



Management in der
Weinwirtschaft (MBA)

Modulhandbuch

Inhalt

Pflichtmodule	Seite
MBA - Innovative Strategien im Weinbau	1
MBA - Veranstaltungs- und Tourismusmanagement	4
MBA - Marketingmanagement	7
MBA - Spezielle Strategien der Mikrobiologie und Oenologie	10
MBA - Personalmanagement	13
MBA - Unternehmensführung in der Weinwirtschaft	16
MBA - Rechnungswesen, Controlling und Finanzierung	19
MBA - Weinsensorik und Weltweinbau	21
MBA - Digitalisierung in der Weinwirtschaft	24
MBA - Logistik und Vertrieb von Wein	27
MBA – Master-Thesis	
Wahlpflichtmodule	
MBA - Steuerliche Fragestellungen in der Weinwirtschaft	30
MBA - Ökologischer Weinbau	32
MBA – Wissenschaftliches Forschungsprojekt	35
Wahlmodule	
MBA – Einführung ins wissenschaftliche Arbeiten	37

Modulbezeichnung:	MBA - Innovative Strategien im Weinbau
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	1.
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Manfred Stoll; Prof. Dr. Otmar Löhnertz
Dozierende:	Prof. Dr. Manfred Stoll, Prof. Dr. Otmar Löhnertz, Dr. Matthias Friedel, Dipl. ggf. weitere Gastdozent*innen
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Std. aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 16 Std. • Webinare 12 Std. aufgeteilt in 8 Lehreinheiten je 1,5 Std. • Klausur 2 Std. • Eigenstudium 123 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium und digitale Formate, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Präsenztage:	<p>2; plus Klausur</p> <ul style="list-style-type: none"> • ½ Einführungstag - Grundlegende Einführung in den Modulinhalt • 1 ½ Projektstage - Gruppenarbeiten, Vertiefung der Lehrinhalte • Klausur
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse:	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • erkennen den Bedarf zur Optimierung und sind in der Lage diese Kenntnisse in Entscheidungsprozessen im Anbau anzuwenden • können Strategien für detaillierte Produktionsziele entwickeln • kennen Möglichkeiten und Nutzen der Erfassung und Dokumentation für den Anbau • kennen die aktuellen gesetzlichen und klimatischen Entwicklungen und die daraus sich ergebenden Anpassungsstrategien
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Saisonale und langfristige Anpassung des Weinbergsmanagements an klimatische, gesetzliche und gesellschaftliche Veränderungen

	<ul style="list-style-type: none"> • Bodenpflegesysteme im Weinbau, Technik und Durchführung, konkrete Hilfestellungen für Direktzug und Steillage • Gesetzliche Führungsgrößen: Organisation Düngeverordnung und Wasserrahmenrichtlinie, Durchführung der Maßnahmen der Düngeverordnung: Ermittlung Düngebedarf, Nährstoffvergleich, Kontrollwert-Strategien zur Minimierung des Nitrataustrages, Umsetzung bei Einsatz von organischem Material, Problematik Phosphat und Rückständen von Pflanzenschutzmitteln • Nachhaltiger Anbau: Optimierung vorhandener Systeme aus arbeitswirtschaftlicher Sicht, Anpassung an den Klimawandel, Strategien der Intensivierung und Extensivierung durch Einsatz unterschiedlicher Produktions- und Erziehungssysteme • Terroirkonzept: Herkunft oder Mostgewicht? Grundlagen Terroirkonzept <ul style="list-style-type: none"> a. Standortbeschreibung, Boden, klimatische Bedingungen b. Internationale Konzepte (Burgund, Bordeaux, Spanien, Österreich) Einsatz Terroirkonzept im Vertrieb • Optimierung des Wasserhaushaltes im Weinbau, Anwendung und Bewertung unterschiedlicher Bewässerungsverfahren, Planung und Konzeption, • Abiotischer Stress im Weinbau: <ul style="list-style-type: none"> a. Welkeerscheinungen, Strategien zur Vermeidung unterschiedlicher Welkeerscheinungen (z. B. Traubenwelke, Stiellähme) b. Sonnenbrand c. Chlorose • Aktuelle Entwicklungen der „Precision viticulture“, der Digitalisierung und des Präzisionsanbaus
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p><u>Modulprüfung Prüfungsleistung:</u> Klausur (2 Std.) 6 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung</p>

<p>Medienformen:</p>	<p><u>Lehrbrief Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Management saisonale Anpassung an klimatische, gesetzliche und gesellschaftliche Veränderungen • Bodenpflegesysteme im Weinbau • Gesetzliche Führungsgrößen • Erziehungssysteme • Terroirkonzepte • Optimierung des Wasserhaushaltes im Weinbau • Abiotischer Stress im Weinbau • Aktuelle Entwicklungen der „Precision viticulture“ <p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Management: saisonale Anpassung an klimatische, gesetzliche und gesellschaftliche Veränderungen – 1 Einheit • Bodenpflegesysteme im Weinbau – 1 Einheit • Gesetzliche Führungsgrößen – 1 Einheit • Erziehungssysteme – 1 Einheit • Terroirkonzepte – 1 Einheit • Optimierung des Wasserhaushaltes im Weinbau – 1 Einheit • Abiotischer Stress im Weinbau – 1 Einheit • Aktuelle Entwicklungen der „Precision viticulture“ – 1 Einheit
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Fach- und Methodenkompetenzen • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit

Modulbezeichnung:	MBA - Veranstaltungs- und Tourismusmanagement
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	1.
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jens Rüdiger
Dozierende:	Prof. Dr. Jens Rüdiger
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Std. aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 8 Std. • Webinare 10 Std. aufgeteilt in 5 Lehreinheiten je 2 Std. • Vor- und Nachbesprechung der Seminararbeit; je Teilnehmer 1 Std. • Klausur 2 Std. • Eigenstudium 129 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Erstellung einer Ausarbeitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Präsenztage	<p>2 x ½ Tag; plus Klausur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeiten, Vertiefung der Lehrinhalte • Klausur
Unterrichtssprache:	deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • erhalten ein umfassendes Verständnis des modernen Eventmarketings • können Methoden und Instrumente des Eventmarketings anwenden • können Ideen für Veranstaltungen entwickeln und diese kundenorientiert umsetzen • kennen die Marktstrukturen des Tourismus • haben einen Überblick über die Angebots- und Nachfrageseite der Tourismuswirtschaft • kennen grundlegenden Konzepte der Tourismusökonomie • kennen die Möglichkeiten und Voraussetzungen, wie Tourismus von Weingütern genutzt werden kann • können touristische Konzepte für Weingüter erstellen
Inhalt:	<p><u>Veranstaltungsmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Eventmarketing • Konzeption und Planung von Veranstaltungen • Eventorganisation und Eventdurchführung

	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgskontrolle und Nachbereitung von Veranstaltungen • Produktgestaltung, Produktelemente im Veranstaltungsmanagement • Rechtliche und wirtschaftliche Fragestellungen im Bereich Veranstaltungsmangement • Analysieren von Märkten • Definieren von Marktchancen • Rechtliche, wirtschaftliche und versicherungstechnische Fragestellungen im Bereich Veranstaltungsmanagement • Vermittlung von wissenschaftlichen Grundlagen des Projektmanagements auch unter Berücksichtigung Gleichstellungselevanter Aspekte der Projektabwicklung <p><u>Tourismusmanagement</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Destinationsmanagement • Beherbergung- und Gastronomiebetriebe (Formen und Organisation) • Grundlagen der Tourismusökonomie • Vermarktungsmodelle durch den Tourismus • Tourismus als Vermarktungsinstrument für Weingüter • Rechtliche und wirtschaftliche Fragestellungen im Bereich Tourismusmanagement
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p><u>Modulprüfung Prüfungsleistung:</u> Klausur (2 Std.) 4 Credit Points, <u>Studienleistung:</u> Ausarbeitung/Präsentation 2 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen</p>
<p>Medienformen:</p>	<p><u>Lehrbrief Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Tourismusökonomie • Destinationsmanagement • Grundlagen Hotellerie • Grundlagen Gastronomie • Touristische Vermarktungsmodelle und Instrumente • Grundlagen Veranstaltungsmanagement • Grundlagen Eventmarketing <p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterführende Tourismusökonomie – 1 Einheit • Weiterführendes Destinationsmanagement – ½ Einheit • Beherbergung- und Gastronomiebetriebe im Agrarsektor – ½ Einheit

	<ul style="list-style-type: none"> • Vermarktungsmodelle und Instrumente im Tourismus – ½ Einheit • Rechtliche Grundlagen im Tourismus und Veranstaltungen – ½ Einheit • Umsetzung von touristischen Elementen bei Weingütern – ½ Einheit • Projektschritte des Veranstaltungsmanagements – 1 ½ Einheiten <p><u>LernBar Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen Veranstaltungsmanagement • Veranstaltungsmanagement: Planung, Umsetzung, Kontrolle • Touristische Elemente bei Weingütern <p><u>Videokonferenz zur Besprechung der Ausarbeitung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenstellung: Erarbeitung eines Veranstaltungskonzeptes oder touristische Konzept für ein Weingut auf Basis der Lehrinhalte
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Fach- und Methodenkompetenzen • Sozial-kommunikative Kompetenzen • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit • Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation

Modulbezeichnung:	MBA – Marketingmanagement
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	1.
Modulverantwortliche(r):	Isabel Kottmann; Prof. Dr. Jon Hanf
Dozierende:	Prof. Dr. Jon Hanf, Manuela Ortner, Isabel Kottmann sowie weitere Gastdozentinnen und Gastdozenten
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Std. aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 16 Std. • Webinare 7 Std. aufgeteilt in 7 Lehreinheiten je 1 Std. • Videokonferenz zur Besprechung der Ausarbeitung 7 Std. (aufgeteilt auf 7 Einheiten) • Eigenstudium 120 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium und LernBar-Einheiten, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten)
Präsenztage	<p>2 Tage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Einführung in den Modulinhalt, Vorstellung der aktuellen Trends auf den Weltweimärkten • Fachexkursion • Abschlussveranstaltung
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die internationalen Weinmärkte und aktuellen Trends in der Weinwirtschaft • erlangen einen vertieften Überblick über die Kaufentscheidungsprozesse • haben vertiefte Kenntnisse über die Bedeutung der Kundenorientierung und Marketinginstrumente und ihre Verknüpfung • kennen die Ziele und grundlegenden Methoden der Marktforschung und kritische Betrachtung der Marktforschungsergebnisse • erlangen Kenntnisse über die B2B Marketingstrategien • haben einen vertieften Überblick über die Besonderheiten des internationalen Marketings und Exportstrategien

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Trends auf den Weltweinemärkten • Bedeutung der Kundenorientierung im Rahmen der Wertschöpfungskette • Kauf- und Entscheidungsprozess • Einführung in die Marktforschung • Kritische Betrachtung der Marktforschung • Marketinginstrumente (Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik) • Markenpolitik • Internationales Marketing & Export • B2B Marketing •
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p>Modulprüfung Prüfungsleistung: Ausarbeitung/Präsentation 6 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen</p>
<p>Medienformen:</p>	<p><u>Lernbrief Inhalt</u> Theoretische Ansätze zu den Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingtheorien und ihre Entwicklungen • Kundenorientierung im Rahmen der Wertschöpfungskette • Grundlagen der Kauf- und Entscheidungsprozesse & Status Quo der Konsumentenverhaltens-Forschung für das Produkt Wein • Einführung in die Marktforschung und kritische Marktforschung • Marketingmix • Markenpolitik • Internationales Marketing und Export • B2B Marketing <p><u>Webinare Inhalt (7 Einheiten)</u> Vertiefung, Diskussion, Q&A. Im Rahmen der Webinare werden auf der einen Seite Vertiefungen und aktuelle Entwicklungen zu den Themenkomplexen des Lernbriefs erarbeitet und auf der anderen Seite Transferwissen durch Fallbeispiele aus der Weinbranche dargelegt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kauf- und Entscheidungsprozesse (1 Einheit) • Marktforschungsmethoden und kritische Marktforschung (1 Einheit) • Marketing Mix (2 Einheiten)

	<ul style="list-style-type: none"> • Markenpolitik (1 Einheit) • Internationales Marketing & Export (1 Einheit) • B2B Marketingstrategien (1 Einheit) <p><u>Videokonferenz zur Besprechung der Ausarbeitung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Inhalt je nach Aufgabenstellung
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Fach- und Methodenkompetenz • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit • Fähigkeit und Bereitschaft sich in fachfremde Fragestellungen einzuarbeiten

Modulbezeichnung:	MBA – Spezielle Strategien der Mikrobiologie und Oenologie
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	2.
Modulverantwortliche(r):	Dr. Matthias Schmitt
Dozierende	Dr. Matthias Schmitt, Prof. Dr. Doris Rauhut, Dr. Christian von Walbrunn, M.Sc. Ludwig Pasch
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Std. aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 16 Std. • Webinare 15 Std. aufgeteilt in 10 Lehreinheiten je 1,5 Std. • Schriftliche Prüfung bis 2 Std. • Videopräsentation - Besprechung und Durchführung 4 Std., aufgeteilt auf 4 Einheiten je 1 Std. • Eigenstudium 115 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Erstellung und Vortrag einer Präsentation, Vorbereitung auf die mündliche Modulprüfung)
Präsenztage:	<p>1½ Tage; plus Klausur</p> <ul style="list-style-type: none"> • ½ Einführungstag - Grundlegende Einführung in den Modulinhalt, Vorstellung der aktuellen Trends auf den Weltweismärkten • 1 Tag: Fachexkursion und Abschlussveranstaltung • Klausur
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse:	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • haben Kenntnisse über die Auswirkungen des Klimawandels auf die Weinbereitung • lernen oenologische und mikrobiologische Ansätze kennen, um den Folgen des Klimawandels zu begegnen • haben Kenntnis über die gezielte Erzeugung von bestimmten Weinstilen mittels mikrobiologischer und oenologischer Strategien • haben Kenntnis über die besonderen Anforderung an die Weinbereitung hinsichtlich der Verordnungen für Biowein • Kennen biotechnologische Verfahren und Innovationen im Bereich Hefeselektion • haben Kenntnisse über die Herstellung von innovativen Erzeugnissen wie alkoholfreie Produkte oder Leichtweine

<p>Inhalt:</p>	<p><u>Mikrobiologie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mikrobiologische und oenologische Maßnahmen zur Steigerung der aromaaktiven Thiole und Vermeidung von reduktiven Fehltonen in Weinen • Auswirkungen des Klimawandels auf die Mikrobiologie der Fermentation von Wein • Vergleich von Spontangärung zu Reinzuchthefergärung • Verfahren und Innovationen im Bereich Hefeselektion <p><u>Oenologie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Spezielle Aspekte der Traubenverarbeitung • Gezielte Produktion ausgewählter Weinstile • Klimawandel und damit verbundene Herausforderungen (Weinfehler / Bewahrung Stilistik / Säuremanagement / Alkoholmanagement) • Strategien zur Erzeugung von alkoholfreien Produkten und Leichtweinen • Methoden der Schaumweinbereitung zur Optimierung von Produktionssicherheit sowie Qualität und Stilistik • Oenologische Aspekte der Bereitung von Bio-Wein
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p><u>Modulprüfung Prüfungsleistung:</u> Schriftliche Prüfung 6 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Die schriftliche Prüfung muss mindestens mit ausreichend bewertet werden können.</p>
<p>Medienformen:</p>	<p><u>Lehrbrief Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Auswirkungen des Klimawandels auf die Traubengesundheit, Mikrobiologie und Weinstilistik • Grundlagen der Spontangärung und Reinzuchtvergärung • Lebenszyklus der Hefe • Hefereinzucht • Beeinflussung von Gäraromen • Moderne Traubenverarbeitung • Strategien zum Erhalt und Optimierung der Weinstilistik • Moderne Schaumweinproduktion • Grundlagen Bio-Weinbereitung • Technologie der alkoholfreien Weine

	<p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mikrobiologische und oenologische Maßnahmen zur Steigerung der aromaaktiven Thiole und Vermeidung von reduktiven Fehltonen in Weinen – 1 Einheit • Auswirkungen des Klimawandels auf die Mikrobiologie der Fermentation von Wein – 1 Einheit • Vergleich von Spontangärung zu Reinzuchthefervergärung – 1 Einheit • Verfahren und Innovationen im Bereich Hefeselektion – 1 Einheit • Spezielle Aspekte der Traubenverarbeitung – 1 Einheit • Gezielte Produktion ausgewählter Weinstile – 1 Einheit • Klimawandel und damit verbundene Herausforderungen (Weinfehler / Bewahrung Stilistik / Säuremanagement / Alkoholmanagement) – 1 Einheit • Strategien zur Erzeugung von alkoholfreien Produkten und Leichtweinen – 1 Einheit • Methoden der Schaumweinbereitung zur Optimierung von Produktionssicherheit sowie Qualität und Stilistik – 1 Einheit • Oenologische Aspekte der Bereitung von Bio-Wein – 1 Einheit
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<p><u>Im Allgemeinen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Fach- und Methodenkompetenzen • Sozial-kommunikative Kompetenzen • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit • Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation <p><u>Im Speziellen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenntnisse über die gezielte Erzeugung von marktkonformen Produkten und Weinstilen unter Einsatz von mikrobiologischen und oenologischen Strategien
<p>Literaturempfehlungen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hamatschek: Technologie des Weines (2015) • König/Unden/Fröhlich: „Biology of Microorganisms on Grapes, in Must and in Wine“ (2009)

Modulbezeichnung:	MBA – Personalmanagement
Studiensemester:	2.
Modulverantwortliche(r):	Manuela Ortner M.A.
Dozierende:	Manuela Ortner M.A.
Zeitaufwand:	<p>150 h insgesamt aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 12 Stunden • Webinare 8 Std. aufgeteilt in 4 Lehreinheiten je 2 Std. • Tutorien ca. 5 Stunden für Seminararbeit/Fallstudie/o.a. • Klausur 2 Std. <p>Eigenstudium ca. 125 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen und Literaturstudium, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Erstellung einer Seminararbeit, Vorbereitung auf die Modulprüfung)</p>
Präsenztage	<p>1,5; plus Klausur</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1,5 Projekttag – spezielle Themen des Personalmanagement (Personalmanagement in der Weinwirtschaft/Mitarbeiterführung), Vertiefung theoretischer Lehrinhalte • Klausur
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • die Herausforderungen des strategischen Personalmanagements in der Weinwirtschaft verstehen. • Grundfragen und Teilbereiche der Personalplanung erklären, sowie die Bereiche Personalbeschaffung, -auswahl und -freisetzung erläutern. • Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung verstehen und erläutern. • das Konstrukt Mitarbeitermotivation und dessen Einflussfaktoren und Auswirkungen erklären. • die Bedeutung von Mitarbeiterführung, Kommunikation und Konflikten im Rahmen von Gruppendynamischen Prozessen verstehen und bestehende Zusammenhänge erläutern. • Gruppendynamische Prozesse und deren Einfluss auf das Arbeitsergebnis erläutern • die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings erklären

<p>Inhalt:</p>	<p>In dem Modul sollen die aktuellen Herausforderungen des modernen Personalmanagements in den folgenden Bereichen vermittelt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Personalmanagements • Strategisches Personalmanagement • Personalplanung • Personalbeschaffung • Personaleinsatz • Personalentwicklung • Motivation • Personalführung • Employer Branding und Personalmarketing
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p><u>Prüfungsleistung:</u> Klausur 4 Credit Points <u>Studienleistung:</u> Seminararbeit 2 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen</p>
<p>Medienformen:</p>	<p><u>Lehrbrief Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Personalmanagements • Strategischen Personalmanagement • Personalplanung • Personalbeschaffung • Personaleinsatz • Personalentwicklung • Grundlagen der Motivation • Employer Branding und Personalmarketing <p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Moduleinführung • Vertiefung der theoretischen Grundlagen • Theorien der Arbeitsmotivation <p><u>Video Tutorien</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Besprechung der Seminararbeit/Fallstudie
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz – Besitz von Fachkenntnissen aus dem Bereich des Personalmanagements • Selbstkompetenz – Erkennen der Möglichkeiten und Grenzen der eigenen Fähigkeiten (z.B. Selbstorganisation und Zeitmanagement)

	<ul style="list-style-type: none">• Prozesskompetenz – Umsetzung von Inhalten in Bezug auf relevante organisatorische Prozesse• Führungskompetenz – Führungsverhalten zeigen und Verantwortung übernehmen• Unternehmerisches Denken und berufliche Handlungskompetenz
--	---

Modulbezeichnung:	MBA - Unternehmensführung in der Weinwirtschaft
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	2.
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jon Hanf, Katarina Mybes M.Sc.
Dozierende:	Prof. Dr. Jon Hanf, Katarina Mybes M.Sc.
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Std. aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 12 Stunden • Webinare 12 Std. aufgeteilt in 4 Lehreinheiten á 2 Std.; 2 Tutorien á 2 Stunden; • Videokonferenz zur Besprechung der Ausarbeitung 6 Std. aufgeteilt auf 6 Einheiten • Eigenstudium 120 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium und LernBar-Einheiten, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Erstellung einer Ausarbeitung)
Präsenztage:	<p>1,5</p> <ul style="list-style-type: none"> • ½ Einführungstag – Grundlegende Einführung in den Modulinhalt • 1 Tag – Fachexkursion und Abschluss
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • erlangen Kenntnisse über die Form, Funktionen und Arten der Unternehmensführung • sie können Entscheidungsprobleme der Organisation lösen und Strategien entwickeln • sie beherrschen strategische und operative Managementtechniken • sie sind in der Lage, theoretische und praxisbezogene Lösungsverfahren zu erkennen und umzusetzen
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Theorien der Unternehmensführung • Corporate Governance • Organisationstheorie • Wettbewerbsstrategien in der Weinwirtschaft • Strategieschulen • Strukturen-, Konkurrenten- und Branchenanalysen als Instrumente zur Strategiefindung • Ökonomische Theorien der Koordination, Motivation, Verhalten und Verträge • Managementsysteme

	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensführung im globalen/internationalen Kontext
Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:	<u>Modulprüfung Prüfungsleistung:</u> Ausarbeitung/Präsentation 6 Credit Points
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Medienformen:	<p><u>Lehrbrief Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Unternehmensführung • Funktionen der Unternehmensführung • Organisationstheorien • Market-Based View • Relational-Based View • Relational View • Grundlagen Managementsysteme der Unternehmensführung • Grundlagen Unternehmensführung im internationalen Kontext • Neue Trends der Unternehmensführung <p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorien der Unternehmensführung • Corporate Governance • Kooperationen als Wettbewerbsvorteil – Weiterführende Genossenschaftstheorie • Strategieschulen • Instrumente zur Strategiefindung; SWOT / Porters 5 forces Anwendung • Gestaltungskonzepte der Unternehmensführung • Internationale Unternehmensführung <p><u>LernBar Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kooperationen als Wettbewerbsvorteil in der Weinbranche • Strategische Allianzen in der Weinbranche • Genossenschaften in der Weinbranche • Vertiefung und Anwendung Strategieschulen auf die Weinbranche <p><u>Videokonferenz zur Besprechung der Ausarbeitung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgabenstellung: Analyse eines Fallbeispiels aus der Weinbranche in Bezug auf die angewandten Konzepte des Kooperationsmanagements

Stärkung folgender Kompetenzen:	<ul style="list-style-type: none">• Berufliche Handlungskompetenz• Fach- und Methodenkompetenzen• Analytische und Logik Kompetenzen• Sozial-kommunikative Kompetenzen• Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit• Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation
---------------------------------	---

Modulbezeichnung:	MBA - Rechnungswesen, Controlling und Finanzierung
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	2.
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Andreas Kurth
Dozierende:	Prof. Dr. Andreas Kurth
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Std. aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 16 Std. • Webinare 12 Std. aufgeteilt in 8 Lehreinheiten je 1,5 Std. • Klausur 2 Std. • Eigenstudium 120 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium und LernBar-Einheiten, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Präsenztage:	<p>2; plus Klausur</p> <ul style="list-style-type: none"> • ½ Einführungstag - Grundlegende Einführung in den Modulinhalt • 1 ½ Projekttag - Gruppenarbeiten, Vertiefung der Lehrinhalte • Klausur
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bestandteile eines Jahresabschlusses bestimmen und Jahresabschlüsse beurteilen • die Auswirkungen typischer Geschäftsvorfälle auf einen Jahresabschlusses bestimmen • die Unterschiede zwischen dem externen und dem internen Rechnungswesen bestimmen • die wichtigsten Methoden der Kostenrechnung bestimmen, beurteilen und anwenden • eine Planungsrechnung für Unternehmen der Weinwirtschaft erstellen und analysieren • die Wirtschaftlichkeit von Investitionen in der Weinwirtschaft bestimmen und beurteilen • die Vorteilhaftigkeit alternativer Finanzierungsinstrumente bestimmen und beurteilen • die wesentlichen Treiber für den Erfolg von Unternehmen der Weinwirtschaft herausfinden und deren Auswirkungen einschätzen • den langfristigen Erfolg von Unternehmen der Weinwirtschaft messen und beurteilen

Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Rechnungswesens • Grundlagen der Jahresabschlussanalyse • Kostenrechnung in der Weinwirtschaft • Kosten- und Erlösstrukturen von Weingütern • Planungsrechnungen (Budgets, Mehrjahresplanungen) • weiterführende Investitionsrechenverfahren • Spezifische Finanzierungsinstrumente und -lösungen • Wertorientierte Unternehmensführung
Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:	<u>Modulprüfung Prüfungsleistung:</u> Klausur 6 Credit Points
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Medienformen:	<p><u>Lehrbrief Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Rechnungswesens • Grundlagen der Jahresabschlussanalyse • Grundlagen der Kostenrechnung • Grundlagen der Planungsrechnung • Grundlagen der Investitionsrechnung • Grundlagen der Unternehmensfinanzierung • Grundlagen der wertorientierten Unternehmensführung <p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Besonderheiten der Rechnungslegung und der Jahresabschlussanalyse in der Weinwirtschaft (1 Einheit) • Weiterführende Kostenrechnung in der Weinwirtschaft (2 Einheiten) • Besonderheiten der Planungsrechnung in der Weinwirtschaft (1 Einheit) • Beurteilung von Investitionsvorhaben in der Weinwirtschaft (2 Einheiten) • Besonderheiten der Unternehmensfinanzierung in der Weinwirtschaft (1 Einheit) • Besondere Aspekte der wertorientierten Unternehmensführung in der Weinwirtschaft (1 Einheit) <p><u>LernBar Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Rechnungswesens • Grundlagen der Erstellung und Analyse eines Jahresabschlusses (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung)

Modulbezeichnung:	MBA - Weinsensorik und Weltweinbau
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	3.
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Otmar Löhnertz; Prof. Dr. Rainer Jung
Dozierende:	Prof. Dr. Otmar Löhnertz, Prof. Dr. Rainer Jung; Christoph Schüssler
Arbeitsaufwand:	<p>Insgesamt 150 Std. aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 16 Std. • Webinare 12 Std. aufgeteilt in 8 Lehreinheiten je 1,5 Std. • Mündliche Prüfung bis 1 Std. • Eigenstudium 113 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen und Literaturstudium, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Präsenztage:	<p>2; plus mündliche Prüfung</p> <ul style="list-style-type: none"> • ½ Einführungstag - Grundlegende Einführung in den Modulinhalt • 1 ½ Projektstage - Gruppenarbeiten, Vertiefung der Lehrinhalte • Mündliche Prüfung
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse:	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Intensivieren Kenntnisse auf dem Gebiet sensorischer Prüfmethode • Erlernen Aufbau, Durchführung und Anwendung neuerer sensorischer Prüfmethode • Intensivieren Kenntnisse auf dem Gebiet sensorischer Qualitätsprüfmethode und Evaluierung von Weinen • Vertiefen Praxis der Weinverkostung und der Kenntnisse zur Einordnung von Qualitätspotentialen von Weinen inkl. aktuell diskutierter Weinstile • haben Kenntnisse über Produktionsbedingungen (Klima, Böden, Weingesetze, Strukturen, Märkte etc.) der wichtigsten Weinbaugebiete der Welt • Haben Kenntnisse über die wichtigsten internationalen Weinstile • Haben Kenntnisse über die wichtigsten Entwicklungen in den einzelnen Regionen

<p>Inhalt:</p>	<p><u>Im Bereich Weinsensorik</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen und Anwendung von Unterschiedsprüfmethoden in der Sensorik • Vergleich und praktische Anwendung bekannter und neuerer Testverfahren z. B. Dreieckstest / 3 AFC-Test, A-not-A-Test, In-Out-Test, Difference-from-Control-Test • Theoretische Grundlagen und Anwendung beispielhafter Qualitätsprüfmethoden aus Weinwettbewerben und amtlichen Prüfungen • Bewertung von Weinqualitätsmerkmalen, Mängel, Fehlern, Krankheiten und aktuellen Weinstilen (z. B. Spontan, Orange, PetNat) <p><u>Im Bereich Weltweinbau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktions- und Anbaubedingungen in den wichtigen Weinbauregionen der Welt (klimatische u. bodenkundliche Anbaubedingungen) • Ausbaustile wichtigen Rebsorten • Internationale Rot- und Weißweinstile • Ausgewählte Länder: <ul style="list-style-type: none"> • Italien • Frankreich • Spanien • Übersee: Chile, Argentinien, USA, Südafrika, Australien, Neuseeland
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p><u>Modulprüfung Prüfungsleistung:</u> mündliche Prüfung 6 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung</p>
<p>Medienformen:</p>	<p><u>Lehrbrief Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen und Anwendung von Unterschiedsprüfmethoden in der Sensorik • Vergleich und praktische Anwendung bekannter und neuerer Testverfahren z. B. Dreieckstest / 3 AFC-Test, A-not-A-Test, In-Out-Test, Difference-from-Control-Test • Theoretische Grundlagen und Anwendung beispielhafter Qualitätsprüfmethoden aus Weinwettbewerben und amtlichen Prüfungen

	<ul style="list-style-type: none"> • Bewertung von Weinqualitätsmerkmalen, Mängel, Fehlern, Krankheiten und aktuellen Weinstilen (z. B. Spontan, Orange, PetNat) • Produktions- und Anbaubedingungen in den wichtigen Weinbauregionen der Welt (klimatische u. bodenkundliche Anbaubedingungen) • Ausbaustile wichtigen Rebsorten • Internationale Rot- und Weißweinstile • Ausgewählte Länder <p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktualisierung und Ergänzung des Lehrbriefes - 8 Einheiten
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Sozial-kommunikative Kompetenzen • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit

Modulbezeichnung:	MBA – Digitalisierung in der Weinwirtschaft
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	3.
Modulverantwortliche(r):	Dipl.-Ing. Michael Kramer
Dozierende:	Dipl.-Ing. Michael Kramer
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Stunden aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeitseminare 8 Stunden • Präsenzexkursionen mit Maschinenvorfürungen 4 Stunden • Prüfungspräsentation 4 Stunden • Webinare 20 Stunden aufgeteilt in 10 Lehreinheiten • Videochats zur individuellen Hilfestellung 6 Stunden • Eigenstudium 108 Stunden Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium, Vor- und Nachbereitung Webinare, Lösung der Fallstudie in Gruppendiskussion und Ausarbeitung der Gruppenpräsentation
Präsenztage:	<p>2 plus 1 Exkursionstag und Abschlusspräsentation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführungstag: Grundlegende Einführung in die Modulinhalte 8 Stunden • 1 Exkursionstag mit Maschinenvorführung 4 Stunden • Abschlusspräsentationen Fallstudien Gruppenlösung 4 Stunden
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse:	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • erhalten einen praxisorientierten Überblick über Grundlagen, Entscheidungen und Zusammenhänge in den Digitalisierungsansätzen entlang der Wertschöpfungskette von Wein • kennen Ansätze zur Ermittlung von Nutzen und Kosten der Digitalisierungsansätze • erhalten ein umfassendes Verständnis über die gesellschaftlichen und rechtlichen Faktoren, die den Nutzen und die Kosten der Digitalisierungsansätze beeinflussen • erhalten einen Überblick über technische Ansätze und Softwarelösungen der Digitalisierung in der Weinbranche • erhalten einen ersten Einblick in die Auswirkungen von Big Daten für die Forschung und Wirtschaftspolitik • Werden in das Thema Marketing eingeführt

	<ul style="list-style-type: none"> • kennen grundlegende strategische und operative Ansätze des Onlinemarketing und des e-Commerce von Wein • Setzen sich mit den Voraussetzungen für einen erfolgreichen Online-Marketing-Mix auseinander • Werden mit der Bedeutung und Chancen von Online Marketing vertraut gemacht • üben sich in der Fähigkeit zum autonomen, akademischen Selbststudium, der anwendungsorientierten Erarbeitung von konkreten Problemlösungen und der Präsentation von Lösungen mit der Pecha Kucha Methode, sowie der Arbeit in überfachlichen Teams.
<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über Digitalisierungsansätze über die gesamte Wertschöpfungskette <ol style="list-style-type: none"> 1) Präzisionsweinbau 2) Kellerwirtschaft 3) Wirtschaftliche Prozesse im Unternehmen, Integrierte Geschäftssoftware 4) Informationsfluss entlang der Wertschöpfung, Datenstandard, Vermeidung von Datenbrüchen 5) Digitale Kommunikation mit dem Kunden (Digital Marketing, Social Media, Newsletter) 6) E-Commerce • Kosten und Nutzen der Digitalisierung in jedem Schritt der Wertschöpfungskette • Gesellschaftliche und rechtliche Faktoren, die Kosten und Nutzen der Digitalisierung beeinflussen • Absatzanalyse, Big Data und Implikationen für Forschung und Wirtschaftspolitik • Beispielsoftware für die einzelnen Schritte und übergreifende Lösungen und Schnittstellen • Grundlegender Online Marketing Überblick (z.B.: Search Engine Optimisation SEO, Search Engine Advertisement SEA, ...) • Überblick unterschiedlicher Marketingtools und -kanäle im Bereich Onlinemarketing • Entwicklung und Trends im Onlinemarketing • Grundlagen erfolgreichen Onlinemarketing, Bezug nehmend auf Zielgruppen, Plattformen und Kennziffern Einblick in international Unterschiede in Bedeutung von Social Media und E-Commerce für Wein

<p>Studien-und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p><u>Prüfungsleistung:</u> Fallstudie in Gruppenlösung, mit Präsentationsformat Pecha Kucha 6 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung</p>
<p>Medienformen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrbriefe mit einführenden Grundlagen zu den in „Inhalt“ genannten Themenbereichen • Vorträge von Gastreferenten als Webinare • Anschauung und Vorführung von Präzisionsweinbau und digitaler Kellerwirtschaft • Demonstration von digitalen Anwendungen • Webinare zur Vertiefung der genannten Inhalte • Videochat zur individuellen Unterstützung • Podcast / Videomaterial zur Vertiefung von Marketing Themen
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit • Fach- und Methodenkompetenzen • Sozial-kommunikative Kompetenzen • Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation

Modulbezeichnung:	MBA – Logistik und Vertrieb von Wein
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	3.
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Andreas Holzapfel, Prof. Dr. Simone Loose
Dozierende:	Prof. Dr. Andreas Holzapfel, Prof. Dr. Simone Loose
Zeitaufwand:	<p>Insgesamt 150 Stunden aufgeteilt in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeitseminare 13 Stunden (Log: 8 h, Ver: 5h) • Präsenzexkursionen 6 Stunden (Ver: 6 h) • Prüfung in Präsenz 2 Stunden (Ver: 2 h) • Webinare 24 Stunden aufgeteilt in 12 Lehreinheiten (Log: 12 h, Ver: 12 h) • Videochats zur individuellen Hilfestellung 12 Stunden aufgeteilt in 12 Lehreinheiten (Log: 6 h, Ver: 6 h) • Bearbeitung der Unternehmenssimulation „The Fresh Connection“ 18 Stunden (Log: 18 h) • Eigenstudium 72 Stunden (Log: 34 h; Ver: 44 h) Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium, Vor- und Nachbereitung Webinare, Vorbereitung auf die Modulprüfung
Präsenztage:	<p>2 plus 1 Exkursionstag und Abschlusspräsentationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführungstag: Grundlegende Einführung in die Modulinhalte 6 Stunden (Log: 2 h; Ver: 4h) • Seminartag mit Live-Planspiel 7 Stunden (Log: 6h; Ver: 1h) • Seminartag Vertrieb 3h • 1 Exkursionstage Pflichtexkursionen Weinvertrieb (Ver: insgesamt 6 h) • Prüfung in Präsenz (Ver: 2h)
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Die Studierenden</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • erhalten einen praxisorientierten Überblick über Grundlagen, Entscheidungen und Zusammenhänge in der Logistik und im Supply Chain Management • erlernen mithilfe von Planspielen und Unternehmenssimulationen die Fähigkeit die Einflüsse und Konsequenzen von Entscheidungen im Supply Chain Management zu verstehen • erhalten ein umfassendes Verständnis für die Notwendigkeiten und Anforderungen des modernen Vertriebsmanagements

	<ul style="list-style-type: none"> • können Methoden und Instrumente des Vertriebsmanagements anwenden und aufeinander abstimmen, um die Aktivitäten konsequent kunden- und wertorientiert ausrichten zu können • üben sich in der Fähigkeit zum autonomen, akademischen Selbststudium, der anwendungsorientierten Präsentation von theoretischen Inhalten, sowie der Arbeit in überfachlichen Teams.
<p>Inhalt:</p>	<p>Logistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundprinzipien der Logistik • Bestands- und Transportmanagement • Logistische Planungsfragen entlang der Supply Chain <ul style="list-style-type: none"> • Beschaffung • Produktion • Distribution • Absatz • Supply Chain Strategie • Sales und Operations Planning • Supply Chain Koordination und externe Kollaboration <p>Vertrieb:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen und Erfolgsfaktoren im Vertrieb • Vertriebsstrukturen des Weinmarktes • Vertriebsstrategien und Vertriebsmanagement • Absatzkanal- und Multichannelmanagement • Chancen durch Verknüpfung von Vertrieb und Marketing • Was wir über Markt, Wettbewerb und Zielgruppe wissen müssen • Ziele und Erfolgsfaktoren definieren und erreichen • Analyse Kaufverhalten im B2C und B2B Umfeld • Mit Struktur, Zeitmanagement und Authentizität zum Erfolg
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p><u>Prüfungsleistung:</u> Schriftliche Prüfung im Teil Vertrieb (50% der Gesamtnote) <u>Studienleistung:</u> Erfolgreicher Abschluss und Bewertung der Unternehmenssimulation im Teil Logistik (50% der Gesamtnote)</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistung</p>
<p>Medienformen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lehrbriefe mit einführenden Grundlagen zu den in „Inhalt“ genannten Themenbereichen • Webinare zur Vertiefung der genannten Inhalte

	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Unternehmenssimulation „The Fresh Connection“ zur praktischen Anwendung und Reflexion der Inhalte • Videochat zur individuellen Unterstützung im Bereich der Theorie und Unternehmenssimulation • Live-Planspiel zur Vertiefung spezifischer Themen • Podcastformat zum Thema Vertriebsmarketing mit Praxisbeispielen und Expertentalk
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit • Fach- und Methodenkompetenzen • Sozial-kommunikative Kompetenzen • Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation

Modulbezeichnung:	MBA – Steuerliche Fragestellungen in der Weinwirtschaft
Modul:	Wahlpflichtmodul
Studiensemester:	3.
Modulverantwortliche(r):	Stefan Schröder, Steuerberater
Dozierende:	Stefan Schröder
Zeitaufwand:	150 Std. <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 12 Std. • Webinare 15 Std. aufgeteilt in 10 Lehreinheiten je 1,5 Std. • Klausur 2 Std. • Eigenstudium 121 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen und Literaturstudium, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Präsenztage:	1 ½ ; plus Klausur <ul style="list-style-type: none"> • 1 ½ Projekttag; Fallbesprechungen • Klausur
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Die Studierenden</u> <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über die wichtigsten Steuerarten des deutschen Steuerrechts • kennen die wichtigsten Fachbegriffe des deutschen Steuerrechts • erhalten ein grundlegendes Verständnis in steuerlichen Fragestellungen • kennen steuerliche Besonderheiten in der Weinwirtschaft • können die steuerlichen Auswirkungen betrieblicher Entscheidungen abschätzen
Inhalt:	<u>Allgemeines Steuerrecht</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe • Steuerarten • Steuerlicher Rechtsweg <u>Ertragsteuern</u> <ul style="list-style-type: none"> • Berechnungsschemata • Grundbegriffe und Rechtsgrundlagen • Abgrenzungsfragen Land- und Forstwirtschaft

	<ul style="list-style-type: none"> • Steuerbelastungsvergleich unter den Rechtsformen • Ertragsteuerliche Einzelfragen <p><u>Umsatzsteuer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mehrwertsteuersystem • Grundbegriffe und Rechtsgrundlagen • Steuersätze und Steuerbefreiungen • Umsatzsteuerpauschalierung <p><u>Erbschaftsteuer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundzüge ziviles Erbrecht • Berechnungsschema • Grundbegriffe und Rechtsgrundlagen • erbschaftsteuerliche Bewertungsfragen
<p>Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:</p>	<p>Klausur (2 Std.) 6 Credit Points</p>
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:</p>	<p>Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung</p>
<p>Medienformen:</p>	<p><u>Lehrbrief Inhalte</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Steuerrecht • Ertragsteuern • Umsatzsteuer • Erbschaftsteuer <p><u>Webinare Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung des Lehrbriefes <p><u>Präsenztermine Inhalt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fallbesprechungen • Diskussionen
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Fachkompetenz • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit • Fähigkeit und Bereitschaft sich in fachfremde Fragestellungen einzuarbeiten

Modulbezeichnung:	MBA – Ökologischer Weinbau
Modul:	Wahlpflichtmodul
Studiensemester:	3.
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Randolph Kauer
Dozierende:	Prof. Dr. Randolph Kauer, Dr. Johanna Döring
Zeitaufwand:	150 Std. aufgeteilt in: <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzzeit 16 Std. • Webinare 15 Stunden aufgeteilt in 10 Lehreinheiten je 1,5 Std. • Videochat zur Besprechung der Ausarbeitung 4 Std. aufgeteilt auf 4 Einheiten je 1 Std. • Klausur 2 Std. • Eigenstudium 113 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Lehrbriefen, Literaturstudium und LernBar-Einheiten, Vor- und Nachbereitung der Webinare und Präsenzzeiten, Erstellung einer Ausarbeitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Präsenztage:	2; plus Klausur
Unterrichtssprache:	Deutsch
Kreditpunkte:	6
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Die Studierenden</u> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die pflanzenbaulichen Unterschiede Weinbaulicher Bewirtschaftungssysteme, die internationalen Unterschiede und Entwicklungen sowie deren Historie, • können die Anbausysteme rechtlich einordnen, • besitzen speziell vertiefte Kenntnisse pflanzenbaulicher Anforderungen des ökologischen Weinbaus (Anbautechnik, Bodenpflege und Düngung, Phytomedizin), • kennen die Richtlinien zur Verarbeitung, Deklaration und Kontrolle ökologisch erzeugter Weine, • sind befähigt, den ökologischen Weinbau aus ökonomischer Sicht zu bewerten
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Übersicht zu Bewirtschaftungssystemen im Weinbau • Verbreitung des ökologischen Weinbaus weltweit • Rechtlicher Rahmen des Ökologischen Weinbaus • Kontrolle und Zertifizierung nach der EU Öko-Verordnung 834/07 • Verbände und Institutionen des ökologischen Weinbaus <u>Praxis des ökologischen Weinbaus:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Anbautechnische Grundlagen und Sortenwahl

	<ul style="list-style-type: none"> •Bodenpflege und Düngung •Begrünungs- und Stickstoffmanagement •Zwischenstockpflege •Rebschutzstrategien •Verarbeitungsleit- und Richtlinien •Methodik der Umstellung und Umstellungsplanung •Förderung des ökologischen Weinbaus •Aktueller Stand der Forschung zum ökologischen Weinbau •Ökonomie und Vermarktung
Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:	<p><u>Modulprüfung Prüfungsleistung:</u> Klausur (120 min; 4 Credit Points)</p> <p><u>Studienleistung:</u> Seminausarbeitung (2 Credit Points)</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen
Medienformen:	<p><u>Inhalt Lehrbrief</u> Übersicht zu Bewirtschaftungssystemen im Weinbau Einführung Ökoweinbau; Historie Verbreitung des ökologischen Weinbaus weltweit Rechtlicher Rahmen des Ökologischen Weinbaus Kontrolle und Zertifizierung nach der EU Öko-Verordnung 834/07 Verbände und Institutionen des ökologischen Weinbaus Grundlagen Praxis des ökologischen Weinbaus: Bodenmanagement, Düngung, Rebschutz Aktueller Stand der Forschung zum ökologischen Weinbau</p> <p><u>Inhalt LernBar</u> Einführung Ökoweinbau; Historie Verbreitung des ökologischen Weinbaus weltweit GAP (<i>good agricultural practice</i>) Einführung EU-Richtlinien zum Ökolandbau und zur Bioweinproduktion Kontrolle und Zertifizierung nach der EU Öko-Verordnung 834/07 Grundlagen wichtige Schaderreger + Krankheiten der Rebe</p> <p><u>Inhalt der Webinare</u> Rechtlicher Rahmen des Ökologischen Weinbaus Kontrolle und Zertifizierung nach der EU Öko-Verordnung 834/07 Verbände und Institutionen des ökologischen Weinbaus Praxis des ökologischen Weinbaus:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> •Anbautechnische Grundlagen und Sortenwahl •Bodenpflege und Düngung •Begrünungs- und Stickstoffmanagement •Zwischenstockpflege •Rebschutzstrategien •Methodik der Umstellung und Umstellungsplanung •Förderung des ökologischen Weinbaus <p>Aktueller Stand der Forschung zum ökologischen Weinbau Ökonomie und Vermarktung</p> <p><u>Präsenzzeit</u> Feldbegehung: Spatendiagnose, Bonituren Schaderreger, Demonstration Pflanzenschutzstrategien (Projekt VITIFIT) Demonstration Vergleich integrierte, ökologische, biodynamische Bewirtschaftung Rebschutzsituation Verkostung von Ökoweinen (Projekt INBIODYN)</p> <p><u>Videokonferenz zur Besprechung der Ausarbeitung</u> Erarbeitung verschiedener Themenkomplexe zum ökologischen Weinbau (z.B. Umstellungsplanung für Praxisbetrieb)</p>
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berufliche Handlungskompetenz • Fach- und Methodenkompetenzen • Sozial-kommunikative Kompetenzen • Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit • Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation

Modulbezeichnung:	MBA – wissenschaftliches Forschungsprojekt
Modul:	Wahlpflichtmodul
Studiensemester:	Das Modul „Forschungsprojekt“ kann ab dem 3. Studiensemester belegt werden. Das Modul muss vor der Masterthesis belegt werden und kann nicht parallel zur Masterthesis bearbeitet werden.
Modulverantwortliche(r):	
Dozierende:	<i>Dozentenschaft</i>
Zeitaufwand:	Insgesamt ca. 200 Std. aufgeteilt in: <ul style="list-style-type: none"> - Videokonferenzen zur Besprechung des Forschungsprojektes, ca. 10 Std. - Präsentation des Forschungsprojektes und der generierten Ergebnisse inkl. Diskussion der Ergebnisse, ca. 1 Std. - Selbststudium ca. 190 Std. (mit Hilfe von Literatur und Input von Seiten der BetreuerIn, Ausarbeitung und Umsetzung eines wissenschaftlichen Forschungsdesigns, Bearbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung, Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung und Präsentation der Ergebnisse) -
Präsenztage:	keine – Videokonferenzen und Besprechung des aktuellen Standes der Untersuchung finden online statt
Kreditpunkte:	8
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse:	<u>Die Studierenden</u> <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage eine weiterführende Fragestellung wissenschaftlicher Natur zu bearbeiten - können ein wissenschaftliches Thema gründlich aufarbeiten, von der Literaturrecherche bis zur Ergebnispräsentation. - sind in der Lage, die Ergebnisse der wissenschaftlichen Arbeit in einer schriftlichen Ausarbeitung darzustellen. - können eine wissenschaftliche Fragestellung, deren methodische Bearbeitung und die ermittelten Ergebnisse schriftlich darstellen, präsentieren und mit Experten diskutieren.
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung - Themenfindung, Aufbau und Umfang in Absprachen mit dem Betreuer (kann ein selbstgewähltes Thema aus der beruflichen Praxis sein oder ein von einem Betreuer vorgeschlagenes Thema)

	<ul style="list-style-type: none"> • Der Bearbeitungszeitraum für das Forschungsprojekt darf vier Monate nicht überschreiten. • Die Bewertung erfolgt durch den Betreuer und einen Zweitkorrektor.
Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:	<p>Modulprüfung</p> <p>Prüfungsleistung: schriftliche Ausarbeitung</p> <p>Studienleistung: Präsentation von Zwischenergebnissen</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Medienformen:	<ul style="list-style-type: none"> • Präsenz- oder Videokonferenz zur Vorstellung und Abstimmung des Forschungsthemas • Videokonferenzen zur Besprechung des Forschungsprojektes • Präsentation
Stärkung folgender Kompetenzen:	<ul style="list-style-type: none"> - Berufliche Handlungskompetenz - Fach- und Methodenkompetenzen - Analytische und Logik Kompetenzen - Sozial-kommunikative Kompetenzen - Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit - Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation

Modulbezeichnung:	MBA – Einführung ins wissenschaftliche Arbeiten
Modul:	Wahlmodul
Studiensemester:	Die Anmeldung zum Modul „wissenschaftliches Arbeiten“ kann ab dem 1. Studiensemester erfolgen. Das Modul kann nur vor der Masterthesis und nicht parallel zur Masterthesis belegt werden.
Modulverantwortliche(r):	NN
Dozierende:	NN
Zeitaufwand:	Insgesamt ca. 100 Std. aufgeteilt in: <ul style="list-style-type: none"> - Webinare 6-10 Std. aufgeteilt in Lehreinheiten à 2 Stunden - Tutorien/Gruppenbesprechung zu den Übungen ca. 6-8 Stunden - Eigenstudium ca. 75-85 Std. (Selbststudium mit Hilfe von Leseleitfaden und Input des Dozenten, Literaturstudium, Vor- und Nachbereitung der Webinare und der Übungen)
Präsenztage:	keine – die Veranstaltungen finden alle Online statt
Kreditpunkte:	4
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse:	<u>Die Studierenden</u> <ul style="list-style-type: none"> - lernen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und die damit verbundenen Formalitäten kennen - sind in der Lage einen wissenschaftlichen Themenkomplex einzugrenzen und eine Fragestellung wissenschaftlicher Natur zu entwickeln - können ein wissenschaftliches Thema aufarbeiten und ein Forschungsdesign (in Ansätzen) entwerfen
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens • Die Ansätze wissenschaftlicher Forschung • Ideenentwicklung und Forschungskanon • Prozessorientiertes Arbeiten • Recherchieren, Sichten & Bewerten • Evaluation und Empirie • Schriftliches Arbeiten inkl. Zitation Übungen zum Thema wissenschaftliches Arbeit
Studien- und Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen:	Modulprüfung Prüfungsleistung: Fachgespräch Studienleistungen: Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung

<p>Medienformen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Präsenzveranstaltung (online) zur Einführung in das Thema • Leseleitfaden/Foliensatz zu den Lehrveranstaltungen und den Inhalten des Moduls • Videokonferenzen zur Besprechung der Teilschritte der Übungen
<p>Stärkung folgender Kompetenzen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - wissenschaftliche Informationen nutzen, - wissenschaftliche Fragen erkennen - Methodenkompetenzen - Analytische und Logik Kompetenzen - Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit - Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation

Modulbezeichnung:	MBA – Master-Thesis
Modul:	Pflichtmodul
Studiensemester:	Die Anmeldung zum Modul „Master-Thesis“ kann frühestens erfolgen, wenn sechs Kernmodule/Pflichtmodule erfolgreich absolviert sind und die ggf. zur Zulassung zum Studiengang erteilte Auflagen erfolgreich absolviert wurden.
Modulverantwortliche(r):	NN
Dozent(in):	NN
Zeitaufwand:	Insgesamt 600 Std. aufgeteilt in: <ul style="list-style-type: none"> - Videokonferenz zur Besprechung der Ausarbeitungen - Präsentation und Verteidigung der schriftlichen Ausarbeitung - Eigenstudium
Präsenztage:	Verteidigung der Master-Thesis
Kreditpunkte:	24
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - Zeigen, dass sie selbständig eine wissenschaftlich fundierte Arbeit zur Lösung einer bestimmten Problemstellung innerhalb einer vorgegebenen Frist planen und durchführen können. - Sind in der Lage, die Ergebnisse entsprechend den fachwissenschaftlichen Standards schriftlich darzulegen und mündlich zu verteidigen - Sind in der Lage, einschlägige Beiträge zu Forschung und Berufspraxis zu verstehen, kritisch zu analysieren und die Relevanz für die eigene konkrete Fragestellung bewerten zu können. - Lernen, die im Studienprogramm erworbenen Methodenkompetenzen auf die Lösung eines konkreten Unternehmensproblems oder einer konkreten theoretischen Fragestellung anzuwenden.
Inhalt:	Im Rahmen der Masterthesis nutzen die Studierenden die im Studienprogramm erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen zur Lösung einer konkreten Fragestellung aus einem den Schwerpunkten des Studienprogramms oder der beruflichen Praxis.
Studien- /Prüfungsleistungen /Prüfungsformen:	Modulprüfung Prüfungsleistung 1: schriftliche Ausarbeitung (2/3) Prüfungsleistung 2: mündliche Verteidigung (1/3)

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten:	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Medienformen:	<ul style="list-style-type: none"> • Betreute, aber unabhängige Forschungsarbeit
Stärkung folgender Kompetenzen:	<ul style="list-style-type: none"> - Berufliche Handlungskompetenz - Fach- und Methodenkompetenzen (Anwendung des erlernten Fachwissens auf eine Forschungsarbeit/ betreutes aber selbständiges Erschließen eines umfassenden angewandten Forschungsthemas) - Analytische und Logik Kompetenzen - Sozial-kommunikative Kompetenzen (schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit beim Anfertigen einer wissenschaftlichen Arbeit) - Handlungs- und Problemlösungsfähigkeit - Fähigkeit und Bereitschaft zur Selbstorganisation - Selbstkompetenz (sorgfältige und gründliche Erschließung eines wissenschaftlichen Themas inkl. möglicher praktischer Anwendung)