budget) o Operative Sponsoringplanung (Sponsorshipauswahl, Vertrag, kommunikative Nutzung) o Durchführung o Kontrolle des Sponsorings (Prozess-, Ergebnis-, Wirtschaftlichkeitskontrollen) <p><u>Fundraising:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeinnützigkeit und Abgabenordnung als Grundlage - Fundraising-Strategie (Verständnis, Institutional Readiness, strategischer Ansatz, operative Umsetzung) - Fundraising-Kanäle (u. a. Spenden, Stiftungsgelder, öffentliche Zuschüsse, Fördervereine) - grundlegende Nutzungs- und Umsetzungsmöglichkeiten im Rahmen des Bezugsfeldes Stadt- und Regionalmanagement 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Sponsoring:</u></p> <p>Die Studierenden sollen Einblick in den kommunikativen und kommerziellen Kontext des Sponsorings erhalten. Sie sollen Sponsoringstrategien erkennen und bewerten sowie Sponsoringkonzepte aus der Perspektive des Sponsors und des Gesponsorten entwickeln können.</p> <p><u>Fundraising:</u></p> <p>Die Studierenden sollen die Grundlagen von Fundraising (= Mittelbeschaffung) kennen. Kernthemen sind Gemeinnützigkeit, Überzeugungsarbeit sowie die Förderlandschaft in Deutschland und der Region. In der Veranstaltung werden unterschiedliche Möglichkeiten und Wege der finanziellen Unterstützung für gemeinnützige und/oder kommunale Projekte behandelt. Einige aktive Fundraiser sowie Förderer werden sich und ihre Arbeit persönlich und exemplarisch vorstellen.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					

Sponsoring:

- Adjouri, N./Stastny, P. (2015): Sport-Branding, Mit Sport-Sponsoring zum Markenerfolg, 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Ahlert, D./Woisetschläger, D./Vogel, V. (Hrsg.) (2007): Exzellentes Sponsoring, Innovative Ansätze und Best Practices für das Markenmanagement, 2. Auflage, Dt. Univ.-Verlag, Wiesbaden.
- Bagusat, A./Hermanns, A. (2012): Grundlagen des Sportsponsorings, in: Galli, A./Elter, V.-C./Gömmel, R./Holzhäuser, W./Straub, W. (2012): Sportmanagement, 2. Auflage, Vahlen, S. 457-480, München.
- Bagusat, A./Marwitz, C./Vogl, M. (Hrsg.) (2008): Handbuch Sponsoring, Erfolgreiche Marketing- und Markenkommunikation, Schmidt, Berlin.
- Bortoluzzi Dubach, E./Frey, H. (2011): Sponsoring – Der Leitfaden für die Praxis, 5. Auflage, Haupt, Bern.
- Bruhn, M. (2018): Sponsoring, Systematische Planung und integrativer Einsatz, 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Castan, B. (2011): Erfolgskontrolle von Events und Sponsoring, Instrumente für die Evaluation ihrer Werbewirkung, Schmidt, Berlin.
- Hermanns, A./Marwitz, C. (2008): Sponsoring, Grundlagen, Wirkungen, Management, Markenführung, 3. Auflage, Vahlen, München.
- Hermanns, A./Riedmüller, F. (Hrsg.) (2003): Sponsoring und Events im Sport, Vahlen, München.
- Umfangreiche selbst erstellte Vorlesungs- und Übungsunterlagen, Skript.

Fundraising:

- Fundraising Akademie (Hrsg.) (2015): Fundraising: Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden, 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Haibach, M. (2012): Handbuch Fundraising: Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis, 4. Auflage, Campus, Frankfurt/New York.
- Schiemenz, A. (2015): Das persönliche Gespräch – Fundraising durch Überzeugung, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Urselmann, M. (2014): Fundraising: Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Fundraiser-Magazin: Fundraiser-Magazin Gbr, Dresden. (erscheint vierteljährlich)

SL13 Case Studies

Nr.: SL13	Wahlpflichtmodul: Case Studies (WPF 1 aus 2)	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester		Semesterlage: 5	
		Workload: 180h		Prüfungsform: PA	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60h	Selbststudium: 120h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain		Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Case Study 1				S	4
Case Study 2				S	4
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Themenspezifische Aufgabenbearbeitung in Kleingruppen - Förderung von Teamarbeit, Konfliktmanagement - Zeitmanagement, Selbstmanagement - Vertiefung des Wissenschaftlichen Arbeitens durch Anfertigung eines Projektberichts - Kennenlernen möglicher Berufsfelder und Praxispartner - Anwendung und Überprüfung theoretischen Wissens in der Praxis 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p>Die Studierenden bearbeiten selbstständig Fallstudien und/oder Projekte in studiengangsrelevanten Bereichen. Ziel dieser Veranstaltung ist das Sammeln von Praxiserfahrung, vertiefen der Arbeit in Projektgruppen, Umgang mit Problemstellungen, wissenschaftliche Bearbeitung eines Themengebiets. Nach erfolgreicher Teilnahme haben die Studierenden ein Projekt in allen Phasen durchlaufen (Planung, Organisation, Durchführung, Kontrolle) und schließen es durch die Ausfertigung eines umfassenden Projektberichts für den Projektpartner bzw. die Lehrenden ab.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
Arbeitsmaterialien werden jeweils projektbezogen zusammengestellt					

6. Semester

SL14 Betreute Praxisphase

Nr.: SL14	Pflichtmodul: Betreute Praxisphase	Sprache: je nach Praxisstelle		Credits: 15	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester		Semesterlage: 6	
		Workload: 450h		Prüfungsform: -	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: siehe Praxissemesterrichtlinie	Präsenz: 0h	Selbststudium: 450h		
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Betreuende/r Dozent/in		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS):
Praxisphase				B	
Inhalte					
Inhalt der Praxisphase durch die jeweilige Praxisstelle/Aufgabenbereiche					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Die betreuten Praxisphasen werden in aller Regel so gestaltet, dass die Studierenden an einem Projekt in der Praxisstelle mitarbeiten bzw. in diesem Rahmen ein in sich abgeschlossenes Teilprojekt erhalten. Neben der allgemeinen Orientierung in dem Unternehmen / in der Praxisstelle bzw. der Einrichtung einer Arbeitsumgebung, verwenden die Studierenden die erste Zeit des Praxissemesters darauf, sich einzuarbeiten und arbeiten dann eigenständig im Unternehmen bzw. im Projekt mit.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
Zulassungsvoraussetzungen und Organisatorisches laut Praxissemesterrichtlinie und BPO					

SL15 Bachelorarbeit mit Kolloquium

Nr.: SL15	Pflichtmodul: Bachelorarbeit mit Kolloquium	Sprache: in der Regel deutsch		Credits: 15	
		Häufigkeit: -		Semesterlage: 6	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: siehe BPO	Workload: 450h		Prüfungsform: BA + KO	
Präsenz: 0h		Selbststudium: 450h			
Veranstaltung:		Modulverantwortlich: Betreuende/r Dozent/in		Lehr- und Lernformen	Umfang (hier: Credits)
Bachelorarbeit				B	12
Kolloquium				B	3
Inhalte					
<ul style="list-style-type: none"> - Bearbeitung einer selbst gewählten oder von der Praxisstelle vorgegebenen Problem-/Aufgabenstellung - Betreuung im Bearbeitungsprozess durch Betreuende in der Hochschule (Quellensuche, wissenschaftliche Darstellung der Ergebnisse, fachlicher Diskurs) - Wissenschaftliches Bearbeiten der Themenstellung nach Kriterien des wissenschaftlichen Arbeitens im Stadt- und Regionalmanagement - Verteidigung der eigenen Ergebnisse im Kolloquium 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p>Mit ihrer Bachelorarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Problem-/Aufgabenstellung aus ihrer Fachrichtung, die von einem Betreuer(in) / Erstprüfer(in) nach Absprache mit dem Studierenden formuliert wird, selbständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeiten zu können. Die Studierenden sollen Fragestellungen aus Praxis/Forschung analysieren können und diese unter Einbeziehung ihres Fachwissens und Zuhilfenahme wissenschaftlicher Quellen beantworten können. Die Ergebnisse sollen in schriftlicher und mündlicher Form vorgelegt werden können. Mit dem Kolloquium zeigen die Studierenden, dass sie komplexe Aufgabenstellungen strukturiert darstellen und inhaltlich verteidigen können. Das genaue Verfahren dazu regelt die Prüfungsordnung.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p>Leitfaden für wissenschaftliches Arbeiten im Stadt- und Regionalmanagement Leitfaden für qualitative Interviews Literatur je nach Problem-/Aufgabenstellung</p>					