

Modulhandbuch
Studiengang Master of Education
(Lehramt) Wirtschaftswissenschaften, HF
Prüfungsordnung: 184-1-2017

Wintersemester 2017/18
Stand: 19. Oktober 2017

Universität Stuttgart
Keplerstr. 7
70174 Stuttgart

Kontaktpersonen:

Inhaltsverzeichnis

100 Pflichtmodule	4
51360 Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft	5
60970 BWL I: Marketing und Management	7
70210 Volkswirtschaftliches Seminar	10
400 Fachdidaktik	11
70220 Wirtschaftsdidaktik LA II	12

100 Pflichtmodule

Zugeordnete Module: 51360 Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft
 60970 BWL I: Marketing und Management
 70210 Volkswirtschaftliches Seminar

Modul: 51360 Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft

2. Modulkürzel:	100410102	5. Moduldauer:	Einsemestrig
3. Leistungspunkte:	6 LP	6. Turnus:	Sommersemester
4. SWS:	3	7. Sprache:	Deutsch
8. Modulverantwortlicher:	Univ.-Prof. Dr. Frank Clemens Englmann		
9. Dozenten:	Frank Clemens Englmann		
10. Zuordnung zum Curriculum in diesem Studiengang:			
11. Empfohlene Voraussetzungen:			
12. Lernziele:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, • die Höhe von Volkseinkommen, Inflation, Kapital- und Güterexporten, Wechselkurs und Beschäftigung zu bestimmen, • die konjunkturelle Situation von Volkswirtschaften anhand von Indikatoren einzuschätzen, • die wichtigsten Zusammenhänge zwischen Konjunktur-, und Arbeitsmarktentwicklung zu beschreiben, • die wichtigsten Zusammenhänge zwischen Innovations-, Wachstums- und Arbeitsmarktentwicklung darzustellen, • die Auswirkungen von Innovationsdiffusionsprozessen auf den internationalen Standortwettbewerb zu analysieren, • die Wachstumsperspektiven von Volkswirtschaften im internationalen Standortwettbewerb abzuschätzen, • die Determinanten und Probleme der Staatsverschuldung zu benennen.		
13. Inhalt:	Aufbauend auf den makroökonomischen Veranstaltungen im Bachelor-Studium wird ein Unterbeschäftigungsmodell einer offenen Volkswirtschaft diskutiert. Hieran schließen sich an die Diskussion stilisierter Fakten der konjunkturellen Entwicklung, der wichtigsten Konjunkturindikatoren sowie die Erklärung von Konjunktur-, Innovations-, Wachstums- und Arbeitsmarktdynamik. Der Diffusionsprozess von Innovationen erfolgt nicht nur innerhalb von Volkswirtschaften, sondern überschreitet oftmals Ländergrenzen und beeinflusst damit den internationalen Standortwettbewerb zwischen Volkswirtschaften und folglich Handels- und Kapitalströme. Schließlich werden die Determinanten und Probleme der Staatsverschuldung diskutiert.		
14. Literatur:	Die Basisliteratur umfasst die folgenden Werke: • F. C. Englmann: Makroökonomik, Kohlhammer, neueste Auflage • Ph. Aghion und P. Howitt: Endogenous Growth Theory, MIT Press, neueste Auflage • M. Gärtner: Macroeconomics, Prentice Hall International, neueste Auflage • J. Heubes: Konjunktur und Wachstum, Vahlen, neueste Auflage		
15. Lehrveranstaltungen und -formen:	• 513601 Vorlesung Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft • 513602 Übung Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft		
16. Abschätzung Arbeitsaufwand:	Vorlesung Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft: Präsenzzeit: 28 h		

Selbststudiumszeit/ Nacharbeitszeit: 92 h
Übung Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft:
Präsenzzeit: 14 h
Selbststudiumszeit/ Nacharbeitszeit: 46 h
Gesamtzeitaufwand: 180 h

17. Prüfungsnummer/n und -name:	51361 Konjunktur, Wachstum und Außenwirtschaft (PL), Schriftlich, 60 Min., Gewichtung: 1
---------------------------------	---

18. Grundlage für ... :

19. Medienform:

20. Angeboten von:	Theoretische Volkswirtschaftslehre
--------------------	------------------------------------

Modul: 60970 BWL I: Marketing und Management

2. Modulkürzel:	-	5. Moduldauer:	Einsemestrig
3. Leistungspunkte:	9 LP	6. Turnus:	Wintersemester
4. SWS:	6	7. Sprache:	Deutsch
8. Modulverantwortlicher:	Univ.-Prof. Dr. Birgit Renzl		
9. Dozenten:	Torsten Bornemann Birgit Renzl Michael-Jörg Oesterle		
10. Zuordnung zum Curriculum in diesem Studiengang:			
11. Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen der BWL		
12. Lernziele:	Aus den aufgeführten drei Lehrveranstaltungen sind für das Bestehen des Moduls zwei Lehrveranstaltungen auszuwählen. Veranstaltung "Marketing: Die Studierenden haben einen Überblick über das gesamte Stoffgebiet des Fachs Marketing und verfügen über grundlegende Kenntnisse. Veranstaltung Organisation und Personalführung: Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse von Führungssystemen (Kenntnisse der zentralen Führungsaufgaben auf den Gebieten der Organisationsgestaltung, Personalentwicklung, Personalbeschaffung, Personalbindung und Personalfreisetzung und des Aufbaus von Anreizsystemen). Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Führungsmethoden anzuwenden. Veranstaltung Strategisches Management Die Studierenden sollen zunächst Bedeutung und Notwendigkeit des strategischen Managements, aber auch dessen Grenzen erkennen können, darüber hinaus sollen sie in der Lage sein, vor dem Hintergrund der Entwicklung des strategischen Denkens in der Betriebswirtschaftslehre und in der Unternehmenspraxis theoretisch fundiert Konzepte und Instrumente des strategischen Managements kritisch zu analysieren sowie in ihrem Anwendungsbezug beurteilen zu können.		
13. Inhalt:	Aus den aufgeführten drei Lehrveranstaltungen sind für das Bestehen des Moduls zwei Lehrveranstaltungen auszuwählen. Veranstaltung Marketing: Allgemeine Grundlagen, Theoretische Perspektive: Das Verhalten der Kunden, Informationsbezogene Perspektive: Marktforschung, Strategische Perspektive: Strategisches Marketing, Instrumentelle Perspektive: Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Distributions- und Vertriebspolitik, Institutionelle Perspektive:		

Dienstleistungsmarketing, Business-to-Business-Marketing, Internationales Marketing.

Veranstaltung Organisation und Personalführung:

Funktionelle, institutionelle, personelle und instrumentelle Zugänge zu Führungssystemen, Führungsstile und Führungsmodelle, Dezentralisierung der Personalführung, interaktionelle und infrastrukturelle Führung. Grundlagen der Qualifizierung, Rekrutierung und Motivierung (Aufbau von Anreizsystemen), Eingliederung und Aufgliederung der Organisationsgestaltung, Organisationsstrukturen, Organisationsprozesse, Projektorganisation, Center-Konzepte, Matrixorganisation, Koordinationsorgane, Kontextfaktoren: Strategie, Personal und Technologie, Organisationsstrukturen für das internationale und das Produktgeschäft.

Veranstaltung Strategisches Management:

Überblick über die Entwicklung des Strategischen Managements in Theorie und Praxis, Theoretische Ansätze des Strategischen Managements, Akteure und Inhalte des Strategischen Managements, Prozess, Methoden und Techniken der Strategieformulierung, Ansätze zur Implementierung von Strategien, Fit- bzw. stimmigkeitsbezogene Ansätze im Strategischen Management, Normative Konzepte der strategischen Unternehmensgestaltung, Strategien international tätiger Unternehmen.

14. Literatur:

- Skript Marketing
- Skript Organisation und Personalführung
- Skript Strategisches Management

Veranstaltung "Marketing"

- Vorlesungsskript und Übungsunterlagen
- Homburg, Ch. (2012), Grundlagen des Marketingmanagements, 3. Auflage, Wiesbaden.
- Homburg, Ch. (2012), Marketingmanagement, 4. Auflage, Wiesbaden. (vertiefend)

Veranstaltung Strategisches Management:

- Bamberger, I., Wrona, T.: Strategische Unternehmensführung. Neueste Auflage.
- De Witt, B., Meyer, R.: Strategy - Process, content, context - an international perspective. Neueste Auflage.
- Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R.: Strategisches Management - Eine Einführung, Analyse, Entscheidung und Umsetzung. Neueste Auflage.
- Volberda, H. W. et al.: Strategic Management - Competitiveness and Globalization. Neueste Auflage.
- Welge, M. K., Al-Laham, A.: Strategisches Management - Grundlagen, Prozesse, Implementierung. Neueste Auflage.

15. Lehrveranstaltungen und -formen:

- 609701 Vorlesung BWL I: Marketing
- 609702 Übung BWL I: Marketing
- 609703 Vorlesung BWL I: Management
- 609704 Übung BWL I: Management

16. Abschätzung Arbeitsaufwand:

Vorlesung (jeweils)
Präsenzzeit: 28 h
Selbststudiumszeit: 62 h
Übung (jeweils)

Präsenzzeit: 14 h
Selbststudiumszeit: 31 h
Gesamtstundenzahl: 270 h

-
17. Prüfungsnummer/n und -name: 60971 BWL I: Marketing und Management (PL), Schriftlich, 120 Min.,
Gewichtung: 1
Aus den aufgeführten drei Lehrveranstaltungen sind zwei
Lehrveranstaltungen auszuwählen. Für das Bestehen
des Moduls ist die Prüfung über die Inhalte der beiden
ausgewählten Lehrveranstaltungen abzulegen.
-
18. Grundlage für ... :
-
19. Medienform:
-
20. Angeboten von: ABWL und Organisation
-

Modul: 70210 Volkswirtschaftliches Seminar

2. Modulkürzel:	100410104	5. Moduldauer:	Einsemestrig
3. Leistungspunkte:	7 LP	6. Turnus:	Sommersemester
4. SWS:	2	7. Sprache:	Deutsch
8. Modulverantwortlicher:	Frank Clemens Englmann		
9. Dozenten:			
10. Zuordnung zum Curriculum in diesem Studiengang:			
11. Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, Mikroökonomik, Makroökonomik		
12. Lernziele:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, vertiefende theoretische und angewandte Fragestellungen der Volkswirtschaftslehre zu strukturieren und einer Lösung zuzuführen		
13. Inhalt:	Wechselnde Themen aus dem Bereich der Volkswirtschaftslehre. Die aktuellen Seminarthemen werden jeweils im Vorfeld bekanntgegeben		
14. Literatur:	Die Literatur wird im Vorfeld bekanntgegeben		
15. Lehrveranstaltungen und -formen:	• 702101 Seminar Volkswirtschaftliches Seminar		
16. Abschätzung Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 28 h Selbststudiumszeit: 182 h Gesamtzeitaufwand: 210h		
17. Prüfungsnummer/n und -name:	70211 Volkswirtschaftliches Seminar (LBP), Schriftlich oder Mündlich, 90 Min., Gewichtung: 1 Hausarbeit (ca. 12 Seiten), Referat (Präsentation ca. 30 Minuten) und Mitarbeit Gewichtung: Hausarbeit 60%, Referat 30% und Mitarbeit 10%.		
18. Grundlage für ... :			
19. Medienform:			
20. Angeboten von:	Theoretische Volkswirtschaftslehre		

400 Fachdidaktik

Zugeordnete Module: 70220 Wirtschaftsdidaktik LA II

Modul: 70220 Wirtschaftsdidaktik LA II

2. Modulkürzel:	100410105	5. Moduldauer:	Zweimestrig
3. Leistungspunkte:	9 LP	6. Turnus:	Wintersemester/ Sommersemester
4. SWS:	4	7. Sprache:	Deutsch
8. Modulverantwortlicher:	Frank Clemens Englmann		
9. Dozenten:			
10. Zuordnung zum Curriculum in diesem Studiengang:			
11. Empfohlene Voraussetzungen:			
12. Lernziele:	Die Studierenden kennen Theorien und Forschungsansätze der Wirtschaftsdidaktik sowie Ergebnisse wirtschaftsdidaktischer Forschung sind dazu in der Lage, Theorien der Wirtschaftsdidaktik auf unterrichtspraktische Themen zu beziehen haben Kenntnisse in den Bereichen Diagnose, Förderung, Inklusion und Heterogenität von Schüler/innen und können diese auf unterrichtspraktische Anforderungssituationen beziehen können Lehr- und Lernprozesse des wirtschaftlichen Unterrichts analysieren, entwickeln und evaluieren		
13. Inhalt:	Aufbauend auf das Wirtschaftsdidaktikmodul des Bachelorstudiengangs erweitern die Studierenden ihre wissenschaftsbasierten fachlichen, wirtschaftsdidaktischen, methodischen und unterrichtspraktischen Kenntnisse. Die Lehrveranstaltungen vermitteln neue wissenschaftliche Erkenntnisse und die Fähigkeit, eigene Entscheidungen an diesen auszurichten und bereits gemachte schulpraktische Erfahrungen zu reflektieren. Dabei finden auch die Themen Förderung, Inklusion und Heterogenität von Schülerinnen und Schülern Berücksichtigung.		
14. Literatur:	Arndt, H. (2013): Methodik des Wirtschaftsunterrichts, Opladen und Toronto: Verlag Barbara Budrich UTB, 349 Euler, D./Hahn, A. (2007): Wirtschaftsdidaktik, Bern/Stuttgart/Wien. Kaiser, H-K., Kaminski H. (2012). Methodik des ökonomischen Unterrichts, Verlag Julius Kleinhardt UTB, 3475 Retzmann, T. (2011) Kompetenzen und Standards der ökonomischen Bildung. In: APuZ 12/20011, S. 15 - 21. Online: www.bpb.de/system/files/pdf/EPCQ28.pdf Retzmann, T., Seeber, G., Remmele, B. und Jongebloed, H.-C. (2010). Ökonomische Bildung an allgemeinbildenden Schulen. Bildungsstandards. Standards für die Lehrerbildung. Gutachten im Auftrag vom Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft unter Vorsitz des ZDH (2009/2010). Online: https://bankenverband.de/media/files/Oekonomische_Bildung_an_allgemeinbildenden_Schulen.pdf		

Kochendörfer, J. (82016) Wirtschaftsgesetze für gewerbliche Berufe. Verlag Eu-ropa-Lehrmittel Haan-Gruiten
Kochendörfer, J. (2016) Startklar !, Wirtschaft Gymnasium Baden-Württemberg. Verlag Oldenbourg

15. Lehrveranstaltungen und -formen: • 702201 Vorlesung Wirtschaftsdidaktik LA II

16. Abschätzung Arbeitsaufwand: Präsenzzeit: 56 h
Selbststudiumszeit/ Nacharbeitszeit: 214 h
Gesamt: 270 h

17. Prüfungsnummer/n und -name: • 70221 Wirtschaftsdidaktik LA II (LBP), Schriftlich, 90 Min.,
Gewichtung: 1
• 70222 Wirtschaftsdidaktik LA II (USL), Schriftlich, 90 Min.,
Gewichtung: 1

18. Grundlage für ... :

19. Medienform:

20. Angeboten von: Theoretische Volkswirtschaftslehre
