



Hochschule Reutlingen  
Reutlingen University

**Modulhandbuch**  
**International Fashion Retail (B. Sc.)**



**TD**  
Textil & Design

# MODULHANDBUCH

Grundständiger Studiengang

**International Fashion Retail**

mit dem Abschluss

**Bachelor of Science**

**SS 2019**



## Inhalt

1. Personalliste.....	3
2. Modulbeschreibungen - Pflichtmodule.....	8
IFR01 Betriebswirtschaftslehre und Supply Chain Management .....	8
IFR02 Mikroökonomie und Tabellenkalkulation .....	10
IFR03 Wirtschaftsmathematik.....	13
IFR04 Handelsprojekt, Modemärkte, Digitale Kompetenz 1.....	15
IFR05 Werkstoffkunde und Textile Fertigung.....	18
IFR06 Statistik .....	21
IFR07 Betriebliches Rechnungswesen und Handelsbetriebslehre.....	24
IFR08 Makroökonomie, Zivil- und Handelsrecht .....	26
IFR09 Bekleidungstechnologie und Materialprüfung .....	29
IFR10 Modemarketing und Digitale Medienkompetenz 2.....	31
IFR11 Researching Scientifically and Fashion Business Seminar.....	34
IFR12 E-Commerce in Fashion .....	37
IFR13 Sales Management .....	39
IFR14 International Marketing, Import/Export Processes.....	41
IFR15 International Fashion Management.....	44
IFR16 Structure and Development of Sourcing and Sales Markets .....	47
IFR17 Externes Auslandssemester .....	49
IFR18 International Fashion Retail Analysis Project .....	51
IFR19 Praxissemester Fashion Retail .....	53
IFR20 Einkauf und Beschaffung, Warenkunde .....	55
IFR21 International Fashion Management Seminar.....	58
IFR22 Absatzprognosen, Modeprognosen, Strategische Prognosen.....	61
IFR23 Planung und Controlling.....	64
IFR24 Retail Buying.....	66
IFR25 Internationales Unternehmensplanspiel .....	68
IFR26 Investition und Finanzierung .....	71



IFR27	Fremdsprache.....	73
IFR28	Eventmanagement International Fashion Retail.....	75
IFR29	Soft Skills .....	77
IFR30	Wissenschaftliches Arbeiten und Publizieren.....	79
IFR31	Bachelorarbeit .....	81
3. Modulbeschreibungen - Wahlmodule .....		83
IFR32	Unternehmensführung, Projekt und Personalmanagement.....	83
IFR33	Brand Management .....	86
IFR34	Direct Marketing.....	88
IFR35	Soziologie und Konsumentenverhalten .....	91
IFR36	Business Plan Seminar .....	95
IFR37	Produktentwicklung Stoffe und Bekleidung .....	97
IFR38	Grundlagen Textilveredlung .....	99
TTB41	Textil- und Bekleidungslogistik .....	101
TTB14	Maschentechnik 2.....	103
TTB23	Qualitäts- und Umweltmanagement in der Textilwirtschaft.....	105
TTB42	Informationssysteme in der Textilwirtschaft.....	107
TTB54	Fertigungsplanung und Fertigungssteuerung.....	110

## 1. Personalliste

<b>Studiengang</b> International Fashion Retail – B.Sc.	<b>Semester:</b>  <b>SS 2019</b>
<b>Studiendekan</b> Prof. Dr. P. Bug	
<b>Prüfungsbeauftragte</b> Prof. Dr. T. Weber	

## Pflichtmodule Compulsory Modules

Code	Modul / Lehrveranstaltung	Modulkoordinator	Lehrender
IFR01	Betriebswirtschaftslehre und Supply Chain Management Business Administration and Quality Management	Prof. Dr. W. Gugel	
1	Einführung Betriebswirtschaftslehre Introduction Business Administration		Prof. Dr. W. Gugel
2	Einführung in die Textil- und Bekleidungsproduktion Introduction in Textile and Clothing Production		Lehrbeauftragter
3	Supply Chain Management Supply Chain Management		Lehrbeauftragter
IFR02	Mikroökonomie und Tabellenkalkulation Microeconomics and Spreadsheet Calculation	OStR T. Kraft	
1	Mikroökonomie Microeconomics		OStR T. Kraft
2	Tabellenkalkulation Spreadsheet Calculation		OStR T. Kraft
IFR03	Wirtschaftsmathematik Business Mathematics	Studiendekan	
1	Wirtschaftsmathematik Business Mathematics		Lehrbeauftragter
IFR04	Handelsprojekt, Modemärkte, Digitale Kompetenz 1 Retail Project, Fashion Markets, Digital Skills 1	Prof. Dr. P. Bug	
1	Handelsprojekt und Modemärkte Retail Project and Fashion Markets		Prof. Dr. P. Bug
2	Digitale Medienkompetenz 1 Digital Media Skills 1		OStR R. Lechler-Fiola
3	Projektmanagement Project Management		Lehrbeauftragter

IFR05	Werkstoffkunde und Textile Fertigung Material Science and Textile Production	Prof. Dr. U. Scholze	
1	Einführung Werkstoffkunde Introduction to Material Science for Textile		Prof. Dr. K. Meier
2	Einführung Textile Fertigung Introduction to Textile Production		Prof. Dr. U. Scholze
2a	Einführung Garnerzeugung Introduction to Textile Production		Prof. Dr. V. Jehle
2b	Einführung Weberei Introduction to Weaving		Prof. Dr. U. Scholze
2c	Einführung Maschentechnik Introduction to Knitting		Prof. Dr. A. Ünal
IFR06	Statistik Statistics	Studiendekan	Lehrbeauftragter
IFR07	Betriebliches Rechnungswesen und Handelsbetriebslehre Business Accounting and Retail Economics	Prof. Dr. M. Freise	
1	Betriebliches Rechnungswesen Business Accounting		Prof. Dr. W. Gugel
2	Handelsbetriebslehre Retail Economics		Prof. Dr. M. Freise
IFR08	Makroökonomie, Zivil- und Handelsrecht Macroeconomics, Civil Law and Retail Law	OStR T. Kraft	
1	Makroökonomie Macroeconomics		OStR T. Kraft
2	Zivil- und Handelsrecht Civil Law and Retail Law		Prof. Dr. J. Schulze
IFR09	Bekleidungstechnologie und Materialprüfung Clothing Technology and Material Testing	Prof. Dr. K. Rose	
1	Bekleidungstechnologie Clothing Technology		Prof. Dr. K. Rose
2	Praktikum Bekleidungstechnik Clothing Laboratory		Dipl. Ing. (FH) I. Schwille
3	Materialprüfung Textile Material Testing		Prof. H. Dallmann
IFR10	Modemarketing und Digitale Medienkompetenz 2 Fashion Marketing and Digital Publishing Competence	Prof. Dr. P. Bug	
1	Modemarketing Fashion Marketing		Prof. Dr. P. Bug
2	Digitale Medienkompetenz 2 Digital Media Skills 2		Lehrbeauftragter
IFR11	Researching Scientifically and Fashion Business Seminar Researching Scientifically and Fashion Business Seminar	Prof. Dr. P. Bug	
1	Researching Scientifically Researching Scientifically		Dr. M. Adam
2	Fashion Business Seminar Fashion Business Seminar		Prof. Dr. P. Bug
IFR12	E-Commerce in Fashion E-Commerce in Fashion	Prof. Dr. T. Weber	
1	E-Commerce E-Commerce		Prof. Dr. T. Weber/ Lehrbeauftragter
2	E-Commerce Seminar E-Commerce Seminar		Prof. Dr. T. Weber



IFR13	Sales Management Sales Management	Prof. Dr. T. Weber	
1	Sales Management in Fashion Sales Management in Fashion		Prof. Dr. T. Weber
2	Visual Merchandise Laboratory Visual Merchandise Laboratory		Lehrbeauftragter
IFR14	International Marketing, Import and Export Processes International Marketing, Import and Export Processes	Prof. Dr. J. Strähle	
1	International Marketing International Marketing		Deniz Köksal
2	Import and Export Processes Import and Export Processes		Deniz Köksal
IFR15	International Fashion Management International Fashion Management	Prof. Dr. J. Strähle	Prof. Dr. J. Strähle
IFR16	Structure and Development of Sourcing and Sales Markets	Prof. Dr. M. Freise	Prof. Dr. M. Freise
IFR17	Externes Auslandsstudiensemester External Study Semester Abroad	Prof. Dr. J. Strähle	Prof. Dr. J. Strähle
IFR18	International Fashion Retail Analysis Project International Fashion Retail Analysis Project	Studiendekan	Studiendekan
IFR19	Praxissemester Fashion Retail Fashion Retail Intern Semester	Prof. Dr. M. Freise	
1	Praxissemester Fashion Retail Projektarbeit Fashion Retail Intern Project Work		Dozenten
2	Präsentation der Projektergebnisse Presentation of Project Results		Dozenten
IFR20	Einkauf und Beschaffung, Warenkunde Purchasing and Buying, Merchandise Knowledge	Prof. Dr. M. Freise	
1	Einkauf und Beschaffung im Textileinzelhandel Fashion Retail Buying		Prof. Dr. M. Freise
2	Warenkunde Textil, Leder, Bekleidung, Schuhe Merchandise Knowledge Textiles, Leather, Clothing, and Shoes		Lehrbeauftragter
IFR21	International Fashion Management Seminar International Fashion Management Seminar	Prof. Dr. J. Strähle	
1	International Fashion Management Seminar International Fashion Management Seminar		Prof. Dr. J. Strähle
2	Marktforschung Market Research		Prof. Dr. J. Strähle
IFR22	Absatzprognosen, Modeprognosen, Strategische Prognosen Sales and Fashion Forecasting, Strategic Forecasting	Prof. Dr. P. Bug	Prof. Dr. P. Bug
IFR23	Planung und Controlling Planning and Controlling	Prof. Dr. W. Gugel / Studiendekan	Prof. Dr. W. Gugel



IFR24	Retail Buying Retail Buying	Prof. Dr. M. Freise	
1	Fashion Retail Buying Seminar Fashion Retail Buying Seminar		Prof. Dr. M. Freise
2	Negotiating Laboratory Negotiating Laboratory		Prof. Dr. M. Freise/ Prof. Dr. P. Bug
3	Market Research Laboratory Market Research Laboratory		Deniz Köksal
IFR25	Internationales Unternehmensplanspiel International Business Simulation	OStR T. Kraft	OStR T. Kraft
IFR26	Investition und Finanzierung Investment and Financial Analysis	Prof. Dr. W. Gugel	
1	Investition Investment		Prof. Dr. W. Gugel
2	Finanzierung Financial Analysis		Prof. Dr. W. Gugel
IFR27	Fremdsprache Foreign Language	Prüfungsbeauftragter	
1	Fremdsprache Foreign Language		RIO - Lehrbeauftragter
IFR28	Eventmanagement International Fashion Retail Eventmanagement International Fashion Retail	Prof. Dr. T. Weber	
IFR29	Soft Skills Soft Skills	Prüfungsbeauftragter	
1	Soft Skills 1 Soft Skills 1		Lehrbeauftragter
2	Soft Skills 2 Soft Skills 2		Lehrbeauftragter
3a	International Fashion Retail Exkursion International Fashion Retail Excursion		Dozenten
3b	Soft Skills 3 Soft Skills 3		Lehrbeauftragter
IFR30	Wissenschaftliches Arbeiten und Publizieren Scientific Working and Publishing	Prüfungsbeauftragter	Dozenten
IFR31	Bachelorarbeit Bachelor's Thesis	Prüfungsbeauftragter	
1	Bachelorarbeit Bachelor's Thesis		Dozenten
2	Kolloquium International Fashion Retail Colloquium International Fashion Retail		Dozenten

**Wahlmodule  
Elective Moduls**

IFR32	Unternehmensführung Projekt und Personalmanagement Leadership Project and Human Resources Management	Prof. Dr. M. Freise	
1	Personalmanagement Process and Human Resources Management		Lehrbeauftragter
2	Projekt Unternehmensführung Leadership Project		Dr. M. Adam
IFR33	Brand Management Brand Management	Prof. Dr. T. Weber	Prof. Dr. T. Weber / Lehrbeauftragter

IFR34	Direct Marketing Direct Marketing	Prof. Dr. J. Strähle	Prof. Dr. J. Strähle
IFR35	Soziologie und Konsumentenverhalten Sociology and Consumer Behavior	OStR. T. Kraft	
1	Soziologie Sociology		OStR. T. Kraft
2	Konsumentenverhalten Consumer Behavior		Prof. Dr. T. Weber
3	Labor Sozialforschung Laboratory Social Research		N.N.
IFR36	Business Plan Seminar Business Planning Seminar	Prüfungsbeauftragter	
	Business Plan Seminar Business Planning Seminar		studierenplus
IFR37	Produktentwicklung Stoffe und Bekleidung Product Development Fabrics and Clothing	Prof. Dr. U. Scholze	
1	Produktentwicklung Stoffe Product Development Fabrics		Prof. Dr. U. Scholze/ Prof. Dr. A. Ünal
2	Schnitttechnik Bekleidung Pattern Making		Prof. Dr. K. Rose
IFR38	Grundlagen Textilveredlung Textile Finishing	Prof. Dr. T. Textor	
1	Grundlagen Textilveredlung Textile Finishing		Prof. Dr. T. Textor
2	Labor Verfahrenstechnik Textilveredlung Textile Finishing Processes Laboratory		Prof. Dr. T. Textor
IFR44	Design	Prof. Dr. M. Freise	Alexandra Ruess
TTB41	Textil- und Bekleidungslogistik Textile and Clothing Logistics	Prof. Dr. W. Gugel	
1	Textil- und Bekleidungslogistik Textile and Clothing Logistics		Lehrbeauftragter
TTB14	Maschentechnik 2 Knitting Technology 2	Prof. Dr. A. Ünal	
1	Maschentechnik 2 Knitting Technology 2		Prof. Dr. A. Ünal
TTB23	Qualitäts- und Umweltmanagement in der Textilwirtschaft Quality and Environmental Management in Textile Businesses	Prof. H. Dallmann	
1	Qualitätsmanagement in der Textilwirtschaft Quality Management in Textile Businesses		Lehrbeauftragter
2	Umweltmanagement in der Textilwirtschaft Environmental Management in Textile Businesses		Lehrbeauftragter
TTB42	Informationssysteme in der Textilwirtschaft Information Systems in Textile Businesses	OStR T. Kraft	
1	Informationssysteme in der Textilwirtschaft Information Systems in Textile Businesses		Dr. M. Adam
TTB54	Fertigungsplanung und Fertigungssteuerung Production Planning and Production Control	Prof. Dr. K. Rose	
1	Produktionsplanung und Steuerung Production Planning and Control		Prof. Dr. K. Rose
2	Produktions- und Betriebsplanung Production Planning and Mill Planning		Prof. Dr. A. Ünal



## 2. Modulbeschreibungen - Pflichtmodule

### IFR01 Betriebswirtschaftslehre und Supply Chain Management

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR01
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR01-1 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre IFR01-2 Einführung in die Textil- und Bekleidungsproduktion IFR01-3 Supply Chain Management
Semester	1
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	6
Gesamtworkload/ Total work load	180 h (90 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR01-1: 1/3 IFR01-2: 1/3 IFR01-3: 1/3
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 3h „Bestehenskriterien: In jeder Teilklausur müssen mindestens 30 % der erreichbaren Punkte erzielt werden und der Durchschnitt aus den Teilklausuren muss mindestens 46 Punkte von 100 betragen.“

<p>Lernziele/ Learning Outcomes</p>	<p> <b>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</b>          Die Studierenden sollen ein systemisches Verständnis des Unternehmens und seiner relevanten Umwelt haben.           Sie sollen die Grundlagen einer am Wertschöpfungsprozess orientierten Unternehmensführung kennen und grundlegende Fragestellungen der Betriebswirtschaftslehre und des Supply Chain Management kritisch reflektieren können.           Um die aktive Gestaltung aller Prozesse „from sheep to shop“ zu verstehen, sollen die Studierenden die Grundlagen der Textil- und Bekleidungsproduktion kennen.       </p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>         IFR01-1 Einführung in die Betriebswirtschaftslehre          Überblick über die Gebiete der allgemeinen BWL, wobei die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge im Vordergrund stehen.           IFR01-2 Einführung in die Textil- und Bekleidungsproduktion          Überblick über die Rohstoffe für den textilen Einsatz, die grundsätzlichen Fertigungsschritte und Verfahren zur Herstellung von Textilien sowie die unterschiedlichen Anwendungen textiler Produkte.           IFR01-3 Supply Chain Management          Bedeutung, Aufbau und Optimierung integrierter Logistikketten für Material- und Informationsflüsse über den gesamten textilen Wertschöpfungsprozess („from sheep to shop“).       </p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p> <b>Manuskript und Literaturliste.</b>           Schierenbeck, H. Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre           Werner, H. Supply Chain Management, Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling.           Wöhe, G. Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre           Wulfhorst, B. Textile Fertigungsverfahren. Eine Einführung.       </p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR02 Mikroökonomie und Tabellenkalkulation**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR02
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR02-1 Mikroökonomie IFR02-2 Tabellenkalkulation
Semester	1
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or: [Text]
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR02-1: 50 % IFR02-2: 50 %
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2 h, Laborarbeit Die 2-stündige Klausur prüft die Kenntnisse in Mikroökonomie breit gefächert ab. Die Laborarbeit prüft, ob die Studierenden Excel nutzen können um betriebliche Probleme zu lösen. Es werden insgesamt 2 ca. 60-minütige Problemlösungen verlangt, die während der Vorlesungszeit durchgeführt werden sollen.

Lernziele/ Learning Outcomes	<p> <b>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</b>            Die Studierenden kennen die Aufgaben, die in einer Volkswirtschaft gelöst werden müssen.             Die Studierenden kennen die beiden grundsätzlichen Alternativen zur Lösung dieser Aufgaben und können Volkswirtschaften bezüglich der Lösung dieser Aufgaben einschätzen.             Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Bereiche der Textil- und Bekleidungsindustrie und die wichtigsten Akteure in diesen Branchen.             Die Studierenden kennen die mikroökonomischen Grundlagen, können sie auf verschiedene Phänomene der Wirtschaft anwenden und erkennen einen Bezug zwischen Mikro- und Makrophänomenen.             Die Studierenden erkennen die Wichtigkeit volkswirtschaftlicher Entwicklungen für Akteure in Unternehmen.             Die Studierenden kennen die verschiedenen Funktionen von Excel zur Lösung wirtschaftlicher und technischer Probleme.         </p> <p> <b>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</b>             Die Studierenden können wichtige volkswirtschaftliche Entwicklungen recherchieren und interpretieren.             Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, Probleme aus Technik und Wirtschaft mit Hilfe von Excel zu lösen.         </p> <p> <b>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</b>             Die Studierenden können volkswirtschaftliche Zusammenhänge ansprechend und verständlich präsentieren.         </p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>           IFR02-1: VWL als Wissenschaft, Wirtschaftssysteme, Bereiche und wichtige Akteure der Textil- und Bekleidungsindustrie in einer Volkswirtschaft, Nachfragefunktion, Produktionsfunktion, Marktformen und Preisbildung, Spieltheorie, Institutionenökonomie         </p> <p>           IFR02-2: effizientes Arbeiten mit Excel, große Datenmengen mit Excel verwalten (z.B. AutoFilter, Teilergebnisse) Diagramme, Funktionen (z.B. statistische Funktionen, DB-Funktionen, SVERWEIS, WENN), Pivot-Tabellen, Arbeiten mit Uhrzeit und Datum         </p>

Literatur/ Literature	<p>Bartling, Hartwig und Luzius, Franz (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 16., verbesserte und ergänzte Auflage. München: Verlag Franz Vahlen.</p> <p>Baßeler, Ulrich, Heinrich, Jürgen und Utecht, Burkhard (2010): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft. 19., überarbeitete Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.</p> <p>Dietrichs, Dirk (2011): Mikroökonomik. 4. Auflage. Köln: WRW-Verlag.</p> <p>Piekenbrock, Dirk (2008): Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomie. Heidelberg: Physica-Verlag.</p> <p>Pindyck, Robert und Rubinfeld, Daniel (2009): Mikroökonomie. 7., aktualisierte Auflage. München u.a.: Pearson Studium.</p> <p>Rogall, Holger (2013): Volkswirtschaftslehre für Sozialwissenschaftler. Einführung in eine zukunftsfähige Wirtschaftslehre. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Stulle, K. und Wies, P. (2011): Excel 2010 für Windows. Fortgeschrittene Techniken. Bodenheim: Herdt-Verlag.</p> <p>Wies, P. (2010): Excel 2010 für Windows. Grundlagen. Bodenheim: Herdt-Verlag.</p>
-----------------------	--

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR03 Wirtschaftsmathematik**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR03
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	
Semester	1
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Schriftliche Klausur 120 Minuten; Die Berechtigung zur Anmeldung und Teilnahme an der Klausur wird erst durch eine gesonderte Prüfung während des Semesters erworben.
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Kompetenz im Umgang mit Zahlen und mathematischen wirtschaftswissenschaftlichen Berechnungen.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Umfassende Einführung in die Analysis mit Fokus auf wirtschaftswissenschaftlichen Aspekten. Basiswissen der</p>

	<p>mathematischen Anforderungen für Wirtschaftswissenschaftler mit Praxisbezug. Betriebswirtschaftliche Beispiele und Anwendungen.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>Arbeiten in Lerngruppen empfohlen. Zum Teil Interaktion im Unterricht bei Übungsaufgaben.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zahlendarstellungen: Verschiedene Darstellungen von Ergebnissen</li> <li>• Abschätzen von Größen: Überschlagsrechnungen</li> <li>• Matrizen: Addition, Subtraktion; Multiplikation (Falk-Schema); Transponieren; Inverse; Verflechtungsmatrizen; Gozintograph</li> <li>• Determinanten: Berechnung von Determinanten nach Sarrus-Regel; Entwicklungssatz nach Laplace</li> <li>• Lineare Gleichungssysteme: Additionsverfahren; Einsetzungsverfahren; Gleichsetzungsverfahren; Gauß'scher Algorithmus; Cramer'sche Regel</li> <li>• Lineare Optimierung: Graphische Lösung von LOP-Aufgaben (Auch Textaufgaben); Simplex-Algorithmus (auch Textaufgaben)</li> <li>• Kurvendiskussion: Verlauf und Eigenschaften von verschiedenen Funktionen; Ableitungen; Eigenschaften einer Kurvendiskussion</li> <li>• Extremwertaufgaben: Berechnung von Minimum oder Maximum anhand einer Zielfunktion und Nebenbedingungen</li> </ul>
Literatur/ Literature	<p>Eigenes Skript und Aufgabensammlung</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Sydsaeter, Knut / Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Basiswissen mit Praxisbezug. 3. Aufl., München, Pearson, 2008</p> <p>Böker, Fred / Schnoor, Britta / Heidenreich, Nils: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Das Übungsbuch. München: Pearson, 2010. (orientiert sich an oben genannter Pflichtlektüre, enthält alle Lösungen zu den Aufgaben; Pflichtlektüre und Übungsbuch beginnen bereits beim Aufgabenniveau der gymnasialen Oberstufe.)</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR04 Handelsprojekt, Modemärkte, Digitale Kompetenz 1**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR04
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR04-1 Handelsprojekt und Modemärkte IFR04-2 Digitale Medienkompetenz 1 IFR04-3 Projektmanagement
Semester	1
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	6
Gesamtworkload/ Total work load	180 h (90 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR04-1: 45% IFR04-2: 25% IFR04-3: 30%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR04-1: Durchführung, Dokumentationsdateien und mündliche Gruppenpräsentation der Projektarbeit im deutschsprachigen Handelsprojekt; Form und fachlicher Inhalt der englischsprachigen digitalen Kurzdokumentation.  IFR04-2: Gestalterische Form der digitalen Kurzdokumentation des Projektarbeitsthemas aus IFR04-1  IFR04-3: 60 Minuten deutschsprachige schriftliche Klausur zur Vorlesung Projektmanagement



Lernziele/ Learning Outcomes	<p>           Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:            Möglichkeiten und Methoden des Projektmanagement kennen;            Projektmanagementkompetenz, um in eigenen Projekten erfolgreich mitzuarbeiten und zu führen;              Erste fachliche Kompetenzen zum Handel und zu Modemärkten;            Beurteilungskompetenzen erwerben; Ersetzung des Konsumentenblicks auf den Textileinzelhandel durch einen professionellen Blick aus Sicht von Retailunternehmen.              Der professionelle Umgang mit verschiedenen Tools der digitalen Bild- und Layoutbearbeitung in wichtigen grundlegenden Aspekten anwenden können, (Beispiel Photoshop und InDesign); Die grafische Gestaltung von Seiten und Plakaten mit Farbe, Schrift und Bild.         </p> <p>           Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:            Erwerb der Techniken des Projektmanagements theoretisch und praktisch; Erste Kompetenzen in Feldarbeit/Marktforschung;            Dokumentations- und Präsentationskompetenz; Erste Methoden der fachlichen Analyse des Handels, beispielsweise aus der Shopanalyse.              Gestaltungsmethoden und gestalterische Regeln für fachlich und gestalterisch ansprechende Kurzdokumentationen wie z.B. wissenschaftliche Poster und andere Ergebniszusammenfassungen.         </p> <p>           Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:            Projektarbeit mit vorher unbekanntem Personen im Team; Verhandlung der Arbeitsteilung und Teamorganisation; Koordination der Teammitglieder untereinander; Gemeinsame Durchführung einzelner Projektschritte innerhalb des Teams/Subteams; Gemeinsame Projektpräsentation der Ergebnisse des gesamten Teams;         </p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p> <b>IFR04-1:</b>            Umsetzung des Projektmanagements in einem konkreten Projekt: Kenntnis der Projektphasen und des Projektlebenszyklus' erlangen, aussagekräftiger Projektziele formulieren können, Vorgehensmodelle für die Projektplanung, -steuerung und -überwachung erstellen können, geeignete Instrumente zur Unterstützung der Projektvorbereitung, Projektplanung, Projektdurchführung und des Projektabschlusses auswählen und einsetzen können sowie Projektrisiken einschätzen und         </p>

	<p>geeignete Präventiv-Maßnahmen aufstellen können. Kenntnis möglicher Projekterfolgs- und Misserfolgskriterien.</p> <p>Hauptaufgabe und Hauptinhalt des Kurses ist die Umsetzung in einem Handelsprojekt sowie die Präsentation von Ergebnissen in einem Team.</p> <p>Beispiel Sommersemester 2015: Abschriftenanalyse im Handel. Ein studentisches Team (mind. 5 Personen) beobachtet im Abstand von jeweils zwei Wochen die Abschriftensituation bei mehreren Einzelhändlern in drei Warengruppen.</p> <p>Die konkreten Inhalte der Projektarbeit sind von der Aufgabenstellung abhängig. Auch andere Themen wie Nachhaltigkeit, Einkauf, Ethik und vielfältige weitere studiengangsbezogene Themen sind zur Einübung des praktischen Projektmanagements möglich.</p> <p>IFR04-2: Einführung in die Typographie, digitale Bildbearbeitung und Layoutgestaltung, der Umgang mit Text, Schriftgröße, Wort- und Zeilenabständen; Übungen mit Standardsoftware (Photoshop und InDesign), Kennenlernen der Bearbeitungsmöglichkeiten.</p> <p>IFR04-3: Theoretische Grundlagen des Projektmanagements; Kenntnis der Projektphasen und des Projektlebenszyklus' erlangen, aussagekräftiger Projektziele formulieren können, Vorgehensmodelle für die Projektplanung, -steuerung und -überwachung erstellen können, geeignete Instrumente zur Unterstützung der Projektvorbereitung, Projektplanung, Projektdurchführung und des Projektabschlusses auswählen und einsetzen können sowie Projektrisiken einschätzen und geeignete Präventiv-Maßnahmen aufstellen können. Kenntnis möglicher Projekterfolgs- und Misserfolgskriterien.</p>
Literatur/ Literature	<p>Skript zur Vorlesung Projektmanagement</p> <p>Skript zur Vorlesung Handelsprojekt und Modemärkte</p> <p>Runk, C., (2011). Grundkurs Typografie und Layout. Galileo Design.</p> <p>Korthaus, C. (2015). Grundkurs Grafik und Gestaltung. Galileo Design</p> <p>Digitale und gedruckte Handbücher Photoshop/InDesign</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR05 Werkstoffkunde und Textile Fertigung**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR05
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR05-1 Einführung Werkstoffkunde IFR05-2 Einführung Textile Fertigung IFR05-2a Einführung Garnerzeugung IFR05-2b Einführung Weberei IFR05-2c Einführung Maschentechnik
Semester	1
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	8
Gesamtworkload/ Total work load	240 h (120 h Kontaktstunden/ Contact hours, 120 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR05-1: Hausarbeit, unbenotet IFR05-2: Klausur 2 h, benotet Bestehenskriterien: In jeder Teilklausur aus IFR05-2 müssen mindestens 30 % der erreichbaren Punkte erzielt werden und der Durchschnitt aus den drei Teilklausuren muss mindestens 46 Punkte von 100 betragen.
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR05-1: Hausarbeit, unbenotet, 6000 Zeichen, Gruppenarbeit bis zu drei Studierenden, Abgabe spätestens 2 Wochen vor den schriftlichen Prüfungen IFR05-2: Klausur 2 h, benotet, Aufgaben aus IFR05-2a, 2b und 2c für je 40 min Bearbeitungszeit

Lernziele/ Learning Outcomes	<p>           Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:             Kennenlernen und differenzieren der wichtigsten Roh- und Werkstoffe für den textilen Einsatz. Wissen über Gewinnung der jeweiligen textilen Roh- und Werkstoffe. Kenntnis und Anwendung der Fasern und Filamente hinsichtlich der wichtigsten Merkmale und deren jeweilige Bedeutung für Verarbeitung und Gebrauch.             Kennenlernen und differenzieren der verschiedenen Garn- und Zwirntypen. Kennenlernen und verstehen der Verfahren und Prozesse für die Herstellung von Garnen und Zwirnen. Beherrschen der Grundrechenarten in der Garnerzeugung.             Kenntnis der grundsätzlichen Fertigungsschritte und Verfahren zur Gewebeherstellung. Fähigkeit zur Auswahl wichtiger Bauteile zur Garnverarbeitung. Sichere artikelspezifische Zuordnung der Fertigungsverfahren von Geweben im Weberei-Vorwerk und in der Weberei. Artikelspezifische Auswahl des technischen und wirtschaftlich geeignetsten Schusseintragsverfahrens. Erkennen und Darstellen von Gewebe-Grundbindungen. Kenntnis wichtiger Gewebe-Eigenschaften. Sichere Benennung der Maschinen, Bauteile und Verfahrensparameter in der textilen Fachterminologie.             Erwerben von Grundkenntnissen der maschenbildenden Maschinen und der Maschenwaren. Analysieren, Erkennen und Darstellen von Einfaden- und Kettfadengrundbindungen.         </p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>           IFR05-1: Einführung Werkstoffkunde: Terminologie der textilen Begriffe, Unterscheidung der textilen Fasern, chemischer und morphologischer Aufbau der Fasern, Wachstum und Gewinnung der pflanzlichen und tierischen Naturfasern, Entstehung der Seide, Herstellung der Chemiefasern, Eigenschaften bzw. Merkmale der Fasern, Bedeutung bzw. Merkmale der jeweiligen Eigenschaften, Modifikation der Chemiefasern, Fasermischungen.             IFR05-2: Einführung Textile Fertigung             IFR05-2a: Einführung Garnerzeugung: Terminologie der Begriffe in der Garnerzeugung, Produktionsmerkmale der Garne, Benennung der Garne und Zwirne, Garn- und Zwirnfeinheitssysteme und deren Berechnungen, Prozesse, Verfahren und Maschinen in der Kurzfaserspinnerei und in der Zwirnerei, Berechnung von Verzügen und Produktionsleistungen der jeweiligen Maschine.             IFR05-2b: Einführung Weberei: Artikelspezifische Fertigungsschritte und Verfahren zur Gewebeherstellung im Weberei-Vorwerk und in der Weberei, Darstellung wichtiger Bauteile zur Garnverarbeitung in ihrer         </p>

	<p>Wirkung auf das Garn, Abgrenzung der artikelspezifisch technisch und wirtschaftlich geeignetsten Schusseintragsverfahren, Gewebe-Grundbindungen und die wichtigsten Eigenschaften der Gewebe, Einführung der Fachterminologie im Bereich Weberei.</p> <p>IFR05-2c: Einführung Maschentechnik: Einteilung der Maschentechnik und der maschenbildenden Maschinen, Einsatzgebiete und allgemeine Eigenschaften der Maschenwaren, Nadeln in der Maschentechnik, Maschenbildungsvorgänge an Flachstrick-, Rundstrick- und Kettenwirkmaschinen, Einfaden- und Kettfadengrundbindungen und deren Darstellung.</p>
Literatur/ Literature	<p>Manuskripte und aktuelle Informationen der Maschinenhersteller.</p> <p>Literaturliste.</p> <p>Wulfhorst, B. (1998). Textile Fertigungsverfahren. Eine Einführung. München, Wien: Carl Hanser Verlag.</p> <p>Weber, K.P., Weber, M. (2004). Wirkerei und Strickerei: Technologische und bindungstechnische Grundlagen (4. Aufl.). Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR06 Statistik**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR06
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	
Semester	2
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	4
Gesamtworkload/ Total work load	120 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Schriftliche Klausur 120 Minuten.
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Kompetenz im Umgang mit Unsicherheiten und Wahrscheinlichkeiten in wirtschaftswissenschaftlichen Berechnungen.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Anwendung der mathematisch-statistischen Methoden; Kenntnis der Grenzen und Anwendungsgebiete; Einordnen statistisch dargebotener</p>

	<p>wirtschaftlicher Sachverhalte; Eigene Berechnung entsprechender Sachverhalte.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>Arbeiten in Lerngruppen empfohlen. Zum Teil Interaktion im Unterricht bei Übungsaufgaben.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen: Grundlegende Begriffe der Statistik; Häufigkeitstabelle</li> <li>• Lagemaße: Arithmetisches Mittel; Median; Modus; Geometrisches Mittel; Harmonisches Mittel; Gewichtetes Mittel; Gestutztes Mittel; Schiefe; Wölbung</li> <li>• Streumaße: Spannweite; Quantil; Quartil; Quartilsabstand; Durchschnittliche Abweichung; Varianz; Standardabweichung; Boxplot</li> <li>• Wahrscheinlichkeitsrechnung: Baumdiagramme; Mengenalgebra; Wahrscheinlichkeiten; Bedingte Wahrscheinlichkeiten; Kombinatorik</li> <li>• Binomialverteilung</li> <li>• Hypergeometrische Verteilung</li> <li>• Poisson-Verteilung</li> <li>• Normalverteilung</li> <li>• Indexberechnungen: Verschiedene Preisindizes nach Laspeyres, Paasche oder Fisher; Verschiedene Mengenindizes nach Laspeyres oder Paasche; Umsatz- oder Wertindex; Indexreihen; Umbasierung; Vorwärts- und Rückwärtsrechnung bei Indizes</li> <li>• Regressions- und Korrelationsanalyse: Lineare Regressionsrechnung; Korrelationskoeffizient nach Bravais-Pearson</li> <li>• Zufallszahlen: Aufstellen von diskreten Zufallszahlen</li> <li>• Hypothesentests: Test von aufgestellten Hypothesen</li> </ul>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Eigenes Skript und Aufgabensammlung</p> <p><b>Literatur:</b></p> <p>Sydsaeter, Knut / Hammond, Peter: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Basiswissen mit Praxisbezug. 3. Aufl., München, Pearson, 2008</p> <p>Böker, Fred / Schnoor, Britta / Heidenreich, Nils: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler – Das Übungsbuch. München: Pearson, 2010. (orientiert sich an oben genannter Pflichtlektüre, enthält alle Lösungen zu den Aufgaben; Pflichtlektüre und Übungsbuch beginnen bereits beim Aufgabenniveau der gymnasialen Oberstufe.)</p>



Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.



**IFR07 Betriebliches Rechnungswesen und Handelsbetriebslehre**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR07 Betriebliches Rechnungswesen und Handelsbetriebslehre
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR07-1 Betriebliches Rechnungswesen IFR07-2 Handelsbetriebslehre
Semester	2
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	6
Gesamtworkload/ Total work load	180 h (120 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR07-1: 50% IFR07-2: 50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Gemeinsame Klausur, 2-stündig
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Die Studierenden haben einen Überblick über betriebswirtschaftliche Ziele, Aufgaben und abrechnungstechnische Zusammenhänge im betrieblichen Rechnungswesen. Sie haben grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse über den Handel.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Die Studierenden können allgemeine Kenntnisse über Handelsstrukturen auf die Textilwirtschaft anwenden.</p>

<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR07-1: Der Inhalt der Vorlesung umfasst die Schwerpunkte Finanzbuchführung und Jahresabschluss sowie Kosten- und Erlösrechnung.</p> <p>IFR07-2: Grundlagen des Handels, Handelsstrukturen und Erscheinungsformen, Strategie, Absatz, Finanzierung und Controlling, Fallübung, Beschaffung und Logistik, Warenwirtschaft, Sortimentsgestaltung und -planung</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>IFR07-1:</p> <p>Manuskript und Literaturliste.</p> <p>Coenenberg, A.G., Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</p> <p>Eisele, W., Technik des betrieblichen Rechnungswesens</p> <p>Kilger, W. (KoRe), Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung</p> <p>Schweitzer, Küpper, H.-U. (KoEr), Systeme der Kosten- und Erlösrechnung</p> <p>Weber, Jürgen; Weißenberger, Barbara E., Einführung in das Rechnungswesen. Bilanzierung und Kostenrechnung</p> <p>Wobbermin, M., Arbeitsbuch Buchhaltung, Jahresabschluss, Bilanzanalyse. Aufgaben und Lösungen mit SAP R/3-Anwendungen</p> <p>Wobbermin, M., Buchhaltung, Jahresabschluss, Bilanzanalyse</p> <p>Wöhe, G., Kußmaul, H., Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik</p> <p>IFR07-2:</p> <p>Rudolph, T. (2009): Modernes Handelsmanagement, Schäfer Poeschel Verlag Stuttgart</p> <p>Liebmann, H.P. Zentes, J. Swoboda, B. (2008): Handelsmanagement, Verlag Vahlen, München</p> <p>Müller-Hagedorn (1998): Der Handel, Verlag W- Kohlhammer, Stuttgart</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR08 Makroökonomie, Zivil- und Handelsrecht**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR08
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR08-1 Makroökonomie IFR08-2 Zivil- und Handelsrecht
Semester	2
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or: [Text]
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	4
Gesamtworkload/ Total work load	120 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR08-1: 50 % IFR08-2: 50 %
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2 h, Präsentation Die 2-stündige Klausur prüft die Kenntnisse in Makroökonomie (1 Stunde) sowie Zivil- und Handelsrecht (1 Stunde) ab. Zusätzlich wird in Makroökonomie eine ca. 15-minütige Präsentation verlangt. Hierbei sollen die Studierenden lernen und demonstrieren, dass Sie eine frei zu wählende Volkswirtschaft und die Bedeutung der Textil- und Bekleidungsindustrie für diese Volkswirtschaft selbständig analysieren und präsentieren können. In Makroökonomie werden die Klausur mit 80 % und die Präsentation mit 20 % gewichtet.

<p>Lernziele/ Learning Outcomes</p>	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</p> <p>Die Studierenden kennen die Entstehungs-, Verwendungs- und Verteilungsrechnung und können das Bruttoinlandsprodukt berechnen.</p> <p>Die Studierenden kennen die 3-Sektoren-Hypothese und können die Ausprägung der Sektoren in verschiedenen Volkswirtschaften einschätzen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Lage der Textil- und Bekleidungswirtschaft in verschiedenen Volkswirtschaften.</p> <p>Die Studierenden kennen die Kernaussagen der Neoklassik, des Keynesianismus und des Monetarismus.</p> <p>Die Studierenden kennen wichtige wirtschaftspolitische Ziele und Mittel um diese Ziele zu erreichen. Die Studierenden können verschiedene Volkswirtschaften bezüglich der Erreichung dieser Ziele einschätzen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der Außenwirtschaftstheorie und -politik.</p> <p>Die Studierenden können das Thema Nachhaltigkeit in die volkswirtschaftliche Theorie einordnen.</p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen Rahmenbedingungen des deutschen und internationalen Zivil- und Handelsrechts.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Die Studierenden können wichtige volkswirtschaftliche Entwicklungen recherchieren und interpretieren.</p> <p>Die Studierenden können verschiedene Volkswirtschaften allgemein und insbesondere im Hinblick auf die Rolle der Textil- und Bekleidungswirtschaft einschätzen.</p> <p>Die Studierenden können die wesentlichen Rahmenbedingungen des deutschen und internationalen Zivil- und Handelsrechts auf praktische Fälle im Bekleidungshandel anwenden.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>Die Studierenden können volkswirtschaftliche Zusammenhänge und Volkswirtschaften ansprechend und verständlich präsentieren.</p> <p>Die Studierenden lernen in Gruppenarbeit Projekte zu bearbeiten.</p>
-------------------------------------	--

<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR08-1: VGR (Entstehungs-, Verwendungs- und Verteilungsrechnung), 3-Sektoren-Hypothese, Textil- und Bekleidungswirtschaft in Zahlen, Grundpositionen der neoklassischen, keynesianischen und monetaristischen Wirtschaftstheorie, wirtschaftspolitische Ziele und Mittel zur Zielerreichung, Außenwirtschaftstheorie und -politik, Nachhaltigkeit im Kontext volkswirtschaftlicher Theorien</p> <p>IFR08-2: deutsches und internationales Zivil- und Handelsrecht</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Bartling, Hartwig und Luzius, Franz (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 16., verbesserte und ergänzte Auflage. München: Verlag Franz Vahlen.</p> <p>Baßeler, Ulrich, Heinrich, Jürgen und Utecht, Burkhard (2010): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft. 19., überarbeitete Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.</p> <p>Rogall, Holger (2013): Volkswirtschaftslehre für Sozialwissenschaftler. Einführung in eine zukunftsfähige Wirtschaftslehre. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Vogl, Bernhard und Lorberg, Daniel (2015): Volkswirtschaftslehre: Makroökonomie. Herne: NWB Verlag.</p> <p>BGB Bürgerliches Gesetzbuch in aktueller Fassung.</p> <p>Brox, Hans und Henssler, Martin (2009): Handelsrecht. Mit Grundzügen des Wertpapierrechts. 20. Auflage. Rechtsstand März 2009. Beck.</p> <p>Hefermehl, Wolfgang (2009): Handelsgesetzbuch HGB. Ohne Seehandelsrecht, mit Publizitätsgesetz, Wertpapierhandelsgesetz, Wechselgesetz und Scheckgesetz. 49. Auflage. Rechtsstand März 2009. dtv-Beck.</p> <p>HGB Handelsgesetzbuch in aktueller Fassung</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR09 Bekleidungstechnologie und Materialprüfung**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR09
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR09-1 Bekleidungstechnologie IFR09-2 Praktikum Bekleidungstechnik IFR09-3 Materialprüfung
Semester	2
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150h (75 h Kontaktstunden/ Contact hours, 75 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR09-1 1/3 IFR09-2 1/3 IFR09-3 1/3
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR09-1 Klausur 2-stündig, benotet IFR09-2 Mündliche Prüfung, 15 min. benotet IFR09-3 Hausarbeit, benotet
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Fähigkeit, Grundschnitte zu erstellen und von diesen Modellschnitte abzuleiten sowie die Gradierung für die Konfektionsgrößen durchzuführen.

	<p>Fähigkeit, für konfektionstechnische Aufgaben die entsprechenden Maschinen auszuwählen und diese anzuwenden.</p> <p>Kennen der verschiedenen Prüfverfahren und deren Anwendung in der Prüfung von textilen Flächengebilden. Kennen der wichtigsten gesetzlichen Grundlagen der Textilkennzeichnung und CE-Kennzeichnung. Anwendung statistischer Verfahren.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Umgang mit Prüfnormen, Auswertung der Ergebnisse mittels statistischer Methoden.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>Bearbeitung der Übungen in kleinen Gruppen.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR09-1: Schnittkonstruktion und Gradieren von Bekleidung. Verfahren und Maschinenteknik von Konfektionsmaschinen.</p> <p>IFR09-2: Durchführung von Näharbeiten an unterschiedlichen Maschinen</p> <p>IFR09-3: Grundlagen der Prüftechnik, SI-Einheiten, physikalische Grundbegriffe, Prüfverfahren für Garne, textile Flächengebilde, deren Bedeutung für Spezifikationen, gesetzliche Rahmenbedingungen.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>System M. Müller Sohn, Schnittkonstruktion für Jacken und Mäntel</p> <p>System M. Müller Sohn, Schnittkonstruktion für Kleider und Blusen</p> <p>A. Brinkmann-Stieler, DOB-Gradierung</p> <p>Ralf-Dieter Reumann, Prüfverfahren in der Textil- und Bekleidungstechnik</p> <p>Normenwerk</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR10 Modemarketing und Digitale Medienkompetenz 2**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR10
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR10-1 Modemarketing IFR10-2 Digitale Medienkompetenz 2
Semester	2
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR10-1: 70% IFR10-2: 30%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Das Modul nimmt aufgrund des Beschlusses des Prüfungsausschusses vom 15.2.2019 ab Sommersemester 2019 bis mindestens einschließlich Wintersemester 2020/21 am Lehrversuch "InveRT your studies" des Reutlinger Didaktikinstituts teil. Die Prüfungsform des Moduls ändert sich deshalb abweichend von den Vorgaben der StuPrO auf 'Continuous Assessment plus 60 Minuten Klausur'. Ausgestaltung:  IFR10-1 70%: Klausur 60 Minuten 40%, drei Posterabgaben je 10%;  IFR10-2 30%: Digitale Form 20% und fachlicher Inhalt des Ergebnisses der Laborarbeit 10%; Fachliche Semesterthemen IFR10-2 werden von IFR10-1 vorgegeben; Um die Modulprüfung zu bestehen, muß sowohl in IFR10-1 als auch in IFR10-2 mindestens 30% der jeweils erreichbaren



	<p>Punktzahl erreicht werden und im Modul insgesamt 46% der maximal erreichbaren Punktzahl erreicht werden.</p>
<p>Lernziele/ Learning Outcomes</p>	<p> <b>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</b>          Kenntnis der Grundlagen des Marketing          Professionelles Einordnen der Funktion des Marketing im Unternehmen unter den speziellen Nebenbedingungen der Mode bzw. der Textilwirtschaft          Kenntnis der Grundlagen des Aufbaus und Betriebens von Blogs          Kenntnis der Grundlagen und des Einsatzes von bewegten Bildern (Videos) im Marketing, speziell in der Netzkommunikation       </p> <p> <b>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</b>          Methoden des Marketing kennen und auf vorgegebene Anwendungsfälle anwenden können.          Spezielle Methoden des Modemarketing wie Flächenplanung kennen          Praktische Anwendungskompetenz beim Einsatz von Methoden im Marketing wie SWOT-Analyse, Portfolien, Benchmarks, Mediaplan, etc.          Vorgehen beim Aufbau und Betreiben eines Blogs kennen          Vorgehen beim Erstellen eines Videos für Marketingzwecke kennen          Anwendungskompetenz Video durch Laborarbeit mit Veröffentlichungsziel       </p> <p> <b>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</b>          Während der Vorlesung Modemarketing interaktive Elemente wie Aufgabenstellungen für kleine Teams;          Parallel zur Vorlesung wird eine begleitende Studienarbeit entweder für einzelne Studenten oder für Kleingruppen ausgegeben.          Im Rahmen der Vorlesung Kontakt mit Unternehmen durch einen Vortrag eines Praktikers im Vorlesungssaal und/oder eine ‚Vorlesung vor Ort‘ (Exkursion) bei einem Unternehmen im Umkreis von Reutlingen.          Teile der Laborarbeit zur Digitalen Medienkompetenz können im Kleinteam bearbeitet werden.       </p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR10-1: Grundlagen Marketing</p>

	<p>Grundlagen Modetheorie</p> <p>Marketingstrategie</p> <p>Bedeutung der Marktforschung</p> <p>Produktpolitik</p> <p>Konditionenpolitik</p> <p>Distributionspolitik</p> <p>Kommunikationspolitik</p> <p>Veranschaulichung der Vorlesungsinhalte anhand Beispielen vorwiegend aus der Textilwirtschaft.</p> <p>Klausurrelevante Pflichtlektüre in Auszügen</p> <p>Grundlagen Video: Gestaltung, Aufnahme und Videoschnitt mit Laborarbeit. Die fachlichen Themen dieser Laborarbeit werden pro Semester aus IFR10-1 Modemarketing vorgegeben</p> <p>Umsetzung eines Themas in einem kurzen Video plus Blogbeitrag mit jeweils fachlichem Modemarketinginhalt. Möglichkeiten der Medien-Publikation im Netz kennen und als Ergebnis der Laborarbeit ein Video und einen Blogbeitrag publizieren</p>
Literatur/ Literature	<p>Pflichtlektüre: Meffert, H., Burmann, C., &amp; Kirchgeorg, M. (2015). Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. Wiesbaden: Gabler. Das Buch ist als e-Book im Lernzentrum für Studenten kostenlos verfügbar.</p> <p>Skript Modemarketing, dort Angabe weiterer Literatur.</p> <p>Klaßen, R. (2014). Grundkurs Digitales Video. Schritt für Schritt zum perfekten Film. Bonn: Galileo.</p> <p>Rogge, A. (2013). Die Videoschnittschule. Für spannende und überzeugende Filme. Bonn: Galileo.</p> <p>Einsatz von Software im Softwarelabor (Wordpress, Videosoftware) und eventueller zugehöriger Schulungsliteratur nach Maßgabe des Dozenten</p> <p>Im Campusnetz freigeschaltet: video2brain, Sektion ‚Audio &amp; Video‘; <a href="https://www.video2brain.com/de/education">https://www.video2brain.com/de/education</a></p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR11 Researching Scientifically and Fashion Business Seminar**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR11
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR11-1 Researching Scientifically IFR11-2 Fashion Business Seminar
Semester	2
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	6
Gesamtworkload/ Total work load	180 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 120 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	Application of IFR11-1 on IFR11-2 according to chosen research topics and research methods: IFR11-1: 20%; citation and list of references. IFR11-2: 80%; Formal criteria 10%, literature analysis 20%, documentation of research methods applied 20%, researched findings & limitations & research outlook 20%, findings presentation poster 10%. In each assessment part, IFR11-1 and IFR11-2, a minimum of 30% points available must be reached in order to pass the module assessment. Plus, in order to pass the module, a minimum of 46% module points available must be reached to pass in the weighted total points of the module.
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Seminar paper, seminar results presentation, presentation documentation

<p>Lernziele/ Learning Outcomes</p>	<p>           Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:            Performance of management research competency            Knowing research methods            Knowledge of fashion retail research questions and the ways to answering these questions scientifically            Research process, method application and writing competency              Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:            Methods of focusing research, reflective diary, step-by-step reviewing literature, Formulating and clarifying the research topic, reviewing literature, citing literature            Methods of negotiating access and research ethics, Selecting samples            Methods of using secondary data            Methods of collecting primary data            Methods of analysing quantitative and qualitative data            Methods of writing and presenting the project report, e.g. APA Style and zotero              Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:            Presentation competency            It is in some semesters possible to give research topics to groups of two students.            Research projects sometimes include much social interaction, e.g. in market research field work like interviews etc. Because of the reflected and detailed planning and execution of the project, this could lead to better social competencies of the researcher, too.         </p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>           Formulating and clarifying the research topic            Critically reviewing the literature            Understanding research philosophies and approaches            Formulating the research design            Negotiating access and research ethics            Selecting samples         </p>

	<p>Using secondary data</p> <p>Collecting primary data through observation</p> <p>Collecting primary data through semi-structured, in-depth and group interviews</p> <p>Collecting data through questionnaires</p> <p>Analysing quantitative data</p> <p>Analysing qualitative data</p> <p>Writing and presenting the project report</p> <p>Application on fashion business problems by researching and writing a seminar paper;</p> <p>The extent and level of discussing each research topic in this module differs from semester to semester according to given research questions.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Required reading:</p> <p>Saunders, M., &amp; Lewis, P., &amp; Thornhill, A. (2012). Research Methods for Business Students. Harlow: Pearson.</p> <p><a href="http://www.apa.org">www.apa.org</a>, <a href="http://owl.english.purdue.edu/owl/section/2/10/">http://owl.english.purdue.edu/owl/section/2/10/</a></p> <p><a href="http://www.zotero.org">www.zotero.org</a></p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR12 E-Commerce in Fashion**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR12
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR12-1 E-Commerce IFR12-2 E-Commerce Seminar
Semester	3
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	8
Gesamtworkload/ Total work load	240 h (90 h Kontaktstunden/ Contact hours, 150 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR12-1: 50% IFR12-2: 50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR12-1: Exam (2h) IFR12-2: Research paper (15 pages) and presentation (15-20 min)  In both parts of the assessment, a minimum of 30 % needs to be achieved in order to pass.
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: In this module profound e-commerce knowledge is conveyed with a particular focus on the specifics of selling fashion online. Basics of e-commerce technology are discussed as well as fundamentals of e-commerce management such as return management, online marketing and continuous improvement. In the accompanying seminar the

	<p>knowledge is deepened by examining current research in the field of e-commerce.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: By dealing independently with current research in the field of e-commerce students not only deepen their e-commerce competence but also gain experience in working scientifically.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: By discussing current topics of business research with fellow students communication and discussion skills are advanced.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>IFR12-1: Basics of e-commerce, online purchasing process, building up an e-commerce platform, system components of e-commerce platforms, returns in e-commerce, online marketing, continuous improvement, other aspects of e-commerce.</p> <p>IFR12-2: Changing research topics with most current relevance.</p>
Literatur/ Literature	<p>Halberstadt, J. (2014): Globale und First-Mover-Vorteile internetbasierter Geschäftsmodelle, Wiesbaden: Springer Gabler, 2014.</p> <p>Heinemann, G. (2014): Der neue Online-Handel : Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im E-Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler, 2014.</p> <p>Laudon, K. C. / Traver, C. G. (2015): E-Commerce – business, society, technology, Boston et al., 2015.</p> <p>Martínez-López, F. J. (2014): Handbook of Strategic e-Business Management, Berlin, Heidelberg : Springer, 2014.</p> <p>Matsuo, T. (2014): Electronic Business and Marketing : New Trends on its Process and Applications, Berlin, Heidelberg: Springer, 2013.</p> <p>Qin, Z. et al. (2014): E-Commerce Strategy, Berlin, Heidelberg: Springer, 2014.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### IFR13 Sales Management

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR13
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR13-1 Sales Management in Fashion IFR13-2 Visual Merchandising Laboratory
Semester	3
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	7
Gesamtworkload/ Total work load	210 h (90 h Kontaktstunden/ Contact hours, 120 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR13-1: 60% IFR13-2: 40%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR13-1: Written exam IFR13-2: Project work and presentation (20-30min)
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Within this course the knowledge of sales management is deepened. Hereby, the basic structures, procedures and strategies of sales in fashion retail are discussed. In particular, all relevant topics of strategic and operational sales management in fashion are covered.



	<p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: During the course students are requested to prepare relevant topics for presentation in class. By this task they learn to approach new topics and capture key knowledge in a structured and presentable way.</p> <p>By conducting store checks within this module students learn to transfer theoretical knowledge conveyed in the lecture to store reality.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: As students are continuously working in groups to fulfill their project task they strengthen their communication and teamwork competencies.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR13-1: Sales strategy, customer management, sales organization, HR management in sales, sales channel management, information management, sales controlling.</p> <p>IFR13-2: Introduction to visual merchandising, window and façade dressing, in store design, product presentation</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Bianchi, R. / Cermak, M. / Dusek, O. (2016): More than digital plus traditional: A truly omnichannel customer experience, McKinsey&amp;Company, July 2016.</p> <p>Heinemann, G. (2013): No-Line-Handel – Höchste Evolutionsstufe im Multi-Channeling, Wiesbaden 2013.</p> <p>Homburg, C. (2017): Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden 2017.</p> <p>Homburg, C. / Schäfer, H. / Schneider, J. (2012): Sales Excellence – Systematic Sales Management. Berlin, Heidelberg 2012.</p> <p>Ingram et al. (2015): Sales management: analysis and decision making, New York 2015.</p> <p>Levy, M. / Weitz, B. A. / Grewal, D. (2014): Retailing management, New York 2014.</p> <p>Sopadjeva, E. / Dholakia, J. M. / Beth, B. (2017): A Study of 46,000 Shoppers Shows That Omnichannel Retailing Works, Harvard Business Review, January 3, 2017.</p> <p>Winkelmann, Peter (2012): Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements – CRM, München 2012.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### IFR14 International Marketing, Import/Export Processes

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR14
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR14-1 International Marketing, Import/Export Processes IFR14-2 Import and Export Processes
Semester	3
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR14-1: 50% IFR14-2: 50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR 14-1: Exam IFR14-2: Exam
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</p> <p>In this module profound knowledge on international marketing is conveyed with a particular focus on the specifics of selling fashion on a global level. Basics of globalization and internationalization are discussed. International approaches are introduced and put in an organizational context. The impact of culture on the fields of marketing are discussed aligning with the operational perspective of the merchandise flow for transnational businesses.</p>

	<p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>By dealing jointly with current research and case studies in the field of international marketing students not only deepen their marketing competence but also gain experience in working scientifically and effectively with papers.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>By discussing current topics of the current economic situation with fellow students communication and discussion skills are advanced.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR14-1: The Global Imperative, Global trade environment, global strategy, global marketing mix; economic and cultural areas and their marketing conditions (NAFTA, EU, China, South East Asia, Japan, Middle East); Cultural Issues and Buying Behaviour, Global Segmentation and Positioning, Global Market Entry Modes, Global Product Development, Global Pricing and Communication</p> <p>IFR14-2: Global Environment, Legal Aspects of Globalization, Institutions and Players, International Trade Agreements, Trade Barriers, Duties and Taxes, Incoterms, Transports and Logistic Process, Pricing and Calculation Shipping Methods, Financing and Disposition, Hedging</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (Hrsg.) (2005): Erfolg im Auslandsgeschäft. Weltweit aktiv. Ratgeber für kleine und mittlere Unternehmen.</p> <p>Copinath, G. (2014). Handbook of international economics. Amsterdam: North-Holland.</p> <p>Czinkota/Ronkainen/Zvobgo (2011): International Marketing, 9. Ed, Cengage</p> <p>Grafers, H. (1999): Einführung in die betriebliche Außenwirtschaft, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.</p> <p>Heiduk, G. (2005): Außenwirtschaft. Theorie, Empirie und Politik der interdependenten Weltwirtschaft, Physica-Verlag, Heidelberg.</p> <p>Industrie- und Handelskammer Reutlingen (Hrsg.) (2005): Kurzinformation Import.</p> <p>Keegan, Warren J. / Green, Mark C. (2014): Global Marketing. 8. ed., Prentice Hall.</p> <p>Kehr/Altmann, J. (2015): Außenhandel, Kiehl, Stuttgart.</p> <p>Kotabe, Masaaki/Helsen, Kristiaan (2015): Global Marketing Management, 6. Ed., Wiley</p>



	<p>Niehoff, W. und Reitz, G. (2001): Going Global. Strategien, Methoden und Techniken des Auslandsgeschäfts, Springer, Berlin, Heidelberg, New York.</p> <p>Zentes/Swoboda/Morschett (2008): Fallstudien zum internationalen Management, 3. Ed., Gabler</p>
--	---

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR15 International Fashion Management**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR15
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR15-1 International Fashion Management
Semester	3
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Exam (120 min)
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</p> <p>In this module profound knowledge on international fashion management is conveyed with a particular focus on the specifics of managing a fashion company on a global level. Basics of Strategy, Leadership, Core-Business and Processes are integrated to a holistic model of fashion management. Students learn to understand the linkages between the single elements.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p>

	<p>By dealing jointly with current research and case studies in the field of fashion management students not only deepen their management competence but also gain experience in working scientifically and effectively with papers.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>By discussing current topics of the retail and management examples with fellow students communication and discussion skills are advanced.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR15: Strategic Planning &amp; Controlling (basic management level, fashion level, international level), BSC Planning and Forecasting, Fashion Markets; Leadership &amp; People (basic management level, fashion level, international level), Fashion Knowledge Management, Cultural Diversity and Creativity; Fashion Core Business (basic management level, fashion level, international level), New Retail Technologies, Omni-Channeling, Collection Planning, CSR; Processes in Fashion Companies (basic management level, fashion level, international level), SCM, PLM, PDM, Logistics</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Barney, Jay B./Hesterly, William S. 2011 Strategic Management and Competitive Advantage, 4th ed.; Prentice Hall</p> <p>Diamond, J., &amp; Litt, S. (2009). Retailing in the Twenty-First Century 2nd Edition (Second Edition edition). New York: Fairchild Books.</p> <p>Frings, G. S. (2007). Fashion: From Concept to Consumer (9 edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.</p> <p>Funder, J., Strähle, J., Ehlbeck, M., &amp; Natkowski, T. (2011). Online gewinnen: Shop und Marketing strategisch optimieren. Dt. Fachverl..</p> <p>Grant, R. M. and J. Jordan 2012 Foundations of Strategy. John Wiley &amp; Sons</p> <p>Kim, H.-S., &amp; Hall, M. L. (2015). Green Brand Strategies in the Fashion Industry: Leveraging Connections of the Consumer, Brand, and Environmental Sustainability. In T.-M. Choi &amp; T. C. E. Cheng (Eds.), Sustainable Fashion Supply Chain Management (pp. 31–45). Springer International Publishing.</p> <p>McColl, J., &amp; Moore, C. (2013). Developing a Value Chain for Fashion Retailers: Activities for Competitiveness. In H. Schramm-Klein (Ed.), European Retail Research (pp. 47–75). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. Retrieved from <a href="http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-00717-1_3">http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-00717-1_3</a></p>



	Strähle, J. (2015). Emotionalizing Fashion Retail (1st ed.). Norderstedt: BoD.
--	--

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR16 Structure and Development of Sourcing and Sales Markets**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR16 Structure and Development of Sourcing and Sales Markets
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR16-1 Structure and Development of Sourcing and Sales Markets
Semester	3
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (120 h Kontaktstunden/ Contact hours, 30 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR16-1: 100%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Exam 2h
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Knowledge and understanding structures of global textile markets. Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Getting Anticipate new market developments and classifying their antecedences.
Fachliche Inhalte/ Contents	IFR16-1: Characteristics and value chain of the textile chain; globalization; coordination and business mechanics; sustainability; Sustainability in the



	textile chain; sales structures; procurement structures and mechanics; textile structures in selected countries.
Literatur/ Literature	IFR07-1: Kunz, G.; Garner, M. (2007) Going Global. The Textile and Apparel Industry

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR17 Externes Auslandssemester**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR17
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	
Semester	4
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input type="checkbox"/> oder/ or: Siehe StruPrO
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	30
Gesamtworkload/ Total work load	900 h (xx h Kontaktstunden / Contact hours, xx h Selbststudium/ Self- Study) xx: according to host university abroad
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Depending on host university, refer to StuPrO
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Depending on Learning Agreement Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Depending on Learning Agreement Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:

	Cultural Awareness, Intercultural Competence, Depending on Learning Agreement
Fachliche Inhalte/ Contents	IFR17: According to individual learning agreement, refer to StuPrO
Literatur/ Literature	Depending on chosen modules from host institution

Verfahrensweisung: Es findet eine Informationsveranstaltung statt. Zu dieser lädt die akademische Leitung für das Auslandssemester und die Koordination des Auslandssemesters das 2. Semester ein. Dort werden die Details vorgestellt und besprochen.

**IFR18 International Fashion Retail Analysis Project**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR18
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	
Semester	4
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> according to §6 StuPrO IFR Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input type="checkbox"/> oder/ or: Admission to module according to rules in §6 StuPrO IFR
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	10
Gesamtworkload/ Total work load	300 h (30 h Kontaktstunden/ Contact hours, 270 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	20% Formal criteria, e.g. citation quality in paper, citation test results 20% Use and documentation of research methods applied, e.g. literature research methods, data analysis methods 40% quality of results 20% findings presentation and presentation documentation; e.g. oral presentation, media presentation files; In order to reflect on different research topics and research methods used, these percentages can change from semester to semester. In this case a syllabus of the module informs students at the beginning of the semester within three weeks after lecture starts.
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Project paper, project results presentation, presentation documentation

<p>Lernziele/ Learning Outcomes</p>	<p> <b>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</b>            Better research and analysis competency            Better knowledge of fashion retail research questions and the ways to answering these questions both scientifically and practically         </p> <p> <b>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</b>            Deepening of scientific competencies, including scientific documentation            Deepening of presentation competencies, including media documentation         </p> <p> <b>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</b>            Presentation competency.            It is possible to work on this project either as a single student or as a small group of students according to the module syllabus of the semester.            Research projects sometimes include much social interaction, e.g. in market research field work like interviews etc. Because of the reflected and detailed planning and execution of the project, this could lead to better social competencies of the researcher, too.         </p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>Analysis of fashion retail business problems by researching and writing a seminar paper; presenting the results; media documentation of the results.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Saunders, M., &amp; Lewis, P., &amp; Thornhill, A. (2012). Research Methods for Business Students. Harlow: Pearson.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR19 Praxissemester Fashion Retail**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR19 Praxissemester Fashion Retail
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR19-1 Praxissemester Fashion Retail Projektarbeit IFR19-2 Präsentation der Projektergebnisse
Semester	5
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	30
Gesamtworkload/ Total work load	1500h
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR19-1: 80% IFR19-2: 20%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Paper und Referat
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Erfolgreiche Projektdurchführung und Erstellung von Projektberichten</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Die Studierenden können ein Projekt selbstständig durchführen und Inhalte recherchieren sowie interpretieren.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p>

	<p>Fähigkeit zur Managementpräsentation relevanter Fakten auf empirischer Grundlage Die Studierenden können Zusammenhänge in Unternehmen ansprechend und verständlich präsentieren.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR19-1: Selbstständige und umfassende Durchführung des Handelsprojektes im Industriebetrieb und Erstellung der Studienarbeit. Absprache der Themen und der Form der Studienarbeit mit den Fachdozenten der Hochschule Reutlingen.</p> <p>Folgende Bereiche der Projektdurchführung werden vorgeschlagen: Handel, Produktion (Textiltechnologie, Bekleidungstechnik), Verfahrenstechnik, Umwelttechnik und Recycling, Betriebslabor, Organisation, Betriebswirtschaft, Beschaffung, Vertrieb und Marketing.</p> <p>Umfang der Studienarbeit, die in gebundener Form am Ende des Praxissemesters abzugeben ist, mindestens 30 Seiten. Zur Anerkennung des Projektes ist ein Zeugnis des Praxisbetriebes vorzulegen.</p> <p>IFR 19-2</p> <p>Darstellung der Projektdurchführung und des Projektberichtes mit Hilfe einer Managementpräsentation in Form eines Referats. Medienunterstützung nach Wahl.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Selbststudium der Fachliteratur, Teilnahme an Fachvortragsveranstaltungen, Messen, Seminaren usw.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR20 Einkauf und Beschaffung, Warenkunde**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR20 Einkauf und Beschaffung, Warenkunde
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR20-1 Einkauf und Beschaffung im Textileinzelhandel IFR20-2 Warenkunde Textil, Leder, Bekleidung, Schuhe
Semester	6
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	6
Gesamtworkload/ Total work load	180 h (120 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR20-1: 50% IFR20-2: 50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 3 stündig
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</p> <p>Überblick und ausgewähltes detailliertes Wissen über Einkauf und Beschaffung im textilen Einzelhandel</p> <p>Kennen von Textilien und Bekleidung in ihren Arten und Einzelteilen incl. Accessoires Leder und Schuhe. Begrifflichkeiten in Deutsch und in Englisch benennen.</p>



	<p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Konzeption und Strukturierung von Einkaufsfunktionen und -prozessen.</p> <p>Fähigkeit verschiedene Funktionen in Einkauf und Beschaffung professionell wahrzunehmen</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>IFR20-1: Einkauf und Beschaffung Grundlagen branchenneutral in Theorie und Praxis; Anwendung auf den Textileinzelhandel und -industrie.</p> <p>Abgrenzung Einkauf- Beschaffung, Bedarfsermittlung, Beschaffungsplanung, Lieferantenmanagement, Globale Beschaffung, Sortimentsgestaltung.</p> <p>IFR 20-2 Textile Warenkunde: HAKA, DOB, KOB, Heimtextilien, Accessoires und Schuhe .</p> <p>Schwerpunkt liegt auf der Bekleidung unter Berücksichtigung von Materialeigenschaften.</p>
Literatur/ Literature	<p>IFR20-1:</p> <p>Manuskript und Literaturliste.</p> <p>Clodfelter, Richard: Retail Buying. From Basics to Fashion. 3rd ed. New York: Fairchild, 2008.</p> <p>Janz, Markus, Swoboda, Bernhard: Vertikales Retailmanagement in der Fashionbranche. Konzepte, Benchmarks, Praxisbeispiele. Frankfurt, dfv, 2007.</p> <p>IFR20-2:</p> <p>Eberle, Hannelore et al.: Fachwissen Bekleidung. Europa-Lehrmittel, 2007.</p> <p>Calasibetta, Charlotte Mankey / Tortora, Phyllis: The Fairchild dictionary of fashion. 3rd ed., New York: Fairchild, 2003.</p> <p>Tortora, Phyllis: The Fairchild Encyclopedia of Fashion Accessories. New York: Fairchild, 2003.</p> <p>Tortora, Phyllis: Fairchild's Dictionary of Textiles. New York: Fairchild, 1996.</p> <p>Roetzel, Bernhard: Der Gentleman. Handbuch der klassischen Herrenmode. H.f. Ullmann, 2009.</p> <p>Piras, Claudia / Roetzel, Bernhard: Die Lady. Handbuch der klassischen Damenmode. H.f. Ullmann, 2004.</p>



Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR21 International Fashion Management Seminar**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR21
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR21-1 International Fashion Management Seminar IFR21-2 Market Research
Semester	6
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input type="checkbox"/> oder/ or: Das Modul kann erst nach Bestehen aller Modulprüfungen der ersten drei Semester und nach der Rückkehr aus dem Mobilitätsfenster belegt und zur Prüfung angemeldet werden.  This module can be taken and registered for exam only after successful completion of all module exams of the first three semesters and after returning from the mobility window.
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	6
Gesamtworkload/ Total work load	180 h (90 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR21-1: 50% IFR21-2: 50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR21-1: Research paper (max. 10.000 words) and presentation (10min.) IFR21-2: Exam (120min.)
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:  In this module international fashion management aspects are intensified with a particular focus on the specifics of managing a fashion company on a global level. Current research issues are discussed for the framework of

	<p>a global working fashion company. Market research approaches for the analysis of these research questions are introduced.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: By dealing jointly with current research and case studies in the field of international fashion management students not only deepen their management competence but also gain experience in working scientifically, analytical and effective with papers.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: By discussing current topics of the retail and management examples with fellow students communication and discussion skills are advanced.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR21-1: Changing research topics with most current relevance</p> <p>IFR21-2: Role of Marketing Research, Research Process, Survey Research, Measurement and Attitude Scaling, Questionnaire Design, Sampling, Qualitative Research, Secondary Data, Observation, Conducting Marketing Experiments, Human Side of Marketing Research, Statistical Theory, Data Analysis, Communication of Results</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Barney, Jay B./Hesterly, William S. 2011 Strategic Management and Competitive Advantage, 4th ed.; Prentice Hall</p> <p>Diamond, J., &amp; Litt, S. (2009). Retailing in the Twenty-First Century 2nd Edition (Second Edition edition). New York: Fairchild Books.</p> <p>Frings, G. S. (2007). Fashion: From Concept to Consumer (9 edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.</p> <p>Funder, J., Strähle, J., Ehlbeck, M., &amp; Natkowski, T. (2011). Online gewinnen: Shop und Marketing strategisch optimieren. Dt. Fachverl..</p> <p>Grant, R. M. and J. Jordan 2012 Foundations of Strategy. John Wiley &amp; Sons</p> <p>Kim, H.-S., &amp; Hall, M. L. (2015). Green Brand Strategies in the Fashion Industry: Leveraging Connections of the Consumer, Brand, and Environmental Sustainability. In T.-M. Choi &amp; T. C. E. Cheng (Eds.), Sustainable Fashion Supply Chain Management (pp. 31–45). Springer International Publishing.</p> <p>McColl, J., &amp; Moore, C. (2013). Developing a Value Chain for Fashion Retailers: Activities for Competitiveness. In H. Schramm-Klein (Ed.), European Retail Research (pp. 47–75). Wiesbaden: Springer Fachmedien</p>



	<p>Wiesbaden. Retrieved from <a href="http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-00717-1_3">http://link.springer.com/10.1007/978-3-658-00717-1_3</a></p> <p>Strähle, J. (2015). Emotionalizing Fashion Retail (1st ed.). Norderstedt: BoD.</p> <p>Zikmund, William G./Babin, Barry J. (2013): Essentials of Marketing Research, International Edition, 5th Ed., Cengage Learning</p> <p>Zikmund, W. G., &amp; Babin, B. J. (2010). Exploring marketing research. o.O.: South-Western Cengage Learning.</p>
--	--

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR22 Absatzprognosen, Modeprognosen, Strategische Prognosen**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR22
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	
Semester	6
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input type="checkbox"/> oder/ or: Das Modul kann erst nach Bestehen aller Modulprüfungen der ersten drei Semester und nach der Rückkehr aus dem Mobilitätsfenster belegt und zur Prüfung angemeldet werden.  This module can be taken and registered for exam only after successful completion of all module exams of the first three semesters and after returning from the mobility window.
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	4
Gesamtworkload/ Total work load	120 h (30 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium mit Projektarbeit/ Self-Study with project work)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	Klausur 75% Präsentation der Projektarbeit, Dokumentation der Präsentation 25%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Schriftliche Klausur 2h Gruppenpräsentation (20min) inkl. Dokumentation der Präsentation/Findings
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:  Bedeutung von Prognosen, speziell in der Betriebswirtschaftslehre, kennen  Spezielle Aufgabenstellungen der Textilwirtschaft bzgl. Prognosen kennen

	<p>Kenntnis von Prognosemethoden in Absatzprognose, Modeprognose, strategische Prognose</p> <p>Anwendungskompetenz von Prognosemethoden</p> <p>Kenntnis der Einbettung von Prognosen in Aufgabenstellungen der Textilwirtschaft wie z.B. Merchandise Planning, Kollektionsrahmenplanung</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Prognosemethoden, z.B. Delphi, Zeitreihenanalysen, exponential smoothing, ARIMA, Szenariotechniken, einfache Prognoserechnungen, predictive analytics, conjoint analysis, Kundenwertprognosen</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>Präsentationskompetenz</p> <p>Die Projektarbeit kann je nach Semester entweder an einzelne Studenten oder an kleine Studentengruppen ausgegeben werden; Der Syllabus des Semesters teilt den Modus hierzu zu Semesterbeginn mit.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>Einführung Forecasting / Prognosen</p> <p>Zukunftsforschung und Zukunftsforschung in der Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Absatzprognosen, z.B. Zeitreihenanalysen, Prognoserechnungen</p> <p>Modeprognosen, z.B. mit WGSN, Prognosen für den Kollektionsrahmenplan</p> <p>Strategische Prognosen, z.B. Szenarionalaysen, Delphi-Prognosen</p> <p>Big Data, Predictive Analytics</p> <p>Die Projektarbeit behandelt Themen aus Absatzprognose, Modeprognose oder strategischer Prognose.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Skript</p> <p>WGSN ist als führende Modeprognosenplattform der internationalen Textilwirtschaft für die Studenten freigeschaltet.</p> <p>Bari, A., Chaouchi, M., &amp; Jung, T. (2014). Predictive Analytics for Dummies. Hoboken: John Wiley &amp; Sons.</p> <p>Hurwitz, J., et al. (2013). Big Data for Dummies. Hoboken: John Wiley &amp; Sons.</p> <p>Shmueli, G. (2012). Practical Time Series Forecasting. A Hands-On Guide.</p>



	CreateSpace: Colorado Springs. Tiberius, V. (2011). Zukunftsorientierung in der Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Gabler.
--	--

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPro-Curriculum.



### IFR23 Planung und Controlling

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR23
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR23-1 Planung und Controlling
Semester	6
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input type="checkbox"/> oder/ or: Das Modul kann erst nach Bestehen aller Modulprüfungen der ersten drei Semester und nach der Rückkehr aus dem Mobilitätsfenster belegt und zur Prüfung angemeldet werden.  This module can be taken and registered for exam only after successful completion of all module exams of the first three semesters and after returning from the mobility window
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	4
Gesamtworkload/ Total work load	120 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	-
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2h
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Die Studierenden sollen ein systemisches Verständnis von Planung und Controlling in Industriebetrieben haben. Sie sollen die betriebswirtschaftliche Ziele, Aufgaben und abrechnungstechnischen

	<p>Zusammenhänge im Bereich Planung und Controlling kennen und verstehen.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:                  Die Studierenden sollen die grundlegenden Planungs und Controllingmethoden zur Unterstützung von Entscheidungen entsprechend der unternehmerischen Zielsetzung anwenden können.</p> <p>Die Lösungsansätze zu den in der Vorlesung besprochenen Entscheidungssituationen und Fallstudien sollen bekannt sein und auf Praxisbeispiele übertragen und kritisch reflektiert werden können.</p>
<p>Fachliche Inhalte/                  Contents</p>	<p>IFR23-1 Planung und Controlling</p> <p>Überblick über die Gebiete im Bereich Planung und Controlling, wobei die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge im Hinblick auf Entscheidungsunterstützung im Vordergrund stehen.</p> <p>Die Studierenden lernen Controlling als zentralen Lösungsansatz des Anpassungs- und Koordinationsproblems kennen. Dazu wird das Controllingsystem mit seinen Bestandteilen Planungs- und Kontrollsystem sowie Informationsversorgungssystem dargestellt.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Manuskript mit aktueller Literaturliste</p> <p>Horváth, P. Controlling.</p> <p>Horváth, P., Gleich, R., Voggenreiter, D. Controlling umsetzen.</p> <p>Küpper, H.U. u.a. Controlling.</p> <p>Szyszka, U., Operatives Controlling auf Basis IT-gestützter Kostenrechnung</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR24 Retail Buying**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR24 Fashion Retail Buying
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR24-1 Fashion Retail Buying Seminar IFR24-2 Negotiating Laboratory IFR24-3 Market Research Laboratory
Semester	7
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	7
Gesamtworkload/ Total work load	210 h (90 h Kontaktstunden/ Contact hours, 120 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR20-1: 30% IFR20-2: 40% IFR20-3 30%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR 24-1 Seminar and project work, presentation IFR 24-2 oral group examination, 75 -90 minutes negotiating time; 2 pages filled out negotiation preparation forms IFR 24-3 Project Work
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: knowledge fashion retail buying in a scientific way; Knowledge on market research in practice

	<p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Evaluating buying activities in their business importance. Negotiating knowledge and the negotiating skills</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: Understanding process and behaviors in negotiations.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>IFR24-1: Deepening retail buying knowledge by researching and working scientifically in a seminar. Topics are chosen from actual buying questions in fashion retail businesses which are suitable for a scientific seminar.</p> <p>IFR 24-2 Negotiating theory; Negotiating in practice; Negotiating planning, negotiating processes; e-negotiating; international negotiating</p> <p>IFR 24-3 Deepening market research knowledge by doing a research project, developing research questions and adequate research methods</p>
Literatur/ Literature	<p>IFR24-1:</p> <p>Clodfelter, Richard: Retail Buying. From Basics to Fashion. 3rd ed. New York: Fairchild, 2008.</p> <p>Janz, Markus, Swoboda, Bernhard: Vertikales Retailmanagement in der Fashionbranche. Konzepte, Benchmarks, Praxisbeispiele. Frankfurt, dfv, 2007.</p> <p>IFR24-2:</p> <p>Cohen, Steven P.: 24 Steps to Building Agreement. New York: McGraw-Hill, 2007.</p> <p>Cohen, Herb: Negotiate this! By Caring, but not T-H-A-T Much. Boston, MA: Warner, 2006.</p> <p>Fisher, Roger / Ury, William: Getting to Yes. Negotiating an Agreement without Giving in. Random House, 2007.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### IFR25 Internationales Unternehmensplanspiel

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR25
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR25 Internationales Unternehmensplanspiel
Semester	7
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or: [Text]
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	8
Gesamtworkload/ Total work load	240 h (75 h Kontaktstunden/ Contact hours, 165 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	<p>Projektarbeit und Fallstudie</p> <p>Die Studierenden erstellen nach einer Einführungsphase ein ca. 8-seitiges Strategiepapier, in dem sie beschreiben, welche Ziele sie im Planspiel verfolgen, welche Strategie sie wählen und wie sie diese operativ umsetzen (Gewichtung 30 %).</p> <p>Die Studierenden erstellen am Ende des Planspiels ein ca. 8-seitiges Analysepapier, in dem sie Abweichungen von der Zielerreichung, von der gewählten Strategie und der operativen Umsetzung begründen (Gewichtung 30 %).</p> <p>Die Performance im Planspiel wird mit 40 % gewichtet.</p>

<p>Lernziele/ Learning Outcomes</p>	<p><b>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</b></p> <p>Die Studierenden verstehen die Komplexität des Planungsprozesses in einem Unternehmen.</p> <p>Die Studierenden können zwischen strategischer und operativer Planung unterscheiden.</p> <p>Die Studierenden können mit Hilfe verschiedener Werkzeuge ein Unternehmen analysieren (Analyse der Zahlen des internen und externen Rechnungswesens, Balanced Scorecard, Lebenszyklusanalyse).</p> <p>Aufbauend darauf sind sie in der Lage, realistische strategische Ziele zu setzen und zu operationalisieren.</p> <p>Die Studierenden können die Ergebnisse ihrer Entscheidungen mit Hilfe von Absatz-, Produktions-, Beschaffungszahlen und Werten aus dem internen und externen Rechnungswesen analysieren und darauf aufbauend ihre operativen und strategischen Entscheidungen korrigieren.</p> <p>Die Studierenden können am Ende des (virtuellen) Geschäftsjahres ihre Strategie und die operative Umsetzung anhand verschiedener Erfolgsfaktoren einschätzen.</p> <p><b>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</b></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, ihre, in diversen Managementvorlesungen angeeigneten, Kenntnisse systematisch einzusetzen um ein virtuelles Unternehmen erfolgreich zu führen.</p> <p>Durch die eigenständige Unternehmensplanung und Umsetzung der Planung in operative Entscheidungen entwickeln sie ihre Methodenkompetenz.</p> <p><b>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</b></p> <p>Die Studierenden entwickeln durch die Arbeit in der Gruppe ihre Sozialkompetenz.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>Operative und strategische Unternehmensplanung, Unternehmensanalyse, Unternehmensstrategien, Analyse relevanter Unternehmenszahlen aus Absatz, Produktion, Beschaffung, internem und externem Rechnungswesen.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Benutzerhandbuch des Planspiels, Manuskripte vergangener Vorlesungen mit Managementinhalten.</p>



	<p>Ehrmann, H. (2002): Unternehmensplanung, Ludwigshafen: Kiehl.</p> <p>Horvath, P. (2003): Neugestaltung der Unternehmensplanung: innovative Konzepte und erfolgreiche Praxislösungen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Zimmermann, A. (2010): Praxisorientierte Unternehmensplanung mit harten und weichen Daten: das strategische Führungssystem. Berlin und Heidelberg: Springer.</p>
--	---

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

## IFR26 Investition und Finanzierung

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR26
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR26-1 Investition IFR26-2 Finanzierung
Semester	7
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input type="checkbox"/> oder/ or: Das Modul kann erst nach Bestehen aller Modulprüfungen der ersten drei Semester und nach der Rückkehr aus dem Mobilitätsfenster belegt und zur Prüfung angemeldet werden.  This module can be taken and registered for exam only after successful completion of all module exams of the first three semesters and after returning from the mobility window
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR26-1 Investition      50% IFR26-2 Finanzierung      50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2h
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Die Studierenden sollen ein systemisches Verständnis von Investition und Finanzierung in Industriebetrieben/Handel haben. Sie sollen die Methoden zur Unterstützung von Entscheidungen bei Investitionsvorhaben kennen und prämissengerecht anwenden können.



	<p>Die Studierenden sollen die praxisrelevanten Finanzierungsformen für Industriebetriebe/Handel kennen und Finanzierungsangebote von Banken beurteilen und kritisch reflektieren können.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Die Lösungsansätze zu den in der Vorlesung besprochenen praxisrelevanten Entscheidungssituationen und Fallstudien sollen bekannt sein und auf andere Praxisbeispiele übertragen werden können.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p><b>IFR26-1 Investition</b></p> <p>Die Studierenden lernen praxisrelevante Investitionsrechenverfahren prämissengerecht anzuwenden, entscheidungsrelevante Daten- und Informationen ergebnisorientiert und quellenkritisch zu analysieren, zu bewerten und Handlungsempfehlungen abzuleiten sowie angemessen darzustellen.</p> <p><b>IFR26-2 Finanzierung</b></p> <p>Die Studierenden lernen alternative Finanzierungsformen kennen, und insbesondere im Hinblick auf die Finanzierung von Investitionen zu bewerten.</p> <p>Sie erfahren welche Sicherheiten dazu erforderlich sind, wie Tilgungspläne erstellt werden und wie Liquiditätsplanungen und Finanzanalysen durchgeführt werden.</p>
Literatur/ Literature	<p>Manuskript mit aktueller Literaturliste</p> <p>Kruschwitz, L.; Husmann, S. Finanzierung und Investition.</p> <p>Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A. Finanzwirtschaft der Unternehmung.</p> <p>Schierenbeck, H., Wöhle, C. Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR27 Fremdsprache**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR27
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR27 Fremdsprache / Foreign Language
Semester	8
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	2
Gesamtworkload/ Total work load	60 h (30 h Kontaktstunden/ Contact hours, 30 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	n/a
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Je nach Veranstaltungsvorgabe / According to examiner
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: In diesem Modul soll die internationale Kompetenz der Studierenden gestärkt werden, indem sie neben Englisch eine weitere Fremdsprache erlernen oder je nach individuellem Kenntnisstand vertiefen.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Je nach Gestaltung der Lehrinhalte durch den jeweiligen Dozenten werden insbesondere methodische Kompetenzen im Bereich Präsentation und Selbstmarketing gestärkt.</p>

	<p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: Durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Studierenden verschiedener Fakultäten werden übergreifendes Denken und die Vernetzung mit anderen Fachbereichen gefördert.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	Je nach Veranstaltungsvorgabe / According to lecturer
Literatur/ Literature	Je nach Veranstaltungsvorgabe / According to lecturer

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR28 Eventmanagement International Fashion Retail**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR28
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR28 Eventmanagement International Fashion Retail
Semester	8
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	2
Gesamtworkload/ Total work load	60 h (15 h Kontaktstunden/ Contact hours, 45 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	n/a
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Projektarbeit (Jour Fixe Termine, Abschlusspräsentation, ggf. Event-Durchführung)
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: In diesem Modul sollen die theoretisch erworbenen Erkenntnisse des Projektmanagements auf ein konkretes Event angewendet werden. Hierdurch entwickeln die Studierenden praktische Kompetenzen im Bereich Event- und Projektmanagement. Insbesondere werden Fähigkeiten im Bereich Projektorganisation, Terminplanung, Ressourcenplanung und Projektcontrolling gestärkt.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Durch die praktische Arbeit im Team und an einem konkreten Event</p>

	<p>werden methodische Kompetenzen in den Bereichen Arbeitstechniken, Präsentation, Moderation, Problemlösung, Kreativitätstechniken und Zeitmanagement gefördert. Zudem werden Fähigkeiten des Selbstmarketing durch die Zusammenarbeit mit Unternehmensvertretern geschult.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: Die enge Zusammenarbeit im Team fördert die Fähigkeit, in der Gruppe zu arbeiten und als Team ein gemeinsames Projektergebnis zu erarbeiten.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	Planung, Durchführung und Erfolgskontrolle eines konkreten Events unter Einsatz bekannter Projektmanagementmethoden.
Literatur/ Literature	<p>Eisermann, U. (2014): Praxisorientiertes Eventmanagement: Events erfolgreich planen, umsetzen und bewerten, Wiesbaden: Springer Gabler, 2014.</p> <p>Kaestle, T. (2012): Kompendium Event-Organisation: Business- und Kulturveranstaltungen professionell planen und durchführen, Wiesbaden: Springer Gabler, 2012.</p> <p>Kiel, H. J. / Bäuchl, R, G. (2014): Eventmanagement: Konzeption, Organisation, Erfolgskontrolle, München: Vahlen, 2014.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR29 Soft Skills**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR29
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR29 Soft Skills
Semester	8
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	6
Gesamtworkload/ Total work load	180 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 120 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	n/a
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Je nach Veranstaltungsvorgabe / According to examiner
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: In diesem Modul soll die Kompetenz der Studierenden im Bereich der Soft Skills gestärkt werden. Hierzu können sie sich entsprechend ihrer individuellen Lernziele geeignete Veranstaltungen aus dem Angebot von Studieren<sup>plus</sup> raussuchen.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Je nach Auswahl der Veranstaltung und Gestaltung der Lehrinhalte durch den jeweiligen Dozenten können methodische Kompetenzen z.B. im</p>

	Bereich interkulturelle Kompetenz, Präsentationen, wissenschaftliches Arbeiten etc. gestärkt werden.  Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: Durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Studierenden verschiedener Fakultäten werden übergreifendes Denken und die Vernetzung mit anderen Fachbereichen gefördert.
Fachliche Inhalte/ Contents	Je nach Veranstaltungsvorgabe / According to lecturer
Literatur/ Literature	Je nach Veranstaltungsvorgabe / According to lecturer

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR30 Wissenschaftliches Arbeiten und Publizieren**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR30
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR30 Wissenschaftliches Arbeiten und Publizieren / Scientific Working and Publishing
Semester	8
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangsvoraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modulverantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS-Leistungspunkte/ ECTS-Credits	7
Gesamtworkload/ Total work load	210 h (10 h Kontaktstunden/ Contact hours, 200 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	n/a
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Projektarbeit (publizierfähiger wissenschaftlicher Beitrag im Umfang von max. 40 Seiten)
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: In diesem Modul setzen sich Studierende mit einem Fachthema aus den Bereichen Vertrieb und Marketing, Einkauf oder sonstigen den Studienhalten nahestehenden Gebieten tiefgehend auseinander. Der Fokus liegt dabei auf der wissenschaftlichen Erarbeitung eines Fachthemas. Neben der Analyse des aktuellen Forschungsstandes zum gewählten Themengebiet kann eine empirische Studie zur Beantwortung der Forschungsfrage durchgeführt werden. Dabei wird als Ziel die



	<p>Erstellung eines veröffentlichbaren wissenschaftlichen Arbeitspapiers verfolgt.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:          Durch die Erstellung eines wissenschaftlichen Arbeitspapiers üben die Studierende das wissenschaftliche Arbeiten und dabei insbesondere die kurze und prägnante Darstellung von Forschungsergebnissen. Im Falle der Durchführung einer empirischen Studie werden zudem methodische Kompetenzen im Bereich der empirischen Sozialforschung vertieft.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:          Durch die eigenständige Erstellung der wissenschaftlichen Arbeit üben die Studierenden sich insbesondere in den Bereichen Selbstmotivation und Selbstorganisation sowie durch den engen Austausch mit dem betreuenden Dozenten im Bereich der fachlichen Kommunikation.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	Erstellung eines wissenschaftlichen Arbeitspapiers.
Literatur/ Literature	<p>Saunders, M. / Lewis, P. / Thornhill, A. (2012): Research methods for business students, Harlow; Munich u.a.: Pearson, 2012.</p> <p>Theisen, M. R. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München: Vahlen, 2013.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### IFR31 Bachelorarbeit

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR31
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR31 Bachelorarbeit / Bachelor's Thesis
Semester	8
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input checked="" type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input type="checkbox"/> oder/ or:  Das Thema der Bachelorarbeit darf frühestens ausgegeben werden, wenn mindestens 205 Leistungspunkte (ECTS-Credits) erreicht worden sind.  The topic of the bachelor's thesis may only be assigned if a minimum of 205 ECTS-credits has been achieved.
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	13
Gesamtworkload/ Total work load	390 h (20 h Kontaktstunden/ Contact hours, 370 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	Bachelorarbeit / Bachelor's thesis 50% Kolloquium / Colloquium 50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Bachelorarbeit und mündliche Prüfung 45 Minuten Bachelor's thesis and oral exam 45 minutes

Lernziele/ Learning Outcomes	<p> <b>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</b>          In diesem Modul vertiefen Studierende eigenständig das im Laufe des Studiums erlernte theoretische Wissen im Kontext einer konkreten Forschungsfrage. Dabei stärken sie nicht nur ihre Kompetenz im wissenschaftlichen Arbeiten sondern erwerben tiefgehende Fachkenntnisse in einem mit dem Betreuer festgelegten Forschungsbereich. Neben der Analyse des aktuellen Forschungsstandes zum gewählten Themengebiet kann eine empirische Studie zur Beantwortung der Forschungsfrage durchgeführt werden.       </p> <p> <b>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</b>          Durch die Erstellung der wissenschaftlichen Abschlussarbeit werden Kompetenzen in den Bereichen wissenschaftliches Arbeiten sowie in den Methoden der empirischen Sozialforschung gestärkt. Die Vorbereitung des Kolloquiums fördert zudem die Kompetenz in der kurzen und prägnanten Darstellung von Forschungsergebnissen.       </p> <p> <b>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</b>          Durch die eigenständige Erstellung der wissenschaftlichen Arbeit üben die Studierenden sich insbesondere in den Bereichen Selbstmotivation und Selbstorganisation sowie durch den engen Austausch mit dem betreuenden Dozenten im Bereich der fachlichen Kommunikation. Letztere wird in diesem Modul zudem durch die fachliche Diskussion im Rahmen des abschließenden Kolloquiums in starkem Maße gefördert.       </p>
Fachliche Inhalte/ Contents	Erstellung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit.
Literatur/ Literature	<p>         Saunders, M. / Lewis, P. / Thornhill, A. (2012): Research methods for business students, Harlow; Munich u.a.: Pearson, 2012.       </p> <p>         Theisen, M. R. (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München: Vahlen, 2013.       </p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### 3. Modulbeschreibungen - Wahlmodule

#### IFR32 Unternehmensführung, Projekt und Personalmanagement

Modul-Nr./ Code	IFR32 Unternehmensführung, Projekt und Personalmanagement
Module-No./ Code	IFR32 Leadership Project and Human Resources Management
Kurs-Nr./ Code	IFR32-1 Personalmanagement
Course-No./ Code	IFR32-2 Projekt Unternehmensführung
Semester	6./7. Semester; Angebot im WS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR32-1: 50% IFR32-2: 50%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 1h, Projektarbeit Exam 1h, project work
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Die Studierenden kennen die wesentlichen Aufgaben im Personalmanagement. Die Studierenden kennen die wesentlichen Rechtsgebiete des deutschen Arbeitsrechts. Die Studierenden kennen die

	<p>Personalplanungsmethoden und können sie betriebsbezogen einsetzen. Die Studierenden kennen die wesentlichen Merkmale einer erfolgreichen Personalbeschaffung und können an der betrieblichen Personalbeschaffung mitwirken. Sie kennen die Wichtigkeit des Gestaltungsinstruments Arbeitszeit für die Motivation der Mitarbeiter sowie die Instrumente der Personalentwicklung. Die Studierenden sind sich über die Entstehung und Zusammensetzung der Personalkosten bewusst. Die Studierenden können die Aufgaben im Rahmen der Personalfreisetzung durchführen.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Managementsynthese durch Erarbeitung unternehmensspezifischer Lösungen .</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>Soziale und persönliche Aspekte der Führung eines Unternehmens kennen.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR32-1: Arbeitsrecht, Personalplanung, Personalbeschaffung, Personaleinsatz: Arbeitszeitgestaltung, Personalentwicklung, Personalkosten, Personalfreisetzung.</p> <p>IFR 32-2 Grundlagen und Qualitätsmerkmale guter Unternehmensführung, Aufbau einer adäquaten Leistung für eine eventuell durch ein Unternehmen gestellte Aufgabe, Präsentation und Diskussion mit Unternehmensvertretern. Im Rahmen eines solchen seminarähnlichen Kontaktes mit Unternehmen zusätzliche Erkenntnisse über die unternehmerische Praxis für Studenten.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>IFR32-1:</p> <p>Manuskript und Literaturliste.</p> <p>Brenner, D. Brenner, F. und Giesen, B. (2000): Individuell bewerben, Staufenbiel, Köln; Danne, H. und Heider-Knabe, E. (2003): Personalwirtschaft; Handlungsfelder und Gestaltungselemente, 2003, Cornelsen Verlag, Berlin; Hesse, J. und Schrader, H.C. (2002): Das Hesse/Schrader-Bewerbungshandbuch. Alles, was Sie für ein erfolgreiches Berufsleben wissen müssen, Eichborn, Frankfurt a.M.;</p> <p>Hugo-Becker, A. und Becker, H (1997): Motivation. Neue Wege zum Erfolg, dtv, München; Klimecki und Gmür (2001): Personalmanagement, 2. Auflage, Lucius &amp; Lucius, Stuttgart; Maess, K. und Franke, D. (Hrsg.)</p>



<p>(2002): Das Personal Jahrbuch 2002. Wegweiser für zeitgemäße Personalarbeit, Luchterhand, Neuwied.</p> <p>Olfert, K. und Steinbuch, A. (2001): Personalwirtschaft, Kiehl. Ludwigshafen.</p> <p>REFA (Hrsg.) (2001): Arbeitsunterweisung und Qualifizierung. Lehrunterlage zu Modul 5100456, REFA, Darmstadt; Tschumi, M. (2005): Handbuch zum Personalmanagement, Praxium-Verlag, Zürich; Viethen, H.P. und Schwedes, R. (2002): Arbeitsrecht in der betrieblichen Praxis 2002. Mit Musterverträgen und Checklisten, Dr. F. Weiss Verlag, Freilassing.</p> <p>IFR32-2:</p> <p>Dillerup, R., Stoi, R. (2013): Unternehmensführung, Vahlen Verlag</p> <p>Hungenberg, H., Wulf, T. (2011) Grundlagen der Unternehmensführung: Einführung für Bachelorstudierende, Springer Verlag</p>
---

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### IFR33 Brand Management

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR33
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR33 Brand Management
Semester	6/7; Angebot im SS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	n/a
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur / Exam
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</p> <p>In this module students achieve a profound knowledge of the principles of brand management and deepen their competence in managing fashion brands.</p> <p>Fashion brand examples and cases illustrate different ways to build, develop and maintain a fashion brand.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>By applying the theoretical knowledge to practical examples in case</p>

	<p>studies students learn to analyze business situations and develop solutions regarding brand strategies.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:          As case studies are worked on in teams students gain competence in working as a team member and in organizing teamwork in an effective and efficient way.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>Brands and brand management; consumer based brand equity; brand positioning; choosing brand elements to build brand equity; branding strategies; designing marketing campaigns to build brand equity; brand controlling; brand extensions; international branding.</p>
Literatur/ Literature	<p>Elliott, R. / Percy, L. / Pervan, S. (2011): Strategic brand management, Oxford u.a.: Oxford Univ. Press, 2011.</p> <p>Esch, F.-R. (2014): Strategie und Technik der Markenführung, München: Vahlen, 2014.</p> <p>Keller, K. L. (2013): Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity, Boston; Munich u.a.: Pearson, 2013.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.



### IFR34 Direct Marketing

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR34
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	
Semester	6/7; Angebot im SS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR34: 100%
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR34: Exam (120min.)
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: In this module direct marketing approaches are laid out. This includes traditional approaches as well as modern digital settings. Discussion about fashion companies in a digital era.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: By dealing jointly with current research and case studies in the field of direct marketing students not only deepen their management</p>

	<p>competence but also gain experience in working scientifically, analytical and effective with papers.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>By discussing current topics of the digital retail and management examples with fellow students communication and discussion skills are advanced.</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>IFR34: Classical direct marketing; digital marketing; internet marketing, email marketing search engine marketing; different types of companies and different types of approaches toward the customer and their implications for business; CRM; Telefonmarketing; Social Marketing</p>
Literatur/ Literature	<p>Chamberlin, G. (2010). Googling the present. <i>Economic &amp; Labour Market Review</i>, 4(12), 59–95</p> <p>Coupey, E., (2005), <i>Digital Business</i>, 2<sup>nd</sup> Edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River. Chapter 3</p> <p>Fill, C., (2007), <i>Marketing Communications</i>, 4<sup>th</sup> ed., Prentice Hall, Chapter 27</p> <p>Geuens, M., De Pelsmacker, P., &amp; Tuan Pham, M. (2014). Do Pleasant Emotional Ads Make Consumers Like Your Brand More? <i>GfK-Marketing Intelligence Review</i>, 6(1), 40–45.</p> <p>Henke, L. L. (2013). Breaking Through The Clutter: The Impact of Emotions and Flow on Viral Marketing. <i>Academy of Marketing Studies Journal</i>, 17(2), 111–118.</p> <p>Jara, A., Parra, M., &amp; Skarmeta, A. (2014). Participative marketing: extending social media marketing through the identification and interaction capabilities from the Internet of things. <i>Personal &amp; Ubiquitous Computing</i>, 18(4), 997–1011.</p> <p>Laudon, K., and Traver, C. (2013), <i>E-Commerce 2013</i>, 9<sup>th</sup> ed. Pearson Prentice Hall</p> <p>McLaren, N., &amp; Shanbhogue, R. (2011). Using Internet Search Data as Economic Indicators. <i>SSRN Electronic Journal</i>. doi:10.2139/ssrn.1865276</p> <p>TSAI CHEN, &amp; HSIANG-MING LEE. (2014). Why Do We Share? The Impact of Viral Videos Dramatized to Sell. <i>Journal of Advertising Research</i>, 54(3), 292–303.</p>



	<p>Wolny, J., &amp; Mueller, C. (2013). Analysis of fashion consumers' motives to engage in electronic word-of-mouth communication through social media platforms. <i>Journal of Marketing Management</i>, 29(5/6), 562–583. <a href="http://doi.org/10.1080/0267257X.2013.778324">http://doi.org/10.1080/0267257X.2013.778324</a></p>
--	--

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR35 Soziologie und Konsumentenverhalten**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR35
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR35-1 Soziologie IFR35-2 Konsumentenverhalten IFR35-3 Labor Sozialforschung
Semester	1
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or: [Text]
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (90 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR35-1: 1/3 IFR35-2: 1/3 IFR35-3: 1/3
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Mit der 2-stündigen Klausur werden die Kenntnisse in Soziologie und Konsumentenverhalten abgefragt (jeweils eine Stunde pro Fach). Die Klausur wird insgesamt mit 2/3 gewichtet.  Für die Laborarbeit sollen die Studierenden in Gruppenarbeit ein empirisches Projekt im Kontext der Soziologie durchführen, das Projekt in einem ca. 10-seitigen Bericht dokumentieren und in einer ca. 10-minütigen Präsentation vorstellen. Das Projekt wird mit 1/3 gewichtet.

<p>Lernziele/ Learning Outcomes</p>	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</p> <p>Die Studierenden kennen die Aufgaben und Klassiker der Soziologie.</p> <p>Die Studierenden lernen mittels verschiedener Theorieansätze die Denkweise in der Soziologie kennen und auf verschiedene kollektive Phänomene aus dem Bereich der Bekleidungsirtschaft anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden wissen, wie man allgemeine kollektive Phänomene wie z.B. soziale Ungleichheit oder sozialen Wandel mit soziologischen Theorien erklären kann.</p> <p>Die Studierenden haben einen Überblick zu den verschiedenen Theorieansätzen im Bereich der Modesozologie.</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene soziologische Gegenwartsdiagnosen und können daraus Konsequenzen für die Bekleidungsirtschaft ableiten.</p> <p>In der Veranstaltung Konsumentenverhalten werden Studierende in die theoretischen Ansätze des Konsumentenverhaltens eingeführt. Dabei werden verschiedene Konstrukte, die das Verhalten von Konsumenten beeinflussen, beleuchtet und diskutiert. Dadurch verstehen die Studierenden die kritischen Aspekte des Konsumentenverhaltens und die davon abhängige erfolgreiche Gestaltung von Maßnahmen in Marketing und Vertrieb.</p> <p>Die Studierenden lernen, qualitative und quantitative Methoden einzusetzen, um Problemstellungen aus der Soziologie empirisch zu erforschen.</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Die Studierenden erarbeiten selbständig wesentliche Kerngedanken verschiedener soziologischer Gegenwartsdiagnosen und leiten daraus Konsequenzen für die Bekleidungsirtschaft ab.</p> <p>Studierende lernen komplexe Informationen zu strukturieren und zu verarbeiten, so dass sie in Form von Kurzreferaten anderen Studierenden verständlich dargestellt werden können.</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p>
-------------------------------------	---

	<p>Durch die Aufbereitung und Präsentation theoretischer Grundlagen und aktueller Gegenwartsdiagnosen sowie empirischer Forschungsergebnisse in Gruppenarbeit und Kurzreferaten wird die Kompetenz im Bereich Selbstpräsentation und Zusammenarbeit gestärkt.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR35-1: Soziologie als Wissenschaft, Klassiker der Soziologie, strukturtheoretische, individualistische und praxistheoretische Ansätze, Erklärung kollektiver Phänomene (Normen und Werte, Identität, Habitus, soziale Ungleichheit, sozialer Wandel), Modesoziologie, soziologische Gegenwartsdiagnosen</p> <p>IFR35-2: Psychische Determinanten des Konsumentenverhaltens (aktivierende Prozesse, kognitive Prozesse), Entscheidungsverhalten von Konsumenten, Umweltdeterminanten des Konsumentenverhaltens, Besondere Aspekte des Konsumentenverhaltens (Umgang mit Innovationen, symbolisches Verhalten, Ethik in der Konsumgesellschaft)</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Abels, Heinz (2009): Einführung in die Soziologie: Band 1. Der Blick auf die Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Abels, Heinz (2009): Einführung in die Soziologie: Band 2. Die Individuen in ihrer Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Bourdieu, Pierre (1982): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.</p> <p>Kneer, Georg und Schroer, Markus (2009) (Hg.): Handbuch Soziologische Theorien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Korte, Hermann (2010): Einführung in die Hauptbegriffe der Soziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Korte, Hermann (2011): Einführung in die Geschichte der Soziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Schimank, Uwe (2007): Soziologische Gegenwartsdiagnosen I: Eine Bestandsaufnahme. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Treibel, Annette (2006): Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Volkman, Ute (2002): Soziologische Gegenwartsdiagnosen II: Vergleichende Sekundäranalysen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p>



	<p>Hoyer, W. D. / MacInnis, D. J. / Pieters, R. (2013): Consumer behavior, Mason, Ohio: South-Western, Cengage Learning, 2013.</p> <p>Kroeber-Riel, W. / Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten, München: Vahlen, 2013</p> <p>Solomon, M. R. (2013): Consumer behavior: buying, having and being, Boston, Mass; Munich u.a. : Pearson, 2013.</p> <p>Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.</p> <p>Schnell, Rainer, Hill, Paul B. und Esser, Elke (2013): Methoden der empirischen Sozialforschung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.</p>
--	--

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**IFR36 Business Plan Seminar**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR36
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR36 Business Plan Seminar
Semester	6/7; Angebot im WS und SS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	n/a
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Projektarbeit / Project Work
Lernziele/ Learning Outcomes	Vgl. jeweils aktuelle Angaben in studieren <sup>plus</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse über die grundlegende Struktur eines Business Plans.</li> <li>• Ein vertieftes Verständnis der einzelnen Kapitel eines Business Plans.</li> <li>• Fähigkeit, Businesspläne schreiben, lesen und bewerten zu können.</li> </ul>
Fachliche Inhalte/ Contents	Vgl. jeweils aktuelle Angaben in studieren <sup>plus</sup>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Verfassen eines Business Plans.</li> <li>• Die Präsentation eines Businessplans vor einer professionellen Jury.</li> <li>• Aktuelle Trends in der Existenzgründung.</li> </ul>
Literatur/ Literature	Script wird online zur Verfügung gestellt.

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

Alternativ kann anstatt des Business Plan-Seminars eines der folgenden vier Seminare besucht werden:

- Social Entrepreneurship - Schwerpunkt: nachhaltiges start-up.
- Validating a business model - Schwerpunkt: Finden und Validieren einer Geschäftsidee.
- Exploratives Kreieren und Entwickeln von Geschäftsmodellen - Schwerpunkt: Entwicklung einer Geschäftsidee.
- CrossED - Von der Idee zum innovativen Produkt: Methoden der agilen Produktentwicklung - Schwerpunkt: Studierendenteams aus verschiedenen Fakultäten entwickeln aus innovativen Ideen erfolgreiche Innovationen in einem Semester-Projekt.

Weitere Informationen zu den Inhalten dieser Seminare erhalten Sie in der Broschüre bzw. auf der Website von studierenplus. Die Anmeldung für diese Kurse erfolgt über Relax.

Für eine mögliche Anrechnung gelten folgende Regeln:

Sie können im 6. oder 7. Semester eines der fünf Module als Wahlfach wählen. Die Note wird eingetragen unter der Wahlfachbezeichnung Business Plan-Seminar mit 5 ECTS-Punkten. Sie können sich nur eines der fünf Module anrechnen lassen, da sie sich inhaltlich teilweise überschneiden. Da das Wahlfach Bestandteil der StuPrO ist, gibt es keine Möglichkeit, die Seminare als Soft Skills anrechnen zu lassen. **Wichtig:** Melden Sie sich in der Prüfungsanmeldewoche für das Modul „Business Plan Seminar“ an, damit die Note eingetragen werden kann.

**IFR37 Produktentwicklung Stoffe und Bekleidung**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR37
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR37-1 Produktentwicklung Stoffe IFR37-2 Schnitttechnik Bekleidung
Semester	6/7
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (75 h Kontaktstunden/ Contact hours, 75 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	Punktegewichtung innerhalb der Gesamtleistung nach SWS: IFR37-1: 1-fach IFR37-2: 2-fach  Bestehenskriterien: In jeder Teilklausur müssen mindestens 30 % der erreichbaren Punkte erzielt werden und der Durchschnitt aus den Teilklausuren muss mindestens 46 Punkte von 100 betragen.
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	IFR37: Klausur 3 h, benotet  Aufgaben aus IFR37-1 für 2 h Bearbeitungszeit, aus IFR37-2 für 1 h Bearbeitungszeit
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:  Kennenlernen von Anforderungsprofilen und Eigenschaften von Textilien, Berücksichtigung des Einflusses der Garneigenschaften und Herstellungsverfahren auf die Produkteigenschaften, Erlangung der

	<p>Fähigkeit zur Entwicklung zur Entwicklung von Textilien unter Berücksichtigung der gestellten Anforderungen und der Werkstoffeigenschaften.</p> <p>Beherrschen der Konstruktion und des Gradierens von Schnitten, Erlangen der Fähigkeit, Schnitte auf Basis von Maßstabellen zu entwickeln und zu gradieren sowie Passformprobleme zu erkennen und zu beheben. Handhabung eines CAD-System 2D und 3D.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR37-1: Produktentwicklung Stoffe: Bekleidungsphysiologische und textilphysikalische Eigenschaften und deren Umsetzung auf Textile Konstruktionen zur Erzielung des Tragekomforts und der Optimierung der Funktion eines Textils</p> <p>IFR37-2: Schnitttechnik Bekleidung: Schnittkonstruktion von Blusen, Kleidern, Jacken und Mänteln, Schnittgradieren. Konstruktion, Gradieren, Schnittbildlegen und 3D-Simulation am CAD-System.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Manuskripte und Literaturliste.</p> <p>Knecht, P. (Hrsg.) (2006). Technische Textilien. Frankfurt a.M.. Deutscher Fachverlag.</p> <p>Knecht, P. (Hrsg.) (2003). Funktionstextilien. Frankfurt a.M.. Deutscher Fachverlag.</p> <p>System M. Müller Sohn, Schnittkonstruktion für Jacken und Mäntel</p> <p>System M. Müller Sohn, Schnittkonstruktion für Kleider und Blusen</p> <p>A. Brinkmann-Stieler, DOB-Gradierung</p> <p>W. Aldrich, Pattern Cutting for Women's Tailored Jackets</p> <p>Handbuch der Fa. Assyst</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### IFR38 Grundlagen Textilveredlung

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	IFR38
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	IFR38-1 Grundlagen Textilveredlung IFR38-2 Labor Verfahrenstechnik Textilveredlung
Semester	6/7; Angebot im SS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	120 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	IFR38-1: 50 % IFR38-2: 50 %
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2h und Laborarbeit unbenotet, begleitend zur Vorlesung werden im Labor Textilien gefärbt, bedruckt und ausgerüstet
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Erlangung der Kenntnisse über die Möglichkeiten der Modifizierung und Funktionalisierung von Bekleidungstextilien durch Veredlungsprozesse</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Vorlesung mit praktischen Beispielen; Laborversuche; Literaturrecherche</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies: Gruppenarbeit (Labor</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	IFR38-1: Verfahren und Prozesse in der Warenvorbereitung, Bleicherei, Färberei, Druckerei, Appretur und Beschichtung von Bekleidungstextilien

	IFR38-2: Färben, Bedrucken und Ausrüsten von Bekleidungstextilien mit Rezepturbeispielen
Literatur/ Literature	Hans-Karl Rottle (2006): Handbuch der Textilveredlung; Frankfurt: Deutscher Fachverlag  Unterlagen und Veröffentlichungen der Faser-, Farbstoff- und Textilhilfsmittelhersteller

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

**TTB41 Textil- und Bekleidungslogistik**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	TTB41
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	TTB41 Textil- und Bekleidungslogistik
Semester	6/7; Angebot im WS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	-
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2h
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</p> <p>Die Studierenden sollen ein systemisches Verständnis der Textil- und Bekleidungslogistik haben.</p> <p>Sie sollen die Grundlagen einer am Wertschöpfungsprozess orientierten Logistik im Bereich Textil- und Bekleidung kennen und grundlegende Fragestellungen kritisch reflektieren können.</p>

	<p>Die Lösungsansätze zu den in der Vorlesung besprochenen Entscheidungssituationen und Fallstudien sollen bekannt sein und auf Praxisbeispiele übertragen und kritisch reflektiert werden können</p> <p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</p> <p>Die Studierenden lernen, wissenschaftliche Methoden zur Bearbeitung von logistischen Fragestellungen einzusetzen, entscheidungsrelevante Daten- und Informationen ergebnisorientiert und quellenkritisch zu analysieren, das erworbene Wissen zu systematisieren, zu bewerten und Ergebnisse abzuleiten, sowie angemessen darzustellen und zu präsentieren.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>IFR41 Textil- und Bekleidungslogistik</p> <p>Überblick über die Gebiete der allgemeinen Logistik und der speziellen Fragestellungen der Textil- und Bekleidungslogistik.</p> <p>Lagerlogistik, mit Lagerfunktionen, Lagertechnik, Flurfördertechnik, Verpackungen, Prozesse.</p> <p>Transportlogistik, mit Transportabwicklungsmodellen und deren Einsatzbereiche, Rechtliche Grundlagen und Fahrzeugtechnik.</p> <p>Materialwirtschaft, Ansatzpunkte für Optimierungen, Dispositionsverfahren und Durchführung von ABC / XYZ-Analysen.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Manuskript mit aktueller Literaturliste</p> <p>Ten Hompel, M.; Schmidt, T.; Nagel, L. Materialflusssysteme.</p> <p>Pfohl, H.-Ch. Logistiksysteme – Betriebswirtschaftliche Grundlagen.</p> <p>Schulte, G. Logistik.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

## TTB14 Maschentechnik 2

Modul-Nr.	TTB14 Maschentechnik 2
Kurs-Nr.	TTB14-1 Maschentechnik 2
Semester	6/7; Angebot im WS und SS
Art des Moduls	Pflichtmodul <input type="checkbox"/> Wahlmodul <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen	Keine <input checked="" type="checkbox"/> oder:
Modul- verantwortlicher	Prof. Dr. A. Ünal ahmet.uenal@reutlingen-university.de
ECTS- Leistungspunkte	4
Gesamtworkload	60 h, 30 h Vorlesung und Übungen, 30 h Self-Study
Gewichtung der Teilleistungen	keine
Prüfungsgestaltung	Klausur 2-stündig
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennenlernen der Maschenwaren und Maschenwareneigenschaften</li> <li>• Kenntnis der grundsätzlichen Fertigungsschritte und Verfahren zur Maschenwarenherstellung.</li> <li>• Analysieren, Erkennen und Darstellen von Strick- und Wirkwaren</li> </ul>
Fachliche Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatzgebiete und Eigenschaften der Strick- und Wirkwaren</li> <li>• Flach- und Rundgestrickte Maschenwaren: Farbmusterungen, Strukturmusterungen, Form- und Komplettstricken, Futterbindungen, Binfadenfutter, rundgestrickte Pol- und Plüschstrukturen, Abstands-rundgestricke, Abstandsflachgestricke</li> <li>• Kettengewirkte Maschenwaren: Kombinierte Bindungen, Filet- und Netzartige Bindungen, hochelastisch kettengewirkte Maschenwaren, Multibar und Jacquardstrukturen, kettengewirkte Polstrukturen, Abstandgewirke</li> </ul>
Literatur/ Literature	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuskript mit aktueller Literaturliste</li> <li>• Wilkens, C.: (1993). Bindungslehre der Kettenwirkerei – von Maschebildung bis Maschenbildung . Heusenstamm: U. Wilkens Verlag.</li> </ul>





- |  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Wilkens, C.: (2008). Warp Knit Fabric Construction – from stitch formation to stitch construction. Heusenstamm: U. Wilkens Verlag.</li><li>• Raz, S. (1987). Warp Knitting Production. Heidelberg: Melliand Textilbe-richte Verlag.</li><li>• Das virtuelle Bildungsnetzwerk ViBiNeT®, <a href="http://www.vibinet.de">www.vibinet.de</a></li><li>• Weber, K. P., Weber, M. (2004). Wirkerei und Strickerei: Technologische und bindungstechnische Grundlagen (4. Aufl.). Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</li><li>• Iyer, C., Mammel, B., Schäch, W. (2000). Rundstricken: Theorie und Praxis der Maschentechnik – 2. erw. Auflage. Bamberg: Meisenbach GmbH.</li></ul> |
|--|--|

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### TTB23 Qualitäts- und Umweltmanagement in der Textilwirtschaft

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	TTB23
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	TTB23-1: Qualitätsmanagement in der Textilwirtschaft TTB23-2: Umweltmanagement in der Textilwirtschaft
Semester	6/7; Angebot im WS und SS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	120 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 60 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	TTB23-1: 50 % TTB23-2: 50 %
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	TTB23-1 und TTB23-2: Klausur 2 h
Lernziele/ Learning Outcomes	<p>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies: Die Studierenden sollen basierend auf der Philosophie des Qualitätsmanagements die Q-Werkzeuge, Q-Standards kennenlernen und am Beispiel der Textilen Fertigung anwenden können.</p> <p>Die Studierenden lernen die Grundlagen des UM Kennen, insbesondere die Inhalte der DIN EN ISO 14000f und EMAS Standards sowie die gesetzliche Grundlagen in Deutschland und Europa. Die Studierenden sind in der Lage die Standards voneinander abzugrenzen und deren Bedeutung für das Unternehmen einzuschätzen.</p>

	<p>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies: Analyse von Norminhalten, Abgrenzung und Umsetzung der Forderungen in die Praxis</p> <p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p>
Fachliche Inhalte/ Contents	<p>TTB23-1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Normen des Qualitätsmanagements,</li> <li>- Inhalte, Abgrenzung und Zusammenhang der Standards zu DIN EN ISO 14001, 18001, 50001 usw.</li> <li>- Q-Werkzeuge kennenlernen und deren Anwendung und Bedeutung, statistische Tools, KVP. Ermittlung von Q-Kosten</li> </ul> <p>TTB23-2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gesetzliche Situation in Deutschland und Europa</li> <li>- Inhalt der DIN EN ISO 14000f</li> <li>- Inhalt EMAS , Abgrenzung zu 14000</li> <li>- Umsetzung der Systeme im Unternehmen</li> </ul>
Literatur	<p>QM-Standards: DIN EN ISO 9000-family, DGQ-Booklets, <a href="http://www-qm-infocenter.de">www-qm-infocenter.de</a></p> <p>Script Prof. H. Dallmann: Qualitätsmanagement</p> <p>UM-Standards: DIN EN ISO 14000-family, EMAS</p> <p><a href="http://www.gesetze-im-netz.de">www.gesetze-im-netz.de</a></p> <p>UM-Script Prof. H. Dallmann</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPro-Curriculum.

**TTB42 Informationssysteme in der Textilwirtschaft**

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	TTB42
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	TTB42 Informationssysteme in der Textilwirtschaft
Semester	6/7
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or: [Text]
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150 h (60 h Kontaktstunden/ Contact hours, 90 h Selbststudium/ Self-Study)
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2 h, Präsentation Die 2-stündige Klausur prüft die Kenntnisse in Informationssysteme breit gefächert ab. Zusätzlich wird eine ca. 15-minütige Präsentation verlangt. Hierbei sollen die Studierenden in Gruppenarbeit lernen und demonstrieren, dass Sie ein bestimmtes Thema aus dem Fachgebiet oder ein Unternehmen, das Software für die Textil- und Bekleidungsbranche anbietet, selbständig analysieren und präsentieren können. Die Klausur wird mit 80 % und die Präsentation mit 20 % gewichtet.

Lernziele/ Learning Outcomes	<p> <b>Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:</b>            Die Studierenden kennen die wesentlichen Aufgaben im Informationsmanagement eines Unternehmens und erkennen deren Wichtigkeit.             Die Studierenden kennen unterschiedliche Anwendungssysteme und deren betriebliche Anwendungsgebiete, insbesondere im Bereich Textil und Bekleidung, und können diese in Kategorien einteilen (Administrations- und Dispositionssysteme, Querschnittssysteme, Führungsinformationssysteme).             Sie kennen verschiedene Softwareanbieter und können deren Vorteile und Nachteile im Kontext der Textil- und Bekleidungsindustrie beurteilen.            Die Studierenden kennen eine Software aus dem Bereich Administrations- und Dispositionssysteme in der Praxis und können den Einsatz in der Textil- und Bekleidungsindustrie beurteilen.             Sie können die Einführung einer neuen Software in Phasen unterteilen und an der Einführung in einem Unternehmen mitwirken.             Die Studierenden können Hardware und Systemsoftware bezüglich des Einsatzes im Unternehmen beurteilen.             Ihnen ist die Wichtigkeit der Datensicherheit bewusst und sie können entsprechende Maßnahmen ergreifen.             Sie kennen die wesentlichen Bestimmungen des Datenschutzes.            Die Studierenden können MS-Excel und MS-Access nutzen um betriebliche Problemlösungen zu unterstützen und können VBA einsetzen, um Aufgaben zu automatisieren.         </p> <p> <b>Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:</b>             Die Studierenden bearbeiten mit Hilfe von verschiedener Software kleinere Projekte und lernen dadurch die Nutzung von Anwendungssoftware bei der Lösung betrieblicher Probleme.         </p> <p> <b>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</b>             Die Studierenden analysieren und präsentieren ein Unternehmen der Softwarebranche oder einen aktueller Trend aus der Hard- und Softwarebranche im Bereich der Textil- und Bekleidungswirtschaft.         </p>
Fachliche Inhalte/ Contents	Informationsmanagement, Anwendungssysteme, Einführung eines Administrations- und Dispositionssystems, Hardware, Systemsoftware

	(Betriebssystem, Datenbank), Datensicherheit, Datenschutz, Anwendung einer Administrations- und Dispositionssoftware, Excel, Access, VBA
Literatur/ Literature	<p>Abts, D. und Mülder, W. (2013): Grundkurs Wirtschaftsinformatik. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer Vieweg .</p> <p>Hölscher, L. (2007): Richtig einsteigen: Datenbanken entwickeln mit Access. Unterschleißheim: Microsoft Press.</p> <p>Holey, T, Welter, G. und Wiedemann, A. (2007): Wirtschaftsinformatik. 2. Auflage. Ludwigshafen: Kiehl.</p> <p>Stahlknecht, P. und Hasenkamp, U. (2005): Einführung in die Wirtschaftsinformatik. 11. Auflage. Berlin u.a.: Springer.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.

### TTB54 Fertigungsplanung und Fertigungssteuerung

Modul-Nr./ Code Module-No./ Code	TTB54
Kurs-Nr./ Code Course-No./ Code	TTB54-1 Produktionsplanung und Steuerung TTB54-2 Produktionsplanung und Betriebsplanung
Semester	6/7; Angebot im WS
Art des Moduls/ Type of module	Pflichtmodul/ Compulsory Module <input type="checkbox"/> Wahlmodul/ Elective Module <input checked="" type="checkbox"/>
Zugangs- voraussetzungen/ Admission Requirements	Keine/ None <input checked="" type="checkbox"/> oder/ or:
Modul- verantwortlicher/ Module coordinator	Siehe Personalliste/ See staff list
ECTS- Leistungspunkte/ ECTS-Credits	5
Gesamtworkload/ Total work load	150h (xx h Kontaktstunden/ Contact hours, xx h Selbststudium/ Self-Study)  TTB54-2: Produktionsplanung und Betriebsplanung : 60 h, 15 h Vorlesung und Übungen, 45 h Self-Study
Gewichtung der Teilleistungen/ Weighting of courses within the module	TTB54-1: einfach TTB54-2: einfach
Prüfungsgestaltung/ Type of assessment	Klausur 2-stündig TTB54-2: Projektarbeit
Lernziele/ Learning Outcomes	Professionelle Kompetenzen/ Professional Competencies:  Die Studierenden sollen die Fähigkeit zur Durchführung von alternativen Planungsmethoden und Analyse der für die vorgegebene Situation optimalen Lösung erhalten  Methodische Kompetenzen/ Methodical Competencies:

	<p>Soziale Kompetenzen/ Social Competencies:</p> <p>Kennenlernen der Produktions- und Betriebsplanung im Bereich der Maschentechnik.</p> <p>Erlangen der Fähigkeit betriebsplanerische und betriebstechnische Aufgabenstellungen selbstständig zu lösen.</p>
<p>Fachliche Inhalte/ Contents</p>	<p>TTB54-1: Unterschiedliche Planungs- und Steuerungsmethoden für die Fertigungsplanung und -steuerung. Berechnungen der für die erstellte Planung erforderlichen Kapazitäten in Form von Mensch, Material und Maschine.</p> <p>TTB54-2: Standortwahl eines Textilbetriebes (Maschenwarenhersteller). Projektablauf einer Neu- oder Umbau-Planung in der Strickerei/Wirkerei. Lay-out der maschinellen Ausstattung in der Maschentechnik. Produktionsablauf einer Flachstrick-, Rundstrick- und Kettenwirkerei an Hand von ausgewählten Beispielen. Planung und Ausstattung von Garn- bzw. Kettbaum-, Zwischen- und Fertigwarenlager und mit den entsprechenden Montage- und Transportgeräten. Logistik in der Textiltechnik an Hand von ausgewählten Beispielen.</p>
<p>Literatur/ Literature</p>	<p>Manuskript mit aktueller Literaturliste.</p> <p>Weber, K. P., Weber, M. (2004). Wirkerei und Strickerei: Technologische und bindungstechnische Grundlagen (4. Aufl.). Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p> <p>div. Fachberichte Melliand Textilberichte. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p>

Weitere Informationen zu dem Modul können der Studien- und Prüfungsordnung entnommen werden.

More Details about the module are defined in the StuPrO-Curriculum.