



Internationale Weinwirtschaft (B.Sc.)

Modulhandbuch

Stand: 24.08.2023

Übersicht Modulhandbuch für Internationale Weinwirtschaft (B.Sc.) (= IWWB)

1. Studienjahr (1. + 2. Semester)

Pflichtmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Allgemeine Chemie und Weinchemie	5	5	5
Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung	4	4	7
Betriebswirtschaft	4	4	9
English Communication	6	6	11
Grundlagen Marketing	4	4	13
Lebensmittel- und Weinrecht	5	5	15
Mathematik und Statistik I	6	6	17
Recht	6	6	19
Sensorik	3	3	21
Unternehmensführung	4	4	23
Volkswirtschaftslehre	4	4	25
Weinmärkte der Welt	4	4	27

Wahlpflichtmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Internationale Weinprofile	4	6	30
Introduction to Sustainability	3	3	32
Introduction to Viticulture and Enology	3	3	34
Mathematik und Statistik II	6	6	36
Projekt Neue Medien	2	3	38
Suchtprävention	2	2	39

Wahlmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Biologie der Rebe	2,5	3	42
Economic, Agricultural and Consumer Politics	4	4	43
Internship		4	45

2. Studienjahr (3. + 4. Semester)

Pflichtmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Business Communication and Technical English	4	4	48
Digital Business Solutions	4	4	50
Grundlagen der Oenologie	3	3	52
Investition, Finanzierung, Steuerlehre	4	4	54
Einführung in die Mikrobiologie	4	4	56
Marketingprojekt Frankreich	4	6	58
Marketingprojekt Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa	4	6	60
Wein- und Getränkemarketing	4	4	62

Weinbau I	6	6	64
Weinbeurteilung	3	4	66
Wissenschaftliches Arbeiten und Schlüsselqualifikationen „IWW“	4	4	68

Wahlpflichtmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Fachfremdsprache Französisch	6	6	72
Fachfremdsprache Italienisch	6	6	74
Fachfremdsprache Spanisch	6	6	76
Konsumenten- und Marktforschung	4,5	6	78
Marketingprojekt Südeuropa	4	6	80
Sustainability II	3	4	82

Wahlmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Electronic Commerce	2	2	85
Fallstudien-Projekt	2	2	87
Große Exkursion	2	2	89
Wein - analysieren und bewerten	2	2	90

3. Studienjahr (5. + 6. Semester)

Pflichtmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Bachelor-Thesis		12	93
Berufspraktisches Studium International		12	94
Kolloquium zur Bachelor-Thesis		3	96

Wahlpflichtmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Alkoholische Getränke	6	6	98
Beratung und Kommunikation	4	6	100
Betriebspraxis	2	3	102
Businessplan	4	6	104
Digitalisation in the Wine Industry	3	4	106
Marketing Project Central and Eastern Europe	4	6	108
Marketing Project Asia	4	6	110
Marketingprojekt Italien	4	6	112
Marketing Project "New World"	4	6	114
Project Sparkling Wine Production	4	4	116
Projekt Strategische Planung	4	6	118
Qualitätsmanagement	3	3	120
Umwelt und Ressourcen	6	6	121
Unternehmensplanspiel	4	6	123
Unternehmensnachfolge in der Weinwirtschaft	4	4	125

Wahlmodule	SWS	ECTS Credits	Seite
Arbeit- und Berufspädagogik	3	3	128
Entrepreneurship	2	2	130
Grundlagen des Weintourismus	4	6	131
Kleine Exkursionen	3	3	133
Marketing Project D-A-CH	3	4	134
Weltweinbau	6	6	136

Modulbeschreibungen

1. Studienjahr

Pflichtmodule

Modulbezeichnung	Allgemeine Chemie und Weinchemie
Lehrveranstaltungen	Allgemeine Chemie und Weinchemie
Studiensemester	2. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. May
Dozent(in)	Prof. Dr. May
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Allgemeine Chemie und Weinchemie: Vorlesung, 5 SWS Gruppengröße: unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 150 Präsenzzeit: 75 Std.; Eigenstudium: 75 Std.
ECTS Credits	5
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Allgemeine Chemie:</u> Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der allgemeinen und anorganischen Chemie, sowie der organischen Chemie. <u>Weinchemie:</u> Die Studierenden kennen Most- und Weininhaltsstoffe, deren Konzentration und deren Bedeutung für den Weinausbau und die Sensorik. Sie kennen den Einfluss von Weinbehandlungsmitteln und die chemischen Vorgänge während Behandlungsmaßnahmen (Schönungen, Säureregulation, Stabilisierung, etc.). Sie kennen den Einfluss von Reifungs- und Alterungsvorgängen auf die chemische Zusammensetzung. Sie kennen typische Weinfehler, off-Flavour und die Zusammensetzung von Weinrübungen, sowie Methoden zur Überprüfung der Authentizität.
Inhalt	<u>Allgemeine und Anorganische Chemie:</u> Atomaufbau, Isotope, chemische Bindung, chemische Formeln; Stoffmassen und Stoffmengen, Stoffkonzentrationen, Konzentrationsmaße; Reaktionsgleichungen; Säuren, Basen und Salze, pH-Wert, starke und schwache Elektrolyte, Puffersysteme; Redoxsysteme; Löslichkeitsprodukt; Chemie des Kohlenstoffs, Wasserstoffs, Sauerstoffs, Schwefels, Stickstoffs, Phosphors; Komplexchemie. <u>Organische Chemie:</u> Systematik der cyclischen und acyclischen, gesättigten und ungesättigten, nichtaromatischen und aromatischen Kohlenwasserstoffe; Verbindungsklassen; Alkane, Alkene, Alkine, Terpene, carbocyclische und heterocyclische aromatische Verbindungen; Alkohole, Mercaptane, Phenole, Ether, Carbonylverbindungen, Carbonsäuren, Ester; Lipide, Amine, Aminosäuren, Proteine, Kohlenhydrate, optische Aktivität, Isomerie <u>Weinchemie:</u> Chemische Zusammensetzung und physiko-chemische Eigenschaften: Organische Säuren, Alkohole, Kohlenhydrate, Mineralstoffe, Polyphenole, Stickstoffverbindungen, Aromastoffe, Weinfehler, Weinbehandlungsmittel, Kolloide, Klärung und Schönung von Most und Wein, Stabilisierung von Wein, Weinsteinstabilisierung, reife- und alterungsbedingte Veränderungen, Verfälschung
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Power Point, Tafelanschrieb
Literatur	Schröter und Lautenschläger: Taschenbuch der Chemie. Ammedick: Lehrbuch der Chemie für Fachhochschulen. Würdig und Woller: Chemie des Weines.

Modulbezeichnung	Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung
Lehrveranstaltungen	Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung Vertiefung und Anwendungsbeispiele
Studiensemester	2. (IWWB) / 4. (WOB / GTB) Semester
Modulverantwortliche(r)	M.Sc. Strub
Dozent(in)	M.Sc. Strub
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie
Lehr- und Lernform/SWS	Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung: Vorlesung, 3 SWS; Gruppen- größe unbegrenzt Vertiefung und Anwendungsbeispiele: Seminaristischer Unterricht, 1 SWS; Gruppengröße max. 35
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaftslehre
Modulziele/Angestrebte Lerner- gebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage die Kostenrechnung als praxisrelevantes Controlling-Instrument zur Sicherung der ökonomischen Nachhaltigkeit im Unternehmen einzusetzen - kennen die wichtigsten Methoden der Kalkulation von Kosten und ihre Anwendung in Unternehmen der Weinbranche - können konkrete Unternehmensentscheidungen mit Hilfe der Kostenrechnung vorbereiten, begleiten und kontrollieren - kennen die verschiedenen Techniken und Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung und deren Anwendung in der Erfolgs- und Kostenkontrolle
Inhalt	In der Vorlesung werden mit Hilfe von LernBar-Modulen die theoretischen Grundlagen der Kostenrechnung erarbeitet. Allgemeine Kostenrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben, Ziele und Organisation der Kostenrechnung - Abgrenzung von externer und interner Buchführung - Einteilung von Kosten - Techniken, Methoden und Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung - Grundlagen der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung - Grundlagen der Prozesskostenrechnung - Spezielle Kostenrechnung - Besonderheiten der Kostenrechnung von Dauerkulturen - Besonderheiten der Kostenrechnung in Weingütern - Handelskalkulation in der Weinbranche

	<p>Der seminaristische Unterricht wird genutzt, um die erarbeiteten Fähigkeiten zu vertiefen und sie mit Hilfe von Fallbeispielen und Beispielrechnungen praxisgerecht anzuwenden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durchführung der Kosten- und Leistungsrechnung anhand eines Beispielbetriebes der Weinbranche - Rechnerische Anwendung der Verfahren der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	<p>Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote.</p> <p>Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.</p>
Medienformen	LernBar-Module und Selbsttests in ILIAS, PowerPoint, Excel-Kalkulationen, Rechenbeispiele, Tafelanschrieb
Literatur	<p>Joos-Sachse, T. (2002/2006): Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement</p> <p>Jorász, W. (2003/2009): Kosten- und Leistungsrechnung, Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen, 3. /5. Auflage</p> <p>Fischbach S. (2013): Grundlagen der Kostenrechnung, Mit Prüfungsaufgaben und Übungen, 6. Auflage</p> <p>Friedl G., Hofmann C., Pedell B. (2013): Kostenrechnung, Eine entscheidungsorientierte Einführung, 2. Auflage</p> <p>Olfert, K. (2010): Kostenrechnung</p>

Modulbezeichnung	Betriebswirtschaft
Lehrveranstaltungen	Betriebswirtschaftslehre
Studiensemester	1. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Göbel
Dozent(in)	Prof. Dr. Göbel
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie
Lehr- und Lernform/SWS	Betriebswirtschaftslehre: Vorlesung; 4 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können Grundzusammenhänge ökonomischen Denkens und betriebswirtschaftlichen Agierens einordnen - können Systeme und Organisationsformen von Unternehmen der Wein- und Getränkebranchen einordnen - können Ziele und Zielsysteme hinsichtlich persönlicher, betriebswirtschaftlicher sowie nachhaltiger Kriterien einordnen und bewerten - können betriebswirtschaftliche Daten von Unternehmen der Wein- und Getränkebranchen der Weinbranche analysieren und interpretieren - kennen Größen nachhaltiger Unternehmensführung und können deren betriebswirtschaftliche Konsequenzen einschätzen - kennen die betriebswirtschaftlichen Steuerungsinstrumente und ihre Anwendungsbereiche in Unternehmen und können diese in Grundzügen anwenden - können branchenspezifische Besonderheiten im Hinblick auf praktische Unternehmensführung einschätzen und zielorientiertes Handeln im Unternehmen ableiten
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Persönliche und unternehmerische Ziele und Zielsysteme - Unternehmensorganisation und Führung in Unternehmen der Wein- und Getränkebranche - Grundlagen des Rechnungswesens, der Bilanzierung und Bewertung - Grundlagen betriebswirtschaftlicher Steuerungsinstrumente - Bilanz- und Unternehmensanalyse - Unternehmensanalyse unter Berücksichtigung von Kriterien nachhaltiger Entwicklung - Grundlagen der Unternehmensanalyse in Unternehmen der Wein- und Getränkebranche - Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur oder Ausarbeitung oder Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint / Tafelanschrieb / Handout / Übungsmaterial / Videokonferenz / Podcast
Literatur	Göbel, R.: Betriebswirtschaft. Erfolgreiche Unternehmensführung im Wein- gut (2021) Wöhe, G.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Olfert, K. (Hrsg.) Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft (2019) Müller-Christ, G.: Nachhaltiges Management (2014) Moldaschl, M.: Nachhaltigkeit von Arbeit und Unternehmensführung (2007) Meyer, J.-A. (Hrsg.): Nachhaltigkeit in kleinen und mittleren Unternehmen (2011) Kieser, A./Walgenbach, P.: Organisation (2010) Hungenberg, H./Wolf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung (2015) Auf ergänzende und weiterführende Literatur wird zu Beginn der Lehrveran- staltung hingewiesen.

Modulbezeichnung	English Communication
Lehrveranstaltungen	English Communication 1 English Communication 2
Studiensemester	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r)	Batten
Dozent(in)	Batten
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Beginn immer im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	English Communication 1: Seminaristischer Unterricht; 3 SWS English Communication 2: Übung; 3 SWS Blended-Learning-Kurs mit einer Mischung aus den folgenden Elementen: Synchrone Elemente: Diskussionsgruppen in der Klasse und feedback tutorials Asynchrone Elemente: Lernmaterialien in Ilias mit regelmäßig zu erledigenden Aufgaben
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Empfehlung: Dieser Kurs zielt darauf ab, auf einem B1-B2-Niveau zu arbeiten. Studierende, deren Englischkenntnisse unter B1 liegen, sollten versuchen, ihr Niveau durch zusätzlichen Sprachunterricht zu verbessern, bevor sie ihr erstes Semester im IWW-Programm an der HGU beginnen.
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	The general aims for both semesters is to work towards the B2 level of language required to study English language modules in subsequent semesters as part of the IWW program at HGU. NB. Teaching materials will relate to specific wine-industry contexts wherever possible. By the end of the course, students will be able to: <ul style="list-style-type: none"> - listen to academic/professional lectures/talks/presentations in English and take effective notes that can be used for further study or revision - use notes to produce oral or written summaries of information and concepts - participate in seminar discussions (expressing opinions, clarifying understanding, suggesting alternative viewpoints, making predictions) - display awareness of international communication styles and expectations of people from English-speaking cultures (e.g., politeness, diplomacy, sensitivity, etc.) - describe statistics and trends using precise language, reporting verbs, correct choice of tenses, etc. (using publicly available data produced via studies/surveys/research projects) - present visual information to peers in an engaging way using appropriate professional and industry-relevant language

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Students will develop the above-mentioned targeted language and communication skills via a range of speaking, listening, reading and writing tasks delivered via a blended learning approach (flipped classroom with a mix of asynchronous study tasks and synchronous group discussion sessions, and teacher-student tutorials) - Students will receive language 'input' in the form of authentic materials in written/audio or video format, or lecture materials, and will then be asked to demonstrate their understanding of the content through discussion activities and vocabulary-building exercises - Students will be expected to demonstrate their ability to comment on materials or summarize concepts and ideas using subject-specific vocabulary - Teaching materials will seek to enhance students grasp of grammar, syntax, and vocabulary, as well as their knowledge of the wine industry and English-speaking world - Students may be asked to research topics using English-language web-based resources - Students will be expected to communicate and cooperate with teacher(s) and classmates in English using e-mail or forums - Students may be required to work on tasks independently or in small groups - Feedback on tasks will be offered in writing, orally or via tests
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	<p>Prüfungsleistung 80%: 2 semesterbegleitende Aufträge pro Semester aus den folgenden Optionen: mündlich, schriftliche oder digitale Ausarbeitungen/ Lese- oder Hörverständnistest</p> <p>Studienleistung 20%: Anwesenheitspflicht mit Regelmäßige und aktive Teilnahme (synchronunterrichte + asynchron Übungen)</p> <p>NB. Genaue Anweisungen zu den bewerteten Aufgaben werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen.
Bildung der Modulnote	<p>Studienleistung: 20%</p> <p>Semesterbegleitende Prüfungsleistung: 80%</p> <p>Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.</p>
Medienformen	<p>As a Blended Learning course, this course will make use of Stud.IP and Ilias, as well as audio/visual materials and handouts.</p> <p>Authentic English language materials will be used from a range of academic and wine-related internet sources, including TED, YouTube, Decanter, Wine Folly, WSET, Business Spotlight, BBC, Meininger's Wine Business International, Guildsomm, etc.</p>
Literatur	<p><i>English Grammar in Use</i> by Raymond Murphy Publisher: Klett Sprachen (17 Jun. 2019)</p> <p>Oxford Advanced Learner's Dictionary B2-C2 - Wörterbuch (Festeinband) ISBN: 0194798593</p>

Modulbezeichnung	Grundlagen Marketing
Lehrveranstaltungen	Strategisches Marketing Operatives Marketing
Studiensemester	1. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in)	Prof. Dr. Hanf
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränke-technologie
Lehr- und Lernform/SWS	Strategisches Marketing: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Operatives Marketing: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen strategische Grundbegriffe und Konzepte - kennen die strategischen Steuerungsinstrumente in Unternehmen und ihre Anwendungsbereiche - verstehen die Funktion und die Einbindung des Marketing in den Prozess der Unternehmensführung, - haben einen Überblick über die Marketinginstrumente und ihre Verknüpfung, - kennen die Ziele und grundlegenden Methoden der Marktforschung innerhalb der Weinbranche
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Begriff, Konzeptionen und Einordnung des Marketing in den Prozess der Unternehmensführung - Grundlagen der Unternehmensstrategie - Marketing Strategie und strategische Instrumente - Marketinginstrumente (Produkt-, Preis-, Distributions- u. Kommunikationspolitik) - Konsumentenwissen - Methoden der Marktforschung
Studien-/Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb

Literatur	Kotler/Bliemel: Marketing-Management. Kroeber-Riel/Weinberg: Konsumentenverhalten. Schweickert: Unternehmensstrategien in der Weinwirtschaft im Rahmen der EU-Weinmarktordnungspolitik Artikel im StudIP Zeitschrift „Weinwirtschaft“ Zeitschrift „Wein & Markt“
------------------	---

Modulbezeichnung	Lebensmittel- und Weinrecht
Lehrveranstaltungen	Lebensmittelrecht Weinrecht Rechtliche Grundlagen der Weinbuchführung
Studiensemester	2. Semester
Modulverantwortliche(r)	RA Diemer-De Schepper
Dozent(in)	RA Diemer-De Schepper
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Lebensmittelrecht: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Weinrecht: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Rechtliche Grundlagen der Weinbuchführung: Vorlesung, 1 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 150 Präsenzzeit: 75 Std.; Eigenstudium: 75 Std.
ECTS Credits	5
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Kenntnisse im EU-Recht, der Vorlesung Grundlagen Recht aus dem 1. Semester, Modul Recht
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Lebensmittelrecht:</u> Die Studierenden kennen die wesentlichen Bestimmungen und deren Bedeutung des Eu-Rechts und des nationalen Rechts für die Tätigkeit als Entscheidungsträger in Betrieben der Wein- und Getränke-wirtschaft. Sie kennen die allgemeinen rechtlichen Bestimmungen des Lebensmittelrechts im beruflichen Alltag. <u>Weinrecht:</u> Die Studierenden kennen die Bestimmungen des europäischen und nationalen Weinrechts und deren Bedeutung für die Tätigkeit in Betrieben der Weinwirtschaft und können diese im beruflichen Alltag anwenden. <u>Rechtliche Grundlagen der Weinbuchführung:</u> Die Studierenden kennen die gesetzlich vorgeschriebene Wein- und Getränkebuchführung und deren praktische Anwendung für Betriebe der Weinwirtschaft
Inhalt	Deutsches und Europäisches Wein- und Lebensmittelrecht, Vorschriften der Weinüberwachung und Weinbuchführung
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.

Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb, Folien, Rechtstexte als Arbeitsblätter, Podcasts
Literatur	Beck Texte:Rechtstexte zu Lebensmittel-, Weinrecht und Weinbuchführung

Modulbezeichnung	Mathematik und Statistik I
Lehrveranstaltungen	Mathematik I Statistik I Mathematik I Übungen Statistik I Übungen
Studiensemester	1. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Velten
Dozent(in)	Prof. Dr. Velten
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Lebensmittellogistik und -management
Lehr- und Lernform/SWS	Mathematik I: Vorlesung, 2 SWS; Gruppengröße unbegrenzt Statistik I: Vorlesung, 2 SWS; Gruppengröße unbegrenzt Mathematik I Übungen: Übungen 1 SWS Statistik I Übungen: Übungen 1 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Abiturkenntnisse Mathematik
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Mathematik:</u> Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Verständnis, Rechenmethoden bei wirtschaftswissenschaftlichen und naturwissenschaftlichen Fragestellungen anzuwenden. Nach der Teilnahme sind die Studierenden in der Lage, Szenarien aus Lebensmittellogistik und -management mit Hilfe von mathematischen Modellen zu beschreiben und zu analysieren. Sie können das erworbene mathematische Fachwissen einsetzen, um ein Verständnis für wirtschaftswissenschaftliche und naturwissenschaftliche Prozesse entwickeln zu können.</p> <p><u>Statistik:</u> Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bei Fragestellung aus dem Bereich der Wein- und Getränkewirtschaft, einer Problembeschreibung und eines Datensatzes eine geeignete statistische Methode auszuwählen. - Verfahren der beschreibenden und schließenden Statistik eigenständig auf gegebene Datensätze anzuwenden. - aus Ergebnissen der statistischen Verfahren Aussagen zu den zugrundeliegenden wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen abzuleiten. - für gegebene Problembeschreibungen oder Datensätze die Eignung statistischer Verfahren und die Vollständigkeit der notwendigen Angaben kritisch zu beurteilen. - verschiedene Optionen in der statistischen Auswertung zu diskutieren,

	zu verstehen, zu erläutern und anzuwenden.
Inhalt	<p><u>Mathematik:</u> Gleichungen, Optimierung, Lineare Algebra, Differential- und Integralrechnung, mathematische Software</p> <p><u>Statistik:</u> Deskriptive Statistik, Wahrscheinlichkeitsrechnung, Induktive Statistik, Statistiksoftware</p>
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Elektronische Lehrmedien, studienbegleitende Skripte
Literatur	<p>K. Velten, 2009, Neuauflage 2023: Mathematical Modeling and Simulation, Wiley-VCH.</p> <p>Sydsaeter, Hammond, Strom, Carvajal, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug, 5. Auflage, Pearson Studium, 2018</p> <p>M. Günther, K. Velten, Mathematische Modellbildung und Simulation, Wiley-VHC, 2014.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Modulbezeichnung	Recht
Lehrveranstaltungen	Grundlagen des Rechts Unternehmensrecht
Studiensemester	1. Semester
Modulverantwortliche(r)	RA Diemer-De Schepper
Dozent(in)	RA Diemer-De Schepper
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Lebensmittellogistik und -management Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Lebensmittelsicherheit
Lehr- und Lernform/SWS	Grundlagen des Rechts: Vorlesung; 2 SWS Unternehmensrecht: Vorlesung; 4 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Grundlagen des Rechts:</u> Die Studierenden kennen die wesentlichen Bestimmungen des Rechts und deren Bedeutung für die Tätigkeit als Entscheidungsträger in Betrieben der Wein- und Getränkewirtschaft. <u>Unternehmensrecht:</u> Die Studierenden kennen das System des nationalen und internationalen Wirtschaftsrechts und verfügen über branchenspezifische Kenntnisse in Fragen des Steuerrechts von Unternehmen, haben einen Überblick über die für Unternehmen relevanten Rechtsgrundlagen, die grundlegenden Rechtsmethoden und ihre Anwendung.
Inhalt	<u>Grundlagen des Rechts:</u> Einführung in das Deutsche und Europäische Rechtssystem, Rechtsgrundlagen und Ihre Anwendungsgebiete, Grundlagen des Arbeits-, Wirtschaftsrechts und des Steuerrechts <u>Unternehmensrecht:</u> Grundlagen des Steuerrechts; Begriff, Abgrenzung und Zweck der Steuern; Steuerarten und Besteuerungsverfahren; Internationales Steuerrecht; Einkunftsarten und Grundlagen der Einkommensermittlung; Unternehmensbesteuerung nach Rechtsform; Grundlagen des Wirtschaftsrechts; Immaterialgüterrecht; Recht des internationalen Wirtschaftsverkehrs; Wettbewerbs- und Kartellrecht; Vertragsrecht und Vertragsgestaltung; Arbeitsrecht und Arbeitsvertragsrecht;
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen

Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb, Folien, Rechtstexte als Arbeitsblätter, Podcasts
Literatur	Aktuelle Textausgaben zum Wirtschaftsrecht, wird in der Vorlesung bekannt gegeben

Modulbezeichnung	Sensorik
Lehrveranstaltungen	Sensorik Sensorik Übungen
Studiensemester	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jung
Dozent(in)	Prof. Dr. Jung; Dipl. Ing. Schüssler
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Beginn im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Compulsory module in degree program International Wine Business Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Pflichtmodul Studiengang Lebensmittelsicherheit <i>(Teilleistung in „Pflanzliche Lebensmittel“, 3. Semester)</i> Pflichtmodul Studiengang Lebensmittellogistik und -management <i>(Teilleistung in „Warenkunde und Sensorik, 1. Semester)</i> Wahlmodul Studiengang Gartenbau
Lehr- und Lernform/SWS	Sensorik: Vorlesung, 1 SWS Sensorik: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS, Gruppengröße maximal 30
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 45 Std.; Eigenstudium: 45 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundkenntnisse Statistik
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	1. Semester Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erlernen theoretische Grundlagen der Sensorik und der allgemeinen Sinnesphysiologie - werden für die bewusste Anwendung menschlicher Sinne für Prüf- und Messzwecke sensibilisiert - erlernen Grundlagen, Aufbau, Durchführung und Auswertung sensorischer Prüfmethoden, insbes. Diskriminierungsprüfungen (komperativ u. monadisch) - können in der Praxis sensorische Prüfungen vorbereiten, durchführen, auswerten und die Ergebnisse interpretieren 2. Semester Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - Erwerben Kenntnisse in der Vorbereitung und Anwendung der „Beschreibenden Sensorischen Analyse“ (einfach beschreibende Analyse, Quantitativ Descriptive Analyse / QDA) - Erwerben Erkenntnisse zur Statistischen Auswertung der QDA - Erwerben Kenntnisse zur objektiven „Bewertung von Wein“

	<ul style="list-style-type: none"> - Erlernen grundlegende Überlegungen zum Aufbau und der Anwendung unterschiedlicher, national und international gebräuchlicher Bewertungsschemata für Wein - können sensorische Methoden zur Beschreibung und Evaluierung von Getränken anwenden - Sammeln praktische Erfahrungen in der Weinansprache, -beschreibung und Bewertung
Inhalt	Grundlagen der Sensorik, Grundlagen der Sinnesphysiologie, Prüferschulung, Diskriminierende Testmethoden (Paarweiser Vergleich, Triangle-Test, Duo-Trio-Test, 3-AFC-Test, In-Out-Test, A-not-A-Test, Ranking), Quantitative und deskriptive Analyse mit praktischen Übungen, Entwicklung, Aufbau und Einsatz div. Prüfschemata zur Einzelprobenprüfung und Beurteilung von Getränken (DLG 20 Punkte Schema, DLG 5 Punkte Schemata 1984 und 2011, DLG 100 Punkte Schema), Aktuelle, neu entwickelte Schemata, Internationale Prüfschemata
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur (K) Studienleistung: Anwesenheitspflicht mit Praktischen Tätigkeiten (PT)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme (mind. 75% Teilnahme)
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Präsentationssoftware, Tafelanschrieb, FIZZ-Sensoriksoftware und Netbooks, praktische Übungen mit sensorischen Mustern
Literatur	<p>Koch, J (1986): Getränkebeurteilung, Ulmer Verlag</p> <p>Fliedner / Wilhelmi (1989): Grundlagen u. Prüfverfahren der Lebensmittelsensorik, Behr's Verlag, Hamburg</p> <p>Liptay-Reuter, I. (1998): Sensorische Methoden und ihre statistische Auswertung, ngv-Verlag</p> <p>Resurreccion, A., (1998): Cosumer Sensory Testing for Product Development, Aspen Publication, Maryland</p> <p>Meilgaard, M. et al. (1999): Sensory Evaluation Techniques, CRC Press LLC</p> <p>MacFie, H.J.H, Thomson, D.M.H (1999): Measurement of Food Preferences, Aspen Publication, Maryland</p> <p>Lawless, H., Heymann, H. (1999): Sensory Evaluation of Food, Aspen Publication, Maryland</p> <p>Busch-Stockfisch, M. (2004): Praxishandbuch Sensorik, Lose-Blatt-Sammlung, Behrs Verlag Hamburg</p> <p>Derndorfer, E. (2006): Lebensmittelsensorik, facultas Universitätsverlag, Wien</p> <p>Hildebrandt, G. (2008), Geschmackswelten, DLG Verlag, Frankfurt</p> <p>Buchecker, K., Matullat, I. (2012): Sensoriklexikon, Behr's Verlag, Hamburg</p> <p>DLG Ausschuss Sensorik (2015): Fachvokabular Sensorik, DLG-Verlag, Frankfurt</p> <p>DLG Ausschuss Sensorik (2015): Sensory Analysis Vocabulary, DLG-Verlag, Frankfurt</p>

Modulbezeichnung	Unternehmensführung
Lehrveranstaltungen	Unternehmensmanagement Personalführung
Studiensemester	2. Semester (IWWB), 4. Semester (WOB, GTB)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in)	Prof. Dr. Hanf; M.A. Ortner
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie
Lehr- und Lernform/SWS	Unternehmensmanagement: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Personalführung: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std., Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Module Betriebswirtschaft, Grundlagen Marketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen Formen, Ziele und Funktionen der Unternehmensführung, - haben einen Überblick über die Grundlagen des strategischen Managements. - verstehen die spezifischen Probleme in kleinen und mittleren Unternehmen. - kennen die spezifischen Anforderungen in Unternehmen der Weinbranche. - verstehen die strategische Bedeutung des Personalmanagements in Unternehmen (der Weinbranche) - kennen die Schwerpunktfunktionen des Personalmanagements - kennen die Bedeutung und Techniken der Mitarbeiterführung - haben einen Überblick über die Motivationstheorien im Personalmanagement und verstehen den Zusammenhang von Führung und Motivation
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Unternehmensführung - Grundlagen des Strategischen Managements - Organisation und Personal - Managementsysteme - Grundlagen der Entscheidungstheorie - Grundlagen des Personalmanagements - Grundlagen der Führung und Motivation
Studien-/Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung

Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur	Müller-Stewens, G, Lechner, C: Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen Schulte-Zurhausen, M.: Organisation Helbig, R.: Prozessorientierte Unternehmensführung Wagner, R. et. al.: Praktische Personalführung Nicolai, C.: Personalmanagement Scholz, Ch.: Personalmanagement Kolb, M. et al.: Personalmanagement, Grundlagen und Praxis des HRM Schuler, H., Kanning, U.-P.: Lehrbuch der Personalpsychologie

Modulbezeichnung	Volkswirtschaftslehre
Lehrveranstaltungen	Volkswirtschaftslehre
Studiensemester	1. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Loose
Dozent(in)	Prof. Dr. Loose
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Gartenbau (3. Sem.) Pflichtmodul Studiengang Lebensmittellogistik und -management (Modul: Volkswirtschaftslehre und Lebensmittelmärkte) Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Volkswirtschaftslehre: Vorlesung, 4 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Studierende <ul style="list-style-type: none"> - erhalten einen Einblick in ökonomisches Denken, - erlernen die Grundlagen der Volkswirtschaftslehre - lernen die Zusammenhänge volkswirtschaftlicher Ziele und Ziel-systeme kennen - können die Beziehungen zwischen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der wirtschaftlichen Lage und Entwicklung von Unternehmen einschätzen. - können aktuelle wirtschaftspolitische Themen mit volkswirtschaftlichen Instrumenten analysieren
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Mikroökonomie - Grundlagen der Makroökonomie - Grundlagen der Wirtschaftspolitik - Märkte, Angebot, Nachfrage sowie Elastizitäten - Theorie und Anwendung Internationaler Handel - Theorie und Anwendung der Wohlfahrtsökonomie auf verschiedene wirtschaftspolitische Maßnahmen (Zölle, Steuern, Subventionen, Quoten, Preispolitik) - Theorie und Anwendung externe Effekte - Produktionstheorie, Wachstum und Lebenshaltungskosten - Finanzsystem - Grundlagen der Agrar- und Weinwirtschaftspolitik
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung

Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb, Anwendungsübungen
Literatur	Mankiw, N. G. und M. P. Taylor: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 8. Auflage 2021, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Herrmann, M.: Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. Auflage 2021, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre – Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten, 5., aktualisierte Auflage 2021, München: Pearson

Modulbezeichnung	Weinmärkte der Welt
Lehrveranstaltungen	Weinmärkte der Welt
Studiensemester	2. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Loose
Dozent(in)	N.N.
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Weinmärkte der Welt: Vorlesung, 3,5 SWS / Verkostung 0,5 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Volkswirtschaftslehre
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen ihr Wissen bzgl. Weinmärkten - erlangen vertieftes Wissen bzgl. der globalen Trends von Rebflächen- daten, Traubenproduktionsdaten, Weinproduktionsdaten, Weinkon- sumdaten, Weinhandelsbilanzen - erlangen vertieftes Wissen bzgl. der Weinmärkte und Marktteilnehmer einer Auswahl der bedeutenden Weinproduktions- und Konsumtions- länder - kennen Weinbauzonen, Weinarten, Weingruppen, Weinqualitätsstufen - kennen Herkunftssysteme sowie die dahinterstehenden Weinphiloso- phien - kennen die Wine-Chain des Weinmarktes Deutschland im Detail - erlernen die Grundlagen der Wechselkurse
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Handelstheorien / Außenhandel / Wechselkurse - Regionalität als Gegentrend zur Globalisierung - Geschützte Herkunftsbezeichnungen in den verschiedenen Weinmärk- ten - Vergleiche der Weinqualitätssysteme in der EU sowie der unterschied- lichen Weinphilosophien - Globale Analyse der verschiedenen Dimensionen von Weinmärkten - Länderspezifische Analyse von ausgewählten Weinmärkten und Marktteilnehmern sowie der Weinhandelsströme - Verkostung ausgewählter Weinmärkte
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung

Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb. Impressionen der Weinmärkte
Literatur	<p>Anderson, K., S. Nelgen and V. Pinilla (2017): Global Wine Markets, 1860 to 2016: A Statistical Compendium, Adelaide: University of Adelaide Press, 2017.</p> <p>Anderson, K. and S. Nelgen (2020): Which Winegrape Varieties are Grown Where? – a global empirical picture: Revised Edition, Adelaide: University of Adelaide Press, 2020.</p> <p>Johnson, H. (2009): Der große Johnson – Die Enzyklopädie der Weine, Weinbauggebiete und Weinerzeuger der Welt. vollständig überarbeitete 6. Ausgabe, München: Hallwag, 2009</p> <p>Johnson, H. und J. Robinson (2020): Der große Weinatlas, 8. Ausgabe, München: Hallwag, 2020</p> <p>Parker, P. M. (2007): The 2007 (2009) Import and Export Market for Wine Made from Fresh Grapes or Grape Must in COUNTRY, Icon.</p> <p>Richter B., L. Bitsch, S. Diemer-De Schepper, E. Schweickert und J. H. Hanf (2021): "Strukturveränderungen in der Weinwirtschaft – Darstellung und Diskussion". Berichte über Landwirtschaft – Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft. 99 (2) S. 1 – 29.</p> <p>Robinson, J. (2003): Das Oxford-Weinlexikon. 2., vollständig überarbeitete Ausgabe, München: Hallwag, 2003</p> <p>Schweickert, E. (2014): "Die internationale Weinwirtschaft im Überblick". In: Härtel, I. (Hrsg.): Handbuch Weinrecht – Verbundkommentar zur deutsch-europäischen Weinordnung, S. 16 - 37.</p> <p>Schweickert, E. (2014): "Internationale önologische Verfahren im Überblick". In: Härtel, I. (Hrsg.): Handbuch Weinrecht – Verbundkommentar zur deutsch-europäischen Weinordnung, S. 343 - 355.</p> <p>Schweickert, E. (2021): Weinrecht in der EU. In: Bergmann, J. (Hrsg.): Handlexikon der Europäischen Union, 6. neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Verlag: Nomos, S. 1120 - 1128</p>

Modulbeschreibungen

1. Studienjahr

Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung	Internationale Weinprofile
Lehrveranstaltungen	Internationale Weinprofile Internationale Weinprofile Seminar
Studiensemester	2. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Szolnoki
Dozent(in)	Prof. Dr. Szolnoki
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Internationale Weinprofile Vorlesung, 2 SWS Internationale Weinprofile Seminar: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS, Gruppengröße max. 35
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Sensorik
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Ziel: Fachübergreifendes Wissen über internationale Rebsorten und Märkte mit sensorischen und marketingorientierten Grundlagen zu vermitteln, sowie Training von Soft Skills. Studierende <ul style="list-style-type: none"> - erlangen fachübergreifendes Wissen über die wichtigsten internationalen Rebsorten mit Bedeutung am deutschen und internationalen Markt; - beherrschen die Analyse des internationalen Weinangebots sowie die Erhebung von Marktdaten auf dem heimischen Markt (Store Check); - können auf Basis von marketingorientierten und sensorischen Grundlagen mit Hilfe eines für diese LV entwickelten Sensorischen Bewertungssystems die Weine mit quantitativen Merkmalen beschreiben und beurteilen; - trainieren Soft Skills in Form von Teamarbeit in Gruppen, Präsentation ausgewählter Produktprofile/Rebsorten, Organisation und Moderation der Verkostung; - können die Weinbeschreibungen des Seminars mit statistischen Verfahren auswerten, interpretieren und in Medien präsentieren (Blog-Eintrag).
Inhalt	Internationaler Vergleich von <ul style="list-style-type: none"> - generischen Weinkonzepten; - den wichtigsten Weiß- und Rotweinrebsorten mit internationaler Bedeutung; - verschiedenen Stilen und Qualitätsstufen; - Ursprungskonzepten mit interdisziplinärer Darstellung und Bewertung nach Sensorik.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur Studienleistung: Referat/Präsentation

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme (Anwesenheit 80%)
Bildung der Modulnote	Die Berechnung der Gesamtnote erfolgt aus 50% Klausur und 50% Ausarbeitung Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Seminarvortrag, Vorlesung, Eigenarbeit, Diskussion, Moderation, Verkostung, Power Point, Excel, Blog
Literatur	Derndorfer (2009), Weinsensorik. AV Verlag, Wien. J. Priewe (2005), Wein die neue große Schule. Zaber Sandman Verlag, München. R. S. Jackson (2002), Wine tasting – a professional handbook. Academic press, San Diego. W. Kneifel und K. Dürrschmid (2005), Qualität und Sensorik von Lebensmitteln. Vivatis Expertentagung, 28.1.2005, Linz. G. Hildebrandt (2008), Geschmackswelten, Grundlagen der Lebensmittelsensorik. DLG-Verlag, Frankfurt a.M. Robinson, J. (2007), Das Oxford Weinlexikon. Gräfe und Unzer, München. Hugh, J. (2006), Der große Johnson: die Enzyklopädie der Weine, Weinbaugebiete und Weinerzeugung der Welt. RM-Buch-und Medien-Vertrieb, München.

Module name	Introduction to Sustainability
Lectures	Introduction to Sustainability Introduction to Sustainability Seminar
Study semesters	1 st semester
Module coordinator	Prof. Dr. Wagner
Lecturer	Prof. Dr. Wagner, Maier MBA
Language	English
Frequency	Every winter semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in degree program International Wine Business Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Lecture: 2 semester week hours, undefined class size Seminar: 1 semester week hours, class size 30-35
Student Workload	Total study hours: 90 Course attendance: 45 hours; self-study: 45 hours
ECTS Credits	3
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	None
Module aims / expected learning results	Students <ul style="list-style-type: none"> - develop an understanding of sustainability and know, evaluate and be able to classify criteria for sustainable developments - develop a deeper understanding of environmental sustainability - acquire an overview of methods for the evaluation of sustainability and know their application problems - obtain a basic understanding of planetary boundaries as a prerequisite and necessity for sustainable development - know the importance of selected actors for sustainable development - acquire an understanding of the basics and requirements of a practice-oriented application of sustainability in the wine sector
Content	<ul style="list-style-type: none"> - History of sustainability - Sustainability terms and understanding - Sustainability aspects, goals, and indicators (UN Sustainable Development Goals, German Sustainability Code) - Key sustainability challenges: Air pollution, climate change, demographic development, biodiversity, water pollution - Sustainability assessment approaches - Planetary boundaries as a framework condition for sustainable development - The importance of selected economic actors for sustainable development: large companies; start-ups, consumers; political regulation; non-governmental organizations; scientific actors - Transfer of the guiding principle/concept of sustainability to the wine sector - Overview of the importance of sustainability in the international wine world - Tasks, challenges and opportunities for wine producers and marketers in the context of sustainability

Course assignment / Examination / type of Examination	Module Examination: Written examination
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Successful exam scores
Calculation of the module grade	Module examination is 100% of the module grade. The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	PowerPoint presentations, blackboard
Literature	Elliott J.A. (2013) An Introduction to Sustainable Development (Freely available at: http://www.ru.ac.bd/wp-content/uploads/sites/25/2019/03/408_01_Jennifer-An-Introduction-to-Sustainable-Development-2012.pdf) https://sdgs.un.org/goals https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html

Module name	Introduction to Viticulture and Enology
Lectures	Introduction to Viticulture and Enology Introduction to Viticulture and Enology Seminar
Study semesters	1 st and 2 nd semester
Module coordinator	Dipl. Ing. Scheidweiler
Lecturer	Dipl. Ing. Scheidweiler, M.Sc. Pasch, Dr. Bou Nader
Language	English
Frequency	Start every winter semester
Duration	2 semester
Classification by Curriculum	Compulsory module in degree program International Wine Business Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Viticulture: 1 hour lecture; undefined class size Enology: 1 hour lecture; undefined class size [1 hour lecture per semester blocked in 6 units] 0,5 hours Viticulture seminar/practical units per semester blocked in 3 units; Class size 18 0,5 hours Enology seminar/practical units per semester blocked in 3 units; Class size 18
Student Workload	Total study hours: 90 Course attendance:45 hours; self-study: 45 hours
ECTS Credits	3
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	None
Module aims / expected learning results	<u>Viticulture:</u> Students will <ul style="list-style-type: none"> - learn the basics of grapevine physiology and biology - become familiar with the main vineyard tasks over the vegetation period - learn about grapevine pests and diseases and how to manage them - understand the main factors that influence berry quality <u>Enology:</u> Students will <ul style="list-style-type: none"> - learn the basic techniques of white, rosé and red wine making. - understand all the principal stabilization and filtration techniques. - learn about basic microbiological processes taking place during wine-making
Content	<u>Viticulture:</u> Pruning, shoot development, grapevine growth stages (phenology), canopy management, soil management, treatments against main pests and diseases <u>Enology:</u> Grape harvest, grape transportation and processing, must treatment, alcoholic fermentation, malolactic fermentation, wine aging, stabilization, filtration and fining treatments

Course assignment / Examination / type of Examination	Module Examination: Written Exam (E) Course assignment: practical exercises; Active participation; compulsory attendance
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Successful completion of the exam
Calculation of the module grade	Exam is 100% of the module grade. The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	Attendance lecture, Practical demonstration, Live online lecture via BBB, E-learning via ILIAS,
Literature	Reynolds, A.C. Managing wine quality, Elsevier Morata, A. White wine technology, Elsevier Ribéreau-Gayon, P. et al. Handbook of Enology Vol. 1+2, John Wiley & Sons, Ltd.

Modulbezeichnung	Mathematik und Statistik II
Lehrveranstaltungen	Mathematik II Statistik II Mathematik II Übungen Statistik II Übungen
Studiensemester	2. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Velten
Dozent(in)	Prof. Dr. Velten
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Beginn im Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Lebensmittellogistik und -management
Lehr- und Lernform/SWS	Mathematik II: Vorlesung, 2 SWS; Gruppengröße unbegrenzt Statistik II: Vorlesung, 2 SWS; Gruppengröße unbegrenzt Statistik II Übungen: Übungen 1 SWS Mathematik II Übungen: Übungen 1 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Abiturkenntnisse Mathematik, Mathematik und Statistik I
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p><u>Mathematik:</u> Die Studierenden verfügen über ein vertieftes Verständnis, mathematische Methoden bei wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen anzuwenden. Nach der Teilnahme sind sie in der Lage, Fragestellungen aus der internationalen Weinwirtschaft mit Hilfe von angemessenen mathematischen Modellen zu beschreiben und zu analysieren. Sie können das erworbene mathematische Fachwissen einsetzen, um ein vertieftes Verständnis für wirtschaftswissenschaftliche Prozesse zu entwickeln.</p> <p><u>Statistik:</u> Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - für komplexe Fragestellung aus der internationalen Weinwirtschaft geeignete statistische Methoden auszuwählen, - Verfahren der beschreibenden und schließenden Statistik eigenständig auf gegebene, umfangreiche Datensätze anzuwenden, - aus Ergebnissen der statistischen Verfahren sinnvolle Aussagen zu den wesentlichen wirtschaftswissenschaftlichen Fragestellungen abzuleiten, - für gegebene Problembeschreibungen oder Datensätze die Eignung statistischer Verfahren und die Vollständigkeit der notwendigen Angaben kritisch zu beurteilen.
Inhalt	<u>Mathematik:</u> Einführung vertiefter mathematischer Methoden anhand wirtschaftswissenschaftlicher Anwendungen:

	<ul style="list-style-type: none"> - vertiefte Programmierung und Problemlösung mit der Computeralgebrasoftware Maxima - Vertiefung multivariate Differenzial- und Integralrechnung - Multivariate Optimierung - Optimierung unter Nebenbedingungen (Lagrange-Optimierung) - Intervallsuchverfahren - mathematische Modellbildung <p><u>Statistik:</u></p> <p>Vertiefte Methoden</p> <ul style="list-style-type: none"> - der Programmierung und Problemlösung mit der Statistiksoftware R - der deskriptiven Statistik (hochdimensionale Daten, Machine learning) - von Versuchsanlagen und deren Auswertung (Randomisierung, Blockbildung, hierarchische Randomisierungsstrukturen, Auswertung mittels linearer Modelle) - statistischer Testverfahren (multivariate Statistik, multiples Testen und Mehrgruppenvergleiche, generalisierte und gemischt linear Modelle)
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleitung: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Elektronische Tafel
Literatur	<p>K. Velten, 2009, Neuauflage 2023: Mathematical Modeling and Simulation, Wiley-VCH.</p> <p>Sydsaeter, Hammond, Strom, Carvajal, Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler: Basiswissen mit Praxisbezug, 5. Auflage, Pearson Studium, 2018</p> <p>M. Günther, K. Velten, Mathematische Modellbildung und Simulation, Wiley-VHC, 2014.</p> <p>Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Modulbezeichnung	Projekt Neue Medien
Lehrveranstaltungen	Projekt Neue Medien
Studiensemester	1. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dipl. Ing. Lönarz
Dozent(in)	Dipl. Ing. Lönarz und Lehrbeauftragte
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	2 SWS Praktikum
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 30 Std; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage aktuelle, digitale Medienformate im Bereich der sozialen Medien team- und projektorientiert (content creation, story telling) zu erstellen.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Social Media und Webpublishing - Multimediaformate (Text, Grafik, Film, Streaming) - datenbankbasierte Onlinesysteme u.a. wCMS - Projektmanagement mit Medienplanung - Storyboard-Grundlagen - Interviewgrundlagen
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Referate/Präsentationen Anwesenheitspflicht: mind. 80%
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Audio/Video/Streamingtechnik, div.
Literatur	-

Modulbezeichnung	Suchtprävention
Lehrveranstaltungen	Suchtprävention
Studiensemester	2. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Strobl
Dozent(in)	Prof. Dr. Strobl
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Suchtprävention: Vorlesung, 2 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 60 Präsenzzeit: 30 Std.; Eigenstudium: 30 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung, Erstellung von Ausarbeitungen und Präsentationen: Gruppenarbeit mit max. 6 Studierenden; Peer Teaching)
ECTS Credits	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Suchtproblematik und die Reaktion auf Suchtauswirkungen auf die eigene Gesundheit die Familie die Mitarbeiter und Untergebenen, speziell in der alkoholproduzierenden Branche. Sie verstehen die Wirkungsmechanismen von Drogen aus psychologischer, physiologischer und medizinischer Sicht, sowie die gesundheitlichen und sozialen Folgen. Die Studierenden sind in der Lage ein Suchtproblem, z.B. Alkoholismus, illegale Drogen, Mediensucht, bei sich oder bei anderen zu erkennen. Sie kennen die therapeutischen Möglichkeiten, die Sucht zu stoppen. Sie kennen die Möglichkeiten der Rückfallprophylaxe. Die Studierenden wissen, wie man mit Süchtigen, deren Familien, Mitarbeitern und Arbeitskollegen (Co-Sucht Problematik) umgeht und Betriebsabläufe ohne die Einnahme von Alkohol gestaltet, sowie Verkostungen vermeiden kann.
Inhalt	Geschichte der Drogen in der Zivilisation, Entwicklung eines Suchtgedächtnisses; Funktionen im Gehirn, Belohnungssysteme, Lernen, Lernen von Drogen, Gewohnheiten, das limbische System, (Endorphine und deren Rezeptoren, Belohnungssysteme), Verhaltensänderungen durch Gewöhnung und Sucht in Bezug auf Drogen und Verhaltens Süchte; Körperliche, geistige und soziale Folgen der Suchtkrankheit; Wege aus der Sucht, Maßnahmen und Präventionen im Alltag, in der Familie und im Betrieb. Eine Übersicht therapeutischer Maßnahmen wird gegeben; Das „Wine in Moderation“ Konzept und ähnliche Kampagnen für den moderaten Alkoholkonsum werden vorgestellt.

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Ausarbeitungen (A) und/oder Referat/Präsentation (R/P) und/oder Klausur (K). Die Prüfungsform wird zu Beginn des Semesters festgelegt
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Vortrag, PowerPoint, Filme, Diskussion
Literatur	Schneider, Ralf: Die Suchtfibel (Schneider Verlag Hohengehren) Wine in Moderation: https://www.wineinmoderation.eu/de/ Don't Drink & Drive: https://www.drinkdriving.org Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA): https://www.bzga.de/was-wir-tun/suchtpraevention/

Modulbeschreibungen

1. Studienjahr

Wahlmodule

Modulbezeichnung	Biologie der Rebe
Lehrveranstaltungen	Biologie der Rebe
Studiensemester	1. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Stoll
Dozent(in)	Prof. Dr. Stoll
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Vorlesung, 2,5 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 37,5 Std.; Eigenstudium: 52,5 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Kenntnisse in Biologie
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die Rebe in die Pflanzensystematik einordnen. - kennen den anatomischen und morphologischen Aufbau der Organe der Rebe - können den vegetativen und generativen Entwicklungszyklus der Rebe beschreiben und biotische (Phytohormone) sowie abiotische Einflüsse (Temperatur, Licht Wasser) auf das Wachstum und die Blüten-/Fruchtbildung beurteilen. - können den Ablauf der Photosynthese wiedergeben und dessen Einflussfaktoren bewerten. Sie kennen die Produkte des primären und sekundären Stoffwechsels.
Inhalt	Allgemeine pflanzliche Zytologie, Histologie und Organlehre Anatomie und Morphologie der Rebe; Aufbau von Spross, Blatt, Wurzel, Blüte und Frucht. Physiologie (Korrelationen, Innere (Phytohormone) und äußere (abiotische) Wachstumsfaktoren (Temperatur, Licht, Wasser). Aufbauender Stoffwechsel (Photosynthese); Syntheseleistungen des primären und sekundären Stoffwechsels.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Vortrag, Power Point, Tafelanschrieb, Videos, Arbeitsblätter
Literatur	Nultsch: Allgemeine Botanik; Thieme Verlag Curre et al: Biologie der Rebe; Meininger Verlag Heß: Allgemeine Botanik, UTB

Module name	Economic, Agricultural and Consumer Politics
Lectures	Economic, Agricultural and Consumer Politics
Study semesters	2 nd semester
Module coordinator	Prof. Dr. Hanf
Lecturer	N.N..
Language	English
Frequency	Summer semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Optional module in degree program International Wine Business Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie
Form of teaching / semester hours per week	Economic, Agricultural and Consumer Politics: lecture, 4 semester-week hours, undefined class size
Student Workload	Total study hours: 120 Course attendance: 60 hours; self-study: 60 hours
ECTS Credits	4
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Economics; World Wine Markets
Module aims / expected learning results	Students: <ul style="list-style-type: none"> - learn the basics of economic policy - learn the basics of consumer policy - understand the struggle between economic policy and consumer protection policy - learn the basics of agricultural policy - learn the ideas and implications of EU wine market regulation - learn the ideas and implications of German and EU consumer protection policies.
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentals of Economic Policy - Principles of agricultural policy - Fundamental principles of consumer protection policy - Objective, structure and instruments of German and EU consumer protection policy - Objective, structure and instruments of agricultural and wine policy - History, status quo and future developments of the EU wine market regulation
Course assignment / Examination / type of Examination	Written exam
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Satisfactory exam results
Calculation of the module grade	Module examination is 100% of the module grade. The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	Powerpoint presentations, blackboard

Literatur	Gaeta, D., Corsinovi, P. (2014). Economics, Governance, and Politics in the Wine Market. European Union Development. New York: Palgrave Macmillan
------------------	---

Module name	Internship Regulations in Annex 3 of the BPPO are legally binding
Lectures	Internship
Study semesters	1 st and 2 nd -semester IWB and IWW (joint module) Seminar: 1 st and 2 nd -semester; Internship in the lecture-free time between the 2 nd and 3 rd semester
Module coordinator	Dipl. Kff. Kottmann
Lecturer	Dipl. Kff. Kottmann
Language	English (preparation seminar and report) English or language of the country (work experience)
Frequency	Upon individual agreement. Recommended in semester break between 2 nd and 3 rd semester.
Duration	Minimum 2 months
Classification by Curriculum	Optional module in degree program International Wine Business Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	1 st semester: preparation seminar (2 hours) 2 nd semester: registration (2 hours) Semester break between 2 nd and 3 rd -semester internship and report Internship: at least 2 months abroad or in Germany, in the field of viticulture and/or vinification.
Student Workload	Preparation seminar and registration: 4 hours Private studies: 20 hours Internship at least 2 months (full time)
ECTS Credits	4
Prerequisites according to assessment regulations	* Regulations in Annex 3 of the BPPO are legally binding.
Recommended prerequisites	n.a.
Module aims / expected learning results	The students <ul style="list-style-type: none"> - gain experience in the field of vineyard and cellar work - are able to link wine business contents of the degree program with practical experiences - know the technical and organizational contexts of the practice - can work in a team - are open to foreign cultures and economic processes - are capable of integration - can summarize gained experience in a report.
Content	On-site: Practical work in a winery (hands-on in vineyard and/or cellar), while adapting to company and country culture norms.
Course assignment / Examination / type of Examination	Module Examination: Internship report (template provided) * Regulations in Annex 3 of the BPPO are legally binding.
Conditions for the achievement of ECTS Credits	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfactory internship report (ME – passed with success) - Certificate of Completion and Testimonial: At the end of the internship, the internship provider shall issue the student with a certificate confirming the student's attendance at the internship workplace and listing the training provided. The certificate shall also state whether the student successfully performed the assigned tasks.

	* Regulations in Annex 3 of the BPPO are legally binding.
Calculation of the module grade	ME – passed with success 100% report The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	n.a.
Literature	n.a.

Modulbeschreibungen

2. Studienjahr

Pflichtmodule

Modulbezeichnung	Business Communication and Technical English
Lehrveranstaltungen	Business Communication Technical English
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Batten
Dozent(in)	Batten; Dr. Bou Nader
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Ü Business Communication: 2 SWS SU Technical English: 2 SWS Blended-Learning-Kurs mit einer Mischung aus den folgenden Elementen: Synchrone Elemente: Diskussionsgruppen in der Klasse und Feedback Tutorials Asynchrone Elemente: Lernmaterialien in Ilias mit regelmäßig zu erledigenden Aufgaben
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 davon in Präsenz: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss von Englisch Communication (1 & 2)
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p>Business English The focus will be on communication in wine industry business situations at B2 level. By the end of the course, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - communicate in office contexts via e-mail/telephone, etc. (B2B or B2C) in order to make enquiries, arrangements, network and deal with complaints or problems in a customer-focused way - present themselves and their professional experience to peers or potential employers with confidence at English-speaking events - communicate orally in a professional and persuasive manner taking specific audience types into account, for example: presenting a company or product range to customers, comparing promotional tools with peers, commenting on branding and sales, strategies, discussing consumer trends - adapt their communication style and language to reflect cultural differences <p>Technical English The focus will be on enabling students to understand viticulture and winemaking in more detail and to be able to communicate on related subjects orally and in writing. Students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - communicate on practical and technical processes relating to viticulture/oenology/winemaking - discuss issues and drawbacks relating to practices/ processes with peers, and justify different approaches

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Students will develop the above-mentioned targeted language and communication skills via a range of speaking, listening, reading and writing tasks delivered via a blended learning approach (flipped classroom with a mix of asynchronous study tasks and synchronous group discussion sessions, and teacher-student tutorials) - Students will receive language 'input' in the form of authentic materials in written/audio or video format, or lecture materials, and will then be asked to demonstrate their understanding of the content through discussion activities and vocabulary building exercises - Students will be expected to demonstrate their ability to comment on materials or summarize concepts and ideas using subject-specific vocabulary - Students will be asked to carry out communication related tasks using the examples given (such as sending a business e-mail, or explaining a cellar process) - Students may be required to work on tasks individually, in pairs and in small groups - Feedback on tasks will be offered in writing, orally or via tests
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Studienleistung</u> 20%: Anwesenheitspflicht mit Regelmäßige und aktive Teilnahme (synchronunterrichte + asynchron Übungen) - <u>Prüfungsleistung</u> 80%: 2 semesterbegleitende Aufträge aus den folgenden Optionen: mündliche Auftrag (bzw. mock interview/ summary/presentation), schriftliche Auftrag (bzw. CV/cover letter/e-mail/written summary or process description), Lese- oder Hörverständnistest - NB. Genaue Anweisungen zu den bewerteten Aufgaben werden zu Beginn des Semesters bekanntgegeben.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistung Regelmäßige und aktive Teilnahme
Bildung der Modulnote	Studienleistung: 20% Semesterbegleitende PL: 80% Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	As a Blended learning course, this course will make use of Stud.IP and Ilias, as well as internet-based audio/visual materials and handouts, and presentation materials. Authentic English language materials will be used from a range of academic and wine-related internet sources.
Literatur	<i>English Grammar in Use</i> by Raymond Murphy Publisher: Klett Sprachen (17 Jun. 2019) Oxford Advanced Learner's Dictionary B2-C2 - Wörterbuch (Festeinband) ISBN: 0194798593

Module name	Digital Business Solutions
Lectures	Information Technology and Platforms E-Business, B2B, B2C, Future Trends
Study semesters	4 th semester
Module coordinator	Dipl. Ing. Kramer
Lecturer	Dipl. Ing. Kramer
Language	English
Frequency	Summer semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Compulsory module in degree programm International Wine Business
Form of teaching / semester hours per week	Information Technology and Platforms: lecture, 2 SWS E-Business, B2B, B2C, Future Trends: lecture, 2 SWS Synchronous: lectures and exercises Asynchronous: group work on case studies from practice
Student Workload	Total study hours: 120 Course attendance: 60 hours; self-study: 60 hours
ECTS Credits	4
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	None
Module aims / expected learning results	Students learn the structure and functioning of virtual marketplaces that are based on digital information and communication technologies. In doing so, they learn about transactions of both physical and digital goods and how demand and supply is being coordinated in digital platforms. After completing the module, students will have a comprehensive theoretical knowledge of the structure and functioning of current and future virtual marketplaces.
Content	In the first part (Information Technology and Platforms) students learn what computers do and how information is captured, stored, displayed, and transmitted. They learn the structure and operation of information technology entities, understand how databases work and how they are integrated into information technology solutions. They also know the different types of networks and topologies that enable digital communication on the Internet. They acquire knowledge on planning, development, implementation, use and ongoing maintenance of information systems. The students are sensitized to the aspects of information security and data protection as well as the handling of personal and confidential data. In the second part (E-business, B2B, B2C, Future Trends), students study the basics of e-business and the digital economy. They learn strategies and procedures pertaining to the implementation of digital business models and the e-commerce solutions B2B (business-to-business) and B2C (business-to-consumer). Special focus is put on enabling disruptive technologies potentially creating new business models.
Course assignment / Examination / type of Examination	Module Examination: written exam, 120 minutes

Conditions for the achievement of ECTS Credits	Successful passing of the written exam
Calculation of the module grade	Module examination is 100% of the module grade. The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	Electronic teaching media (Stud.IP, ILIAS, BBB), presentations as course-related slide sets, case studies, teaching videos
Literature	Kramer, Bitsch, Hanf, The Significance of Blockchain Governance in Agricultural Supply Chains. Sustainable Agricultural Value Chain, ISBN: 978-1-83969-756-2. InTech Open, London, 2021 Kotler, Kartajaya, Setiawan, Marketing 5.0: Technology for Humanity, Wiley, 2021 Thamm, Gramlich, Borek, The Ultimate Data and AI Guide, Data AI GmbH, 2020 Lang, Digital Fluency, Springer, 2021

Modulbezeichnung	Grundlagen der Oenologie
Lehrveranstaltungen	Grundlagen der Technologie des Weines Technologie des Schaumweins
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Christmann
Dozent(in)	Prof. Dr. Christmann; Dr. Schmitt, M.Sc. Pasch
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Grundlagen der Technologie des Weines: Vorlesung, 2 SWS, Gruppen- größe unbegrenzt Technologie des Schaumweins: Vorlesung, 1 SWS, Gruppengröße unbe- grenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 45 Std.; Eigenstudium: 45 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Empfehlung: Introduction to Viticulture and Enology
Modulziele/Angestrebte Lerner- gebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Grundlagen der Weinbereitung von der Traube bis zur Ab- füllung - verstehen alle durchzuführenden Einzelschritte und eingesetzten Techniken bei der Weinbereitung - verstehen die komplexen Zusammenhänge aller Prozesse der Wein- bereitung - können spezielle Verfahren der Weinbereitung zielorientiert anwenden - kennen die rechtlichen Regelwerke bezüglich der Weine und Schaum- weine - kennen die grundlegenden Herstellverfahren zur Schaumweinberei- tung - kennen die verschiedenen schäumenden Weine - können die Verkehrsfähigkeit schäumender Weine beurteilen
Inhalt	<u>Technologie des Weines:</u> Rohstoff Traube, Traubenverarbeitung, Mostbe- handlung, Alkohol- und Säurekorrektur, Gärführung, Weinausbau, Schö- nungs- und Stabilisierungsverfahren, Filtration, Rotweinsbereitung, internati- onale oenologische Verfahren, Roséweinsbereitung, Süßweinsbereitung, bio- logische und biodynamische Weinbereitung, Weintypen. <u>Schaumweinsbereitung:</u> Weinrecht, Grundlagen der Flaschen- und Tankgä- rung, Dosage, Materialien.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen

Bildung der Modulnote	66 % Technologie der Weinbereitung 33 % Technologie des Schaumweins Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Präsenz-Vorlesung, PDF Skripte über StudIP, Live-Online Vorlesung über BigBlueBotton, E-Learning über ILIAS
Literatur	Vorlesungsskript: Troost, G., Rhein, O. H., Bach, H. P. : Technologie der Schaumweinbereitung, Ulmer Verlag; Hamatschek, J. Technologie des Weines, Ulmer Verlag, 2015; Reynolds, A. : Managing Wine Quality, Elsevier, 2019; Ribéreau-Gayon, P. : Handbook of Enology, Wiley, 2006

Modulbezeichnung	Investition, Finanzierung, Steuerlehre
Lehrveranstaltungen	Investition, Finanzierung, Steuerlehre Investition, Finanzierung, Steuerlehre Übungen
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in)	StB Schröder
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Investition, Finanzierung, Steuerlehre: Vorlesung, 3 SWS Investition, Finanzierung, Steuerlehre: Übungen, 1 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaft; Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die gängigen Verfahren der Investitionsrechnung beschreiben und anwenden - können Investitionsprojekte analysieren und beurteilen - können eine Finanzierungsplanung auf Projekt- oder Unternehmens-ebene erläutern und für praxisnahe Anwendungsfälle konstruieren - können das Konzept der Kapitalkosten beschreiben und diese für praxisnahe Anwendungsfälle bestimmen - können die Risiken von Investitionsprojekten bestimmen und beurteilen - können die Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre erklären - können die Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre bei unterschiedlichen Rechtsformen erläutern und für praxisnahe Anwendungsfälle die steuerlichen Rahmenbedingungen analysieren und interpretieren - können die Grundlagen der Ertragsteuern und der Umsatzsteuer wiedergeben und die Steuerbelastung für praxisnahe Anwendungsfälle bestimmen und bewerten
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Verfahren der Investitionsrechnung - Grundlagen der Finanzplanung - Methoden der Unternehmensfinanzierung - Bestimmung von Kapitalkosten - Risikobeurteilung bei Investitionen - Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens - Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre bei unterschiedlichen Rechtsformen - Grundlagen der Ertragsteuern - Grundlagen der Umsatzsteuer

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Stud.IP, Präsentationen, Skript / Handouts / Arbeitsblätter, Fachliteratur
Literatur	Becker, Hans Paul und Peppmeier, Arno (2018): Investition und Finanzierung, 8. Auflage, Springer Gabler. Brealey, Richard A., Myers, Steward C. und Allen, Franklin (2020): Principles of Corporate Finance (International Edition), 13. Auflage, Mc Graw Hill. Busse von Colbe, Walther und Witte, Frank (2018): Investitionstheorie und Investitionsrechnung, 5. Auflage, Springer Gabler.

Modulbezeichnung	Einführung in die Mikrobiologie
Lehrveranstaltungen	Mikrobiologie
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Wendland
Dozent(in)	Prof. Dr. Wendland
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Mikrobiologie: Vorlesung, 4 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Stunden Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen umfassend die Bedeutung von Mikroorganismen im täglichen Leben. Sie können Bakterien- und Pilzorganismen nach genetischen, chemischen, biochemischen oder mikrobiologischen Methoden klassifizieren. Die Studierenden kennen die Bedeutung bakterieller und eukaryontischer Mikroorganismen und ihres allgemeinen Stoffwechsels bei der Herstellung von fermentierten Getränken. Die Studierenden erwerben ein detailliertes Verständnis von <i>Saccharomyces cerevisiae</i> , dem Hauptwirkstoff der Weingärung, sowie von anderen nicht-konventionellen Hefen. Sie können das mikrobiologische Know-how zur Identifizierung von mikrobiellem Verderb übertragen und Produktionsprozesse bewerten und manipulieren, um die Getränkequalität nachhaltig zu sichern und die Aromaproduktion zu steigern.
Inhalt	In der Vorlesung werden Kenntnisse vermittelt, Zusammenhänge dargestellt und praxisnah anhand aktueller Beispiele veranschaulicht. Allgemeine Mikrobiologie: Vorkommen von Mikroben, Taxonomie, Wachstum und Proliferation, Zellwände, Selektion und Kultivierung von Mikroorganismen; Zytologie und Physiologie von Mikroben; Virologie; Biochemie & Stoffwechsel mit Schwerpunkt Fermentation und Aromabildung; Hefemikrobiologie: Hefezellzyklus, Lebenszyklus, Alterung, Organellentransport, Ökologie & Evolution, Fermentationseigenschaften, Crabtree-Effekt. Nichtkonventionelle Hefen und ihre Verwendung in Mischgärungen. Hefezüchtung und Gentechnik.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreiches Bestehen der Klausur
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Powerpoint Präsentationen; Videoclips, Whiteboard

Literatur	Grossmann, Mikrobiologie des Weines, 5. Auflage, Ulmer Verlag Brock, Mikrobiologie; Pearson Biology of Microorganisms on Grapes, in Must and in Wine Helmut König, Gottfried Uden, Jürgen Fröhlich (Eds), Springer
------------------	---

Modulbezeichnung	Marketingprojekt Frankreich
Lehrveranstaltungen	Marketingprojekt Frankreich Marketingprojekt Frankreich Seminar
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dr. Ghvanidze
Dozent(in)	Dr. Ghvanidze
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Marketingprojekt Frankreich: Vorlesung 2 SWS Marketingprojekt Frankreich Seminar: seminaristischer Unterricht 2 SWS, Gruppengröße 35
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Module Grundlagen Marketing, Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierende <ul style="list-style-type: none"> - kennen die wichtigsten wirtschaftlichen, politischen, sozialen und historischen Fakten Frankreichs - kennen die Weinbauregionen und können diese anhand ihrer prägenden Merkmale analysieren, charakterisieren und vergleichen - wissen um die Produktions- und Absatzstrukturen - kennen Institutionen der französischen Weinwirtschaft und rechtliche Rahmenbedingungen - können regionaltypische Produktcharakteristika erkennen und beschreiben - können Status quo der französischen Weine im deutschen Handel darstellen - können Marketingkenntnisse im Projekt vor dem Hintergrund der französischen Weinbranche anwenden
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse der Weinbauregionen nach Erzeugungs- und Absatzstrukturen sowie Produktprofilen und strategischer Entwicklung - Struktur und Entwicklung des französischen Weinmarktes nach Verbrauch, Absatzwegen und Außenhandel - Produktionsstrukturen von Wein, Schaumwein und Spirituosen Institutionen der französischen Weinwirtschaft und rechtliche Rahmenbedingungen - Entwicklung eines teamorientierten Marketingprojektes vor dem Hintergrund der französischen Weinbranche
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur Studienleistung: Referat
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme (Anwesenheitspflicht von 80%).

Bildung der Modulnote	A (67%) und 33% (R/P) Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Power Point, Tafelanschrieb, Verkostung
Literatur	<p>Kotler, P., Keller, K.L. & Bliemel, F. (2007): Marketing-Management – Strategien für wertschaffendes Handeln. 12. Auflage. Pearson Studium, München.</p> <p>Meffert, H. (2000): Marketing. Grundlagen Marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte-Instrumente-Praxisbeispiele. 9. Auflage ed. Wiesbaden: s.n.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (2008): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele. 10. Auflage ed. Wiesbaden: s.n.</p> <p>Ugaglia, A. A., Cardebat, J.M., J. L. (2019): The French Wine Industry</p> <p>Meloni, G., Swinnen, J. (2021): Globalization and political economy of food policies: Insights from planting restrictions in colonial wine markets, in: Applied Economic Perspectives and Policy</p> <p>Anderson, K. (2020): The international economics of wine</p> <p>Alonso Ugaglia, A., Cardebat J. M., Corsi, A. (2019): The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics</p> <p>Pinilla V., Anderson, K., Nelgen, S. (2017): Global wine markets, 1860 to 2016: a statistical compendium</p> <p>Weinwirtschaft Wein und Markt Drinks Business Meininger's Wine Business International</p>

Modulbezeichnung	Marketingprojekt Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa
Lehrveranstaltungen	MP* Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa MP* Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa Seminar
Studiensemester	4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in)	Prof. Dr. Hanf
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	MP* Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa: Vorlesung 2 SWS MP* Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa Seminar: 2 SWS seminaristischer Unterricht, Gruppengröße 35
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Std. Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Marketing Grundlagen; Unternehmensführung, Volkswirtschaftslehre, Weinmärkte der Welt, Wein- und Getränkemarketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen ihr Marketingwissen, - wenden Marketingstrategien, -instrumente und -konzepte an - verfügen über fundierte Kenntnisse über die Struktur und die Entwicklung des Wein- und Getränkemarktes, - kennen das Verbraucherverhalten zu Wein, - kennen die landesspezifischen Rechtsregelungen der Vermarktung alkoholischer Getränke, - kennen die Besonderheiten des Imports und der Absatzkanäle für Wein, Sekt und Spirituosen.
Inhalt	Für die Verbrauchermärkte Belgien, Berlin, Dänemark, Finnland, Großbritannien, Holland, Irland, Island, Luxemburg, Nord-/Ostsee, Norwegen, Schweden: <ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, - Entwicklung und Bedeutung der Getränkewirtschaft, spezielles Steuer- und Wirtschaftsrecht für den Handel mit Wein (u. a. für on- und off – license), - Import- und Absatzkanäle, - Marketing – Mix Konzepte im Groß- und Einzelhandel, sowie in der Gastronomie - Firmenprofile bedeutender Unternehmen.
Studien-/Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Ausarbeitung Studienleistung: Referat/Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme

Bildung der Modulnote	A (67%) und 33% (R/P) Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur	Burmann, C., H. Meffert und M. Kirchgeorg (2007): Marketing, Gabler Albaum, G. und E. Duerr (2008): International Marketing and Export Management, Prentice-Hall. Kotler/Blieml: Marketing-Management Mussnig, W. (2007): Strategien entwickeln und umsetzen: Speziell für kleine und mittelständische Unternehmen, Linde. Die jeweiligen Länder betreffenden Quellen: Euromonitor FIVS Abridge Meiningers Wine Business International

MP* = Marketingprojekt

Modulbezeichnung	Wein- und Getränkemarketing
Lehrveranstaltungen	Wein- und Getränkemarketing
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Loose
Dozent(in)	Prof. Dr. Loose
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Wein- und Getränkemarketing: Vorlesung, 4 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen Marketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> - Kennen die Produktions- und Vertriebsstruktur von Wein und Sekt auf dem deutschen Weinmarkt - Kennen die Bedeutung und Bedingungen des internationalen Weinhandels für den deutschen Markt - Kennen Grundlagen des Verbraucherverhaltens und der Verbrauchersegmentierung bei Wein - Kennen Einstellungen und Verhalten der Verbraucher bei nachhaltigen Produkten - Können Strategien für die Vermarktung von nachhaltigen Produkten (u.a. biologischer und pilzwiderstandsfähiger Wein) ableiten - Kennen die Anforderungen der verschiedenen Vertriebskanäle von Wein und können Absatzentscheidungen treffen - Führen Preiskalkulationen durch auf Basis von Kosteninformationen für verschiedene Absatzkanäle von Wein
Inhalt	In der Vorlesung werden theoretische Grundlagen und aktuelle empirische Forschungsergebnisse zu folgenden Inhalten vermittelt: <ul style="list-style-type: none"> - Produktions- und Vertriebsstruktur für Wein und Getränke in Deutschland, Trends der Marktentwicklung - Verbraucherverhalten bei Wein und Unterschiede zwischen Verbrauchersegmenten - Marketing-Mix-Konzepte im Direktvertrieb, Onlinehandel, Fachhandel, Lebensmittelhandel, in der Gastronomie und beim Export, Anforderungen an Multikanalvertrieb In Übungen werden verschiedene Fähigkeiten vertieft und auf konkrete Praxisbeispiele angewendet: <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung einer Preiskalkulation für Markenwein auf Basis von Fassweinimport

	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung der optimalen Preissetzung für Multikanalvertrieb und Onlinevertrieb - Bewertung der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit für Absatzentscheidungen
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, digitale Tafel, Excel-Kalkulationen, Videointerviews, Videoaufzeichnungen, Expertenvorträge
Literatur	Fachzeitschriften Aktuelle Praxisartikel des Instituts

Modulbezeichnung	Weinbau I
Lehrveranstaltungen	Allgemeiner Weinbau Ökologischer Weinbau
Studiensemester	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Schultz, N.N.
Dozent(in)	Prof. Dr. Schultz, Prof. Dr. Stoll, N.N.
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Beginn im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Vorlesung: Allgemeiner Weinbau: 4,5 SWS Vorlesung: Ökologischer Weinbau: 1,5 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Module: Botanik, Bodenkunde und Pflanzenernährung, Phytomedizin und Rebschutz
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die physiologischen Grundlagen der Qualitätsbildung im Weinbau und können dieses Wissen in Kombination mit Kenntnissen im praktischen Weinbau für die Produktionsziele, auch unter den Aspekten der Nachhaltigkeit nutzen. Die Studierenden kennen alle Aspekte der konventionellen und ökologischen weinbaulichen Produktionsweise. Die Studierenden sind in der Lage weinbauliche Szenarien zu analysieren, zu beurteilen und nachhaltig zu optimieren. Die Studierenden sind in der Lage Rebsorten und Unterlagen zu beschreiben und ihre Charakteristiken in Zusammenhang mit weinbaulichen Produktionsfragen zu beurteilen.
Inhalt	Inhaltsstoffbildung der Rebe, Interaktionen Klima – Sorte – Anbauverfahren, konventionelle und ökologische Produktionsverfahren, Bodenmanagementsysteme, Wasserhaushalt der Rebe, Schnitt- und Erziehungsformen in Hang, Steil- und Flachlagen, Ertragsgesetze, Qualitätsmanagementsysteme, Pflanzfeldvorbereitung und Pflanzung, Grundlagen der Ampelographie, Grundlegende Aspekte eines nachhaltigen Weinbaus
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb (elektronisch und analog)

<p>Literatur</p>	<p>Vogt, E., Schruft, G. 2000: Weinbau, Ulmer, Stuttgart</p> <p>Hoppmann, D., Schaller, K., Stoll, M. 2017. Terroir: Wetter, Klima und Boden im Weinbau. 2 ed. Ulmer, Stuttgart.</p> <p>Müller, E. et al. 2019. Der Winzer 1, Weinbau. Ulmer, Stuttgart.</p> <p>Hoffmann, U., Köpfer, P., Werner, A. 2014: Ökologischer Weinbau, Ulmer Stuttgart</p> <p>Kauer, R., Fader, B. 2015: Praxis des ökologischen Weinbaus, KTBL Schrift 459</p> <p>Iland, P., Dry, P., Proffitt, T., Tyerman, S. 2011: The Grapevine – from the science to the practice of growing vines for wine, Patrick Iland Wine Promotions Pty Ltd</p>
-------------------------	--

Modulbezeichnung	Weinbeurteilung
Lehrveranstaltungen	Weinbeurteilung Weinbeurteilung Übungen
Studiensemester	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Jung
Dozent(in)	Prof. Dr. Jung, Dipl. Ing. Schüssler et. al
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Beginn im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie
Lehr- und Lernform/SWS	Weinbeurteilung: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Weinbeurteilung Übungen: Seminaristischer Unterricht, 1 SWS, Gruppen- größe 30
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 45 Std.; Eigenstudium: 75 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vor- bereitung und Ausarbeitung von Seminaren, Präsentationen u. Handouts)
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Sensorik
Modulziele/Angestrebte Lerner- gebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - erwerben Kenntnisse über die Herkunft, Historie und Herstellungsmethodik nationaler und internationaler Weine - erlernen die systematische und objektivierte Ansprache von nationalen und internationalen Weinen und Weinstylen - können Weine beschreibend analysieren - können Mängel, Fehler und Krankheiten von Weinen erkennen - lernen die Auswirkungen spezifischer Ausbaustile von nationalen und internationalen Weinen auf deren Sensorik kennen - können nationale und internationale Weine sowie Spezialweine und Schaumweine erkennen, beschreiben und bewerten
Inhalt	Beispielhafte Verkostung: Internationale Weiß- und Rotweine, Nationale u. Internationale Schaumweine, Erkennen geographischer Herkünfte, unterschiedliche sensorische Einflüsse durch verschiedene Weinbereitungsverfahren; Spezialweine (Sherry, Port- und Süßweine), Nationale und intern. Prüfschemata, Anwendung der quantitativen deskriptiven Analyse, Weinansprache, Erkennen von Mängel, Fehler und Krankheiten bei Weinen
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Mündliche Prüfung mit Verkostung oder Klausur Studienleistung: Anwesenheitspflicht mit praktischen Tätigkeiten (PT), Ausarbeitungen (A) bzw. Referate und Präsentationen (R/P)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- Studienleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme (mind. 75% Teilnahme)

Bildung der Modulnote	Prüfungsleistung 67% und Studienleistung 33% Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Präsentationssoftware, Tafelanschrieb, FIZZ-Sensoriksoftware und Netbooks, praktische Übungen mit sensorischen Mustern
Literatur	<p>Julius Koch, 1986, Getränkebeurteilung, Ulmer Verlag</p> <p>Gisela Jellinek, 1981, Sensorische Lebensmittelprüfung, Verlag Pattensen</p> <p>Fliedner / Wilhelmi, 1989, Grundlagen u. Prüfverfahren der Lebensmittelsensorik, Behr's Verlag</p> <p>Goetz Hildebrandt, 2008, Geschmackswelten, DLG Verlag</p> <p>Irina Liptay-Reuter, 1998, Sensorische Methoden und ihre statistische Auswertung, ngv-Verlag</p> <p>Morten Meilgaard et al., 1999, Sensory Evaluation Techniques, CRC Press LLC</p> <p>Puckette M., 2015, Wine Folly, the essential guide to wine, Avery Penguin Random House LLC, New York</p> <p>Mengler, H., Kraus, S., 2017, Weine verkosten, Eugen Ulmer Verlag, Stuttgart</p> <p>Lemperle, E., 2007, Weinfehler erkennen, Eugen Ulmer Verlag, Stuttgart</p>

Modulbezeichnung	Wissenschaftliches Arbeiten und Schlüsselqualifikationen „IWW“
Lehrveranstaltungen	Wissenschaftliches Arbeiten IT Arbeitsplatz und Office-Anwendungen Schlüsselqualifikationen
Studiensemester	4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in)	M.Sc. Franßen, Prof. Dr. Hanf, N.N.
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht: Wissenschaftliches Arbeiten 1,5 SWS Übungen (e-learning): IT Arbeitsplatz und Office-Anwendungen; 1,5 SWS Übungen: Schlüsselqualifikationen 1 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden werden nach Abschluss des Moduls <u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens kennen - Methodenkenntnisse und Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten aufweisen - mit der Problematik des Plagiarismus vertraut sein - selbständig wissenschaftliche Literatur zu einem vorgegebenen Thema in Fachdatenbanken etc. recherchieren - die Regeln wissenschaftlichen Zitierens beherrschen und anwenden - Grundlagen der Versuchsplanung, -aufbaus, -auswertung und Dokumentation anwenden - befähigt sein, wissenschaftliche Texte zu erarbeiten und kritisch zu bewerten <u>IT Arbeitsplatz und Office-Anwendungen (E-LEARNING):</u> <ul style="list-style-type: none"> - Umfangreiche Ausarbeitungen mit Textverarbeitungsprogrammen erstellen und verwalten - Grundlagen und weiterführende Möglichkeiten der Tabellenkalkulation kennen und anwenden - Große Datengrundlagen mit Hilfe von Funktionen und Darstellungstools analysieren - Präsentationen mit Hilfe von Präsentationstools erstellen <u>Schlüsselqualifikationen:</u> <ul style="list-style-type: none"> - die Bedeutung von Lernen und Kommunikation für das alltägliche Handeln und Erfolg im Studienverlauf erkennen - Lerntechniken und

	<p>Zeitmanagementtechniken für das Studium anwenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - befähigt sein, Handlungsempfehlungen aus den unterschiedlichen Formen von Lerntypen für das eigene Lernen zu ziehen
Inhalt	<p><u>Wissenschaftliches Arbeiten:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundsätze guter wissenschaftlicher Praxis - Literaturrecherche - Lesetechniken - Aufbau, Struktur und Gestaltung wissenschaftlicher Texte • Zitieren wissenschaftlicher Arbeiten - Zitieren und Belegen von Aussagen im Text; Literaturverzeichnisse - Einführung in zentrale Methoden wissenschaftlichen Denkens (z.B. Induktion, Deduktion, Hermeneutik) und wissenschaftlicher Grundpositionen - Grundlagen experimentellen Arbeitens - Wissenschaftliche Texte schreiben - gute Laborpraxis <p><u>IT Arbeitsplatz und Office-Anwendungen (E-LEARNING):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Textverarbeitung: Formatierung von Schrift, Absatz und Seiten, Anwendung von Inhalts-, Abbildungs-, Tabellen- und Quellenverzeichnissen, komplexer Seitennummerierung - Seriendruck, Dokumentenkontrolle und Publishing • Grundlagen der Dateiverwaltung - Tabellenkalkulation: arithmetische und logische Operationen, relative und absolute Bezüge, Funktionen, Datenauswertung - Präsentationstechnik: Anwendung und Anpassung von Folienvorlagen und Mastern gestalten, Animationen zielgerichtet einsetzen, Grundlagen der Präsentationstechnik und Informationsstrukturierung <p><u>Schlüsselqualifikationen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Lernen und Gedächtnis - Lerntechniken - Motivation und Persönlichkeit - Selbstorganisation und Selbstreflexion, Zeitmanagement - Grundlagen der Kommunikation und Teamarbeit
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	<p>Prüfungsleistung: Klausur (90 min) oder mündliche Prüfung oder Ausarbeitung. Die Prüfungsform wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.</p> <p>Studienleistungen: IT Arbeitsplatz und Office-Anwendungen: Ausarbeitung, Anwesenheit (75%) oder Praktische Tätigkeiten/Übungen. Die Form der Studienleistung wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</p> <p>Schlüsselqualifikationen: Ausarbeitung, Anwesenheit (75%) oder Referate/Präsentationen. Die Form der Studienleistung wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistung
Bildung der Modulnote	<p>Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote.</p> <p>Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.</p>
Medienformen	Vortrag, e-learning, Gruppenarbeit

Literatur	<p>Frank und Sary: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung.</p> <p>Balzert, Schröder und Schäfer: Wissenschaftliches Arbeiten: Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation.</p> <p>Heesen: Wissenschaftliches Arbeiten: Vorlagen und Techniken für das Bachelor-, Master-, und Promotionsstudium.</p> <p>Theisen: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit.</p> <p>Plagiatfrei zum Erfolg. Jeweils die neusten Auflagen</p>
------------------	---

Modulbeschreibungen

2. Studienjahr

Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung	Fachfremdsprache Französisch
Lehrveranstaltungen	Französisch Französisch Übungen
Studiensemester	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r)	B.A. Gledhill-Schmitt
Dozent(in)	Aboub
Sprache	Französisch
Häufigkeit	Beginn im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Alternativ kann eine andere Fachfremdsprache gewählt werden Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Semi-compulsory module in degree program International Wine Business
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht: 3 SWS, Gruppengröße 20 Übungen: 3 SWS, Gruppengröße 20 Synchrone und asynchrone Inhalte
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Niveaustufe A2 des GER
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Anwendung der Fremdsprache sowie der Fachfremdsprache für die berufliche Praxis Erweiterung der Sprachfertigkeit für die berufliche Praxis sowie für ein Auslandssemester
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Fachterminologie - Definieren von berufsrelevanten Fachbegriffen - Vermittlung fach- und landesspezifischer Informationen über das Ziel-land - Lesen und Diskutieren einfacher Fachtexte - Hilfe bei der Erstellung eines Lebenslaufs bei Bedarf - Wiederholung ausgewählter grammatischer Strukturen <p>In diesem Kurs werden die Lese-, Sprech-, Hör- und Schreibfertigkeiten trainiert, die erforderlich sind, um in einem Geschäftsumfeld erfolgreich zu kommunizieren. Außerdem werden nützliche grammatikalische Strukturen aufgefrischt. Eine breite Palette von Geschäfts- und Fachvokabular wird eingeführt.</p> <p>Der Kurs bereitet die Studierenden auf Praktika/Studienaufenthalte im Ausland vor.</p> <p>Die Studierenden üben ihre Präsentationsfähigkeiten in der Zielsprache.</p>

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: semesterbegleitende Prüfung bestehend aus 3 Teilleistungen (2 schriftlich + 1 mündlich); Gewichtung jeweils 1/3. Jede Teilleistung muss bestanden sein. Studienleistung: Präsentation mit Handout Eine Wiederholung ist erst im folgenden Wintersemester möglich. Details werden am Anfang des Semesters bekannt gegeben und in Stud.IP hochgeladen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Bildung der Modulnote	Prüfungsleistung (70%), Studienleistung (30%) Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Kursorganisation: Stud.IP Arbeitsblätter; Podcasts; Lehrvideos; Präsentationen
Literatur	Myriam Huet : « Le vin pour tous » – Editions Dunod - 2016 ISBN : 978-2100754816

Modulbezeichnung	Fachfremdsprache Italienisch
Lehrveranstaltungen	Italienisch Italienisch Übungen
Studiensemester	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r)	M.A. Ceroni
Dozent(in)	M.A. Ceroni
Sprache	Italienisch
Häufigkeit	Beginn im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Alternativ kann eine andere Fachfremdsprache gewählt werden Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Semi-compulsory module in degree program International Wine Business
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht: 3 SWS, Gruppengröße 20 Übungen: 3 SWS, Gruppengröße 20 Synchrone und asynchrone Inhalte
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Niveaustufe A2 des GER
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Anwendung der Fremdsprache sowie der Fachfremdsprache für die berufliche Praxis Erweiterung der Sprachfertigkeit für die berufliche Praxis sowie für ein Auslandssemester
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Fachterminologie - Definieren von berufsrelevanten Fachbegriffen - Vermittlung fach- und landesspezifischer Informationen über das Ziel-land - Lesen und Diskutieren einfacher Fachtexte - Hilfe bei der Erstellung eines Lebenslaufs bei Bedarf - Wiederholung ausgewählter grammatischer Strukturen <p>In diesem Kurs werden die Lese-, Sprech-, Hör- und Schreibfertigkeiten trainiert, die erforderlich sind, um in einem Geschäftsumfeld erfolgreich zu kommunizieren. Außerdem werden nützliche grammatikalische Strukturen aufgefrischt. Eine breite Palette von Geschäfts- und Fachvokabular wird eingeführt.</p> <p>Der Kurs bereitet die Studierenden auf Praktika/Studienaufenthalte im Ausland vor.</p> <p>Die Studierenden üben ihre Präsentationsfähigkeiten in der Zielsprache.</p>

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: semesterbegleitende Prüfung bestehend aus 3 Teilleistungen (2 schriftlich + 1 mündlich); Gewichtung jeweils 1/3. Jede Teilleistung muss bestanden sein. Studienleistung: Präsentation mit Handout Eine Wiederholung ist erst im folgenden Wintersemester möglich. Details werden am Anfang des Semesters bekannt gegeben und in Stud.IP hochgeladen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Bildung der Modulnote	Prüfungsleistung (70%), Studienleistung (30%) Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Kursorganisation: Stud.IP Arbeitsblätter; Podcasts; Lehrvideos; Präsentationen
Literatur	Sicheri, Giuseppe: Il libro completo del vino. De Agostini, 2019 (Signatur: T1964 in der HGU-Hauptbibliothek)

Modulbezeichnung	Fachfremdsprache Spanisch
Lehrveranstaltungen	Spanisch Spanisch Übungen
Studiensemester	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r)	M.A. Ceroni
Dozent(in)	Marin Beltran
Sprache	Spanisch
Häufigkeit	Beginn im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Alternativ kann eine andere Fachfremdsprache gewählt werden Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Semi-compulsory module in degree program International Wine Business
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht: 3 SWS, Gruppengröße 20 Übungen: 3 SWS, Gruppengröße 20 Synchrone und asynchrone Inhalte
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Niveaustufe A2 des GER
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Anwendung der Fremdsprache sowie der Fachfremdsprache für die berufliche Praxis Erweiterung der Sprachfertigkeit für die berufliche Praxis sowie für ein Auslandssemester
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Fachterminologie - Definieren von berufsrelevanten Fachbegriffen - Vermittlung fach- und landesspezifischer Informationen über das Ziel-land - Lesen und Diskutieren einfacher Fachtexte - Hilfe bei der Erstellung eines Lebenslaufs bei Bedarf - Wiederholung ausgewählter grammatischer Strukturen <p>In diesem Kurs werden die Lese-, Sprech-, Hör- und Schreibfertigkeiten trainiert, die erforderlich sind, um in einem Geschäftsumfeld erfolgreich zu kommunizieren. Außerdem werden nützliche grammatikalische Strukturen aufgefrischt. Eine breite Palette von Geschäfts- und Fachvokabular wird eingeführt.</p> <p>Der Kurs bereitet die Studierenden auf Praktika/Studienaufenthalte im Ausland vor.</p> <p>Die Studierenden üben ihre Präsentationsfähigkeiten in der Zielsprache.</p>

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	<p>Prüfungsleistung: semesterbegleitende Prüfung bestehend aus 3 Teilleistungen (2 schriftlich + 1 mündlich); Gewichtung jeweils 1/3. Jede Teilleistung muss bestanden sein. Studienleistung: Präsentation mit Handout Eine Wiederholung ist erst im folgenden Wintersemester möglich. Details werden am Anfang des Semesters bekannt gegeben und in Stud.IP hochgeladen.</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme</p>
Bildung der Modulnote	<p>Prüfungsleistung (70%), Studienleistung (30%) Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.</p>
Medienformen	<p>Kursorganisation: Stud.IP Arbeitsblätter; Podcasts; Lehrvideos; Präsentationen</p>
Literatur	<p>Diccionario de viticultura y enología Manual de viticulture; A Reynier. 2015 Manual de vinificación. Guía práctica para la elaboración de vinos. Consuelo de Lecco 2015 La cata de vinos. Escuela española de vinos. Guía completa para conocer y degustar los vinos. Lluís Manuel Barba, 2012 Manual de cata. Es bueno este vino? Joaquín Parra López, 2011 Guía Peñin de los vinos de españa (2020) Vino, lengua y traducción. Universidad de Valladolid, 2010 Wirtschafts-Spanisch. Manual de lenguaje económico. Johannes Schnitzer</p>

Modulbezeichnung	Konsumenten- und Marktforschung
Lehrveranstaltungen	Grundlagen der Forschungsmethoden Projekt Marktforschung
Studiensemester	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Szolnoki
Dozent(in)	Prof. Dr. Szolnoki
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Beginn jedes Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Grundlagen der Forschungsmethoden: Vorlesung, 2 SWS Projekt Marktforschung: Seminaristischer Unterricht, 2,5 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 67,5 Std.; Eigenstudium: 112,5 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung von Seminaren, Vorbereitung auf die Modulprüfung im 1. Semester und Datenerhebung, Auswertung und Bericht im 2. Semester)
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Wein- und Getränkemarketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Grundlage der Forschungsmethoden:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Erlernen der Grundlagen sowie der Vor- und Nachteile qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden; - Entwerfen von Fragebögen und Fragenkatalogen; - Planung von Forschungsprojekten; - Übung qualitativer und quantitativer Datenanalyse; - Vorbereitung auf Projekt Marktforschung; <u>Projekt Marktforschung:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung der Marktforschungsmethoden; - Entwicklung von Marktforschungen für praktische Problemstellungen; - Einsetzung von uni- und multivariaten Analyseverfahren; - Befähigung zur eigenständigen Umsetzung Kenntnisse der empirischen Marktforschung und Methoden in konkreten Anwendungen; - Erlangen von Kompetenzen empirisch-ausgerichteten wissenschaftlichen Arbeitens sowie theoriegeleiteter Argumentation für eigene Forschungsprojekte; - Soft Skills: Teamarbeit, Argumentations- und Kritikfähigkeit, Organisationsfähigkeit
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Methoden der Marktforschung - Sekundär- und Primärdaten - Datenerhebung und Erfassung - Auswahl von Erhebungseinheiten - Datenanalyse - Qualitative Methoden (Inhaltsanalyse) - Quantitative Methoden (Excel)

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	PL Klausur (3. Semester) SL Ausarbeitung (4. Semester) Anwesenheitspflicht 60%
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistung
Bildung der Modulnote	Die Berechnung der Gesamtnote erfolgt aus 50% Klausur und 50% Ausarbeitung. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Seminarvortrag, Eigenarbeit, Diskussion, PowerPoint, Excel
Literatur	Altobelli, C.F. & Hoffmann, S. (2011), Grundlagen der Marktforschung, UVK. Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P. (2006), Marktforschung, 11. Auflage, Gabler. Malhotra, N.K. & Briks, D. F. (2007), Marketing Research – An applied approach, Pearson Education Limited. Raab-Steiner E & Benesch, M. (2010), Der Fragebogen, Facultas Verlag. Buber, R., Holzmüller, H.H. (2007), Qualitative Marktforschung, Gabler. Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber R. (2006), Multivariate Analysemethoden, Springer.

Modulbezeichnung	Marketingprojekt Südeuropa
Lehrveranstaltungen	Marketingprojekt Südeuropa Marketingprojekt Südeuropa Seminar
Studiensemester	4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dipl. Ing. Mattmüller-Schultz
Dozent(in)	Dipl. Ing. Mattmüller-Schultz, Schwarzwälder et al.
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Marketingprojekt Südeuropa: Vorlesung 2 SWS Marketingprojekt Südeuropa Seminar: Seminaristischer Unterricht; 2 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60; Eigenstudium: 120
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen des Marketings, Weinmärkte der Welt, Wein- und Getränkemarketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen <ul style="list-style-type: none"> - die Weinmärkte Spanien, Portugal, Griechenland bezüglich ihrer Entwicklung, Strukturen sowie ihrer internationalen Bedeutung und auf dem deutschen Markt; - die spezifischen weinrechtlichen Festlegungen mit den Ausprägungen für Wein Stilistik und Vermarktung - die marktrelevanten autochthonen Rebsorten, Weinprofile sowie deren Bedeutung in der Vermarktung <p>Sie können</p> <ul style="list-style-type: none"> - die relevanten Weinprofile beurteilen, in Sortimenten sowie im internationalen Umfeld einordnen; - Marketingaufgabenstellungen im Gruppenteam organisieren, analysieren, bearbeiten, marktgerecht umsetzen und präsentieren.
Inhalt	Spanien, Portugal und Griechenland: Analyse von: <ul style="list-style-type: none"> - Wirtschaft; Entwicklung und Struktur der Weinproduktion, Weinmärkte und des Absatzes. Stellung im internationalen und deutschen Weinmarkt. - Landes- und regionspezifisch: Gesetzliche und eigene Regulierungen, Institutionen und Marketingorganisationen. - Relevante Weinprofile: Geografisch-klimatische sowie önologische Einflussfaktoren, Beurteilung, Einordnung im internationalen Kontext. - Anleitung angewandte Marketingprojekte mit Anwendungsbeispiel und Betreuung.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur Studienleistung Seminar, Marketing Projekt
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistungen, regelmäßige und aktive Teilnahme (80 Prozent)

Bildung der Modulnote	67% Note der Klausur; 33% Note Studienleistung Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Präsentationen, Handouts, Black und White Board
Literatur	Wein & Markt, Weinwirtschaft, Meiningers Wine Business International, Datenbanken

Module name	Sustainability II
Lectures	Sustainability II Sustainability II Seminar
Study semesters	3 rd semester
Module coordinator	Prof. Dr. Wagner
Lecturer	Prof. Dr. Wagner, Maier MBA
Language	English
Frequency	Winter semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in degree program International Wine Business Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Lecture: 2 semester week hours, undefined class size Seminar: 1 semester week hours, class size 30-35
Student Workload	Total study hours: 120 Course attendance: 45 hours; self-study: 75 hours
ECTS Credits	4
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Introduction to Sustainability
Module aims / expected learning results	Students <ul style="list-style-type: none"> - acquire an overview of the definition, concepts, and development of Corporate Social Responsibility (CSR) - understand the interfaces of CSR in the company - obtain a deeper understanding of the strategic instruments and the field of action of CSR - develop an understanding of the way companies communicate about CSR issues - get an insight on how CSR is implemented in practice - gain an insight into how CSR is implemented in professional practice, using current projects, products and strategies as examples - have an insight into the topics, measures and tasks of CSR in the wine sector, in order to improve the sustainability of a wine - know the importance of communication and marketing in the field of sustainability
Content	<ul style="list-style-type: none"> - definition, concepts, and development of Corporate Social Responsibility (CSR) - interfaces of CSR in the company - strategic instruments for CSR - fields of action of CSR - communication of CSR - practical examples of CSR - strategic approach of CSR in the wine industry - evaluate actual current projects, products and/or strategies in the wine industry - evaluation of the social dimension in the wine industries - sustainable communication and marketing – challenges and chances

Course assignment / Examination / type of Examination	Course Assignment: written examination Course Work Assignment: group presentation
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Successful exam scores
Calculation of the module grade	67% written examination, 33% group presentation The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	PowerPoint presentations, blackboard
Literature	Video: What is CSR?

Modulbeschreibungen

2. Studienjahr

Wahlmodule

Modulbezeichnung	Electronic Commerce
Lehrveranstaltungen	Electronic Commerce
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Mehler-Bicher
Dozent(in)	Prof. Dr. Mehler-Bicher
Sprache	Englisch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Optional module in degree program International Wine Business Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Electronic Commerce: seminaristischer Unterricht; 2 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 60 davon in Screencasts 15; Online-Präsenz 15; Eigenstudium: 30
ECTS Credits	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen Marketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> - können Status-Quo und Potenzial des Online Wein- und Getränkemarkts einschätzen und beurteilen - verstehen Geschäftsmodelle und deren Bedeutung für den Wein- und Getränkemarkts - können CRM in B2C und B2B einordnen - kennen die Grundlagen von CRM und Digital Marketing - verstehen die Einordnung von Social Media ins Marketing - kennen neue Technologien wie Augmented und Virtual Reality und deren Einsatzmöglichkeiten im Wein- und Getränkemarkt - können die Nachhaltigkeit IT-basierter Aktivitäten im Wein- und Getränkemarkt beurteilen
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - E-Business und E-Commerce - Grundlagen des E-Commerce - Geschäftsmodelle - CRM - Digital Marketing - AR & VR <p>Jeweils unter Einordnung in den Wein- und Getränkemarkt</p>
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Schriftliche Ausarbeitung (Beschreibung und Beurteilung eines realen Geschäftsmodells im Wein- und Getränkemarkt)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben

Medienformen	Inverted Classroom; Screencasts supplemented by question and practice sessions, Präsentationen
Literatur	Jeweils neueste Auflage Kreuzer: Praxisorientiertes Online-Marketing Fritz: Internet-Marketing und Electronic Commerce; Grundlagen – Rahmenbedingen – Instrumente Heinemann: Der neue Online-Handel

Modulbezeichnung	Fallstudien-Projekt
Lehrveranstaltungen	Fallstudien-Projekt
Studiensemester	4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Loose
Dozent(in)	Prof. Dr. Loose, Prof. Dr. Szolnoki
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Übung, 2 SWS, maximale Gruppengröße: 25 Studierende
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 30 Präsenzzeit: 20 Std. (Vorbereitungsseminar, Fallstudientag, Abschlussseminar und Firmenbesuch); Eigenstudium: 10 Std.
ECTS Credits	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Spezielles Getränkemarketing, Weinmärkte der Welt, Konsumenten- und Marktforschung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Studierende sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> - ein umfangreiches Praxisproblem aus dem Wein- und Getränkemarketing zu analysieren, einen Lösungsvorschlag zu erarbeiten, zu präsentieren und gegen Kritik zu verteidigen und anzupassen. - Erworbenes Wissen im Wein- und Getränkemarketing auf ein Praxisproblem anzuwenden. - unter Zeitdruck umfangreiche zur Verfügung stehende Informationen zu sichten, zu strukturieren und für die Problemlösung zu priorisieren. - in heterogenen Gruppen gemeinsam zu einem Lösungsvorschlag zu kommen und damit einhergehende Konflikte konstruktiv auszutragen. - einen Lösungsvorschlag vor Fachleuten aus der Unternehmenspraxis zu präsentieren, ihren Lösungsansatz zu verteidigen und auf Kritik einzugehen und zu adaptieren. - Mit Unternehmensvertretern der Wein- und Getränkebranche in individuellen Gesprächen professionell zu kommunizieren.
Inhalt	Vorbereitungsseminar: <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Methodik von Fallstudienlösung - Strategien der Lösung von Praxisproblem im Wein- und Getränkemarketing - Effektive Gruppenarbeit unter Zeitdruck - Lösung von Konflikten in Gruppen - Zeit- und Informationsmanagement - Präsentationstraining für die Praxis - Kommunikation mit Unternehmensvertretern und Personalauswahl - Erarbeitung einer Herangehensweise anhand eines vorgegebenen Beispiels als Vorbereitung auf den Fallstudientag Fallstudientag: <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Unternehmensprofil und Praxisproblem

	<ul style="list-style-type: none"> - Lösung einer umfangreichen Praxisfallstudie in Gruppe mit Möglichkeit der Rückfrage bei Unternehmensvertretern - Präsentation der Fallstudienlösung mit Einzelvorträgen - Verteidigung des Lösungsvorschlages vor der Jury - Feedback durch Jury und Küren eines Gewinners - Individuelle Gespräche mit Unternehmensvertretern und Personalverantwortlichen <p>Firmenbesuch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eintägiger Unternehmensbesuch zu einem am Fallstudienseminar teilnehmenden Betrieb - Ausarbeitung eines Gesamtberichtes
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Ausarbeitung eines Vortrages in Fallstudiengruppe, Mündliche Präsentation und Verteidigung der Fallstudienlösung vor der Jury (Hochschullehrer und Unternehmensvertreter)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Seminar: Power Point, Tafelanschrieb, Internet Fallstudientag: Fallstudienausdrucke
Literatur	Pepels, W. (2015) Fallstudien zum Marketing, NWB Verlag. Walsh, G., Deseniss, A., Kilian, T. (2013) Marketing – eine Einführung auf der Grundlage von Case Studies, Springer.

Modulbezeichnung	Große Exkursion
Lehrveranstaltungen	Große Exkursion
Studiensemester	3. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dozentenschaft
Dozent(in)	Dozentenschaft
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Unregelmäßig
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht: Exkursion
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 60 (mind.) 5 Tage Teilnahme an der Exkursion
ECTS Credits	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen regionale und internationale Besonderheiten des Berufsfeldes. - kennen Betriebsstrategien erfolgreicher Betriebe. - können ihr theoretisch erworbenes Wissen auf Beispiele aus der Berufswelt übertragen. - können dieses Wissen bei Entscheidungen im Berufsleben nutzen.
Inhalt	Fachexkursionen mit studiengangsspezifischen Exkursionszielen: <ul style="list-style-type: none"> - Anbauverfahren im Weinbau und oenologische Verfahren im Exkursionsgebiet - typische regionale Produkte, Vermarktungssysteme, spezielle rechtliche Regelungen - Produktionsstätten der Getränkeindustrie
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: aktive Teilnahme an mindestens 5 Ganztagesfachexkursionen und schriftliche Ausarbeitung
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Betriebsbesichtigungen
Literatur	

Modulbezeichnung	Wein - analysieren und bewerten
Lehrveranstaltungen	Wein - analysieren Wein - bewerten
Studiensemester	4. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. May
Dozent(in)	Prof. Dr. May
Sprache	Deutsch/Englisch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Wein - analysieren: Praktikum; 1 SWS; Gruppengröße: max. 12 Wein - bewerten: seminaristischer Unterricht; 1 SWS; Gruppengröße: max. 24
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 60 Präsenzzeit: 30 Std.; Eigenstudium: 30 Std.
ECTS Credits	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an Allgemeine Chemie und Weinchemie
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können mit Hilfe von amtlichen Analysemethoden Weine auf ihre Hauptinhaltsstoffe sowie auf die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen und Übereinstimmung mit Flaschenetikett-Angaben untersuchen. - können die gewonnenen Ergebnisse kritisch hinterfragen. - sind in der Lage aus der Kenntnis der Zusammensetzung des Weines, die Weinqualität zu beurteilen und Rückschlüsse auf die einzelnen Produktionsschritte zu ziehen. - können Untersuchungsergebnisse in geeigneter Weise dokumentieren und präsentieren.
Inhalt	Praktische Übungen zur chemischen und physiko-chemischen Untersuchung von Weinen: rel. Dichte, Gesamtsäure, Alkohol, flüchtige Säure, Restzucker, schweflige Säure, Weinsteinstabilität Berechnung und Umrechnung von Analyseergebnissen; Einordnung der Analyseergebnisse hinsichtlich Weinqualität und Produktionsverfahren; Bewertung der Analyseergebnisse unter Berücksichtigung nationaler und internationaler rechtlicher Vorgaben; Verfassung und Interpretation von Untersuchungsberichten.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Prüfungsleistung: Ausarbeitung (A) und/oder Referate bzw. Präsentation (R/P) Studienleistung: Anwesenheitspflicht mit praktischen Tätigkeiten (PT)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen; Studienleistung: Regelmäßige und aktive Teilnahme (mind. 75%)
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.

Medienformen	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur	Dietrich, Otteneder, Wittkowski: Analytik des Weines

Modulbeschreibungen

3. Studienjahr

Pflichtmodule

Modulbezeichnung	Bachelor-Thesis
Lehrveranstaltungen	Thesis
Studiensemester	6. Semester
Modulverantwortliche(r)	Betreuende Dozentenschaft
Dozent(in)	
Sprache	Deutsch, auf Antrag bei Prüfungsausschuss auch Englisch
Häufigkeit	Jedes Semester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Eigenarbeit und Betreuungsgespräche
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 360
ECTS Credits	12
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Erfolgreicher Abschluss aller Pflichtmodule des 1. Studienjahres; Erfolgreicher Abschluss 5 weiterer Pflichtmodule;
Empfohlene Voraussetzungen	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls <ul style="list-style-type: none"> - Ein Problem aus einem Fachgebiet ihres Studienganges selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden bearbeiten. - Selbstständig wissenschaftlich arbeiten unter Anleitung: Themenstellung, Problemanalyse, Entwicklung von Thesen und Lösungsansätzen. - Projekte entwickeln und festlegen unter Berücksichtigung der gegebenen Zeit. - Ergebnisse auswerten und interpretieren unter Beachtung der Formalien bei der Verfassung von Arbeiten und Veröffentlichungen. - Eine wissenschaftliche Arbeit verfassen und gestalten unter Berücksichtigung der Grundsätze zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis.
Inhalt	Thema der Bachelor-Thesis WOBD und GTBD: Die Bearbeitung der Bachelor-Thesis kann von den Studierenden der dualen Variante im Ausbildungs- / Kooperationsbetrieb erfolgen. Die Inhalte werden in Absprache des betreuenden Dozenten, des Studierenden und dem Ausbildungs- / Kooperationsbetrieb festgelegt.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Bachelor-Thesis
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Bachelor-Thesis
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	
Literatur	Hochschule Geisenheim: Empfehlungen zur Anfertigung von Thesen und Seminararbeiten in Bachelor- und Masterstudiengängen Eigenständiges Literaturstudium

Modulbezeichnung	Berufspraktisches Studium International Regelungen in Anlage 3 der BPPO sind zu beachten*
Lehrveranstaltungen	Berufspraktisches Studium International
Studiensemester	Seminare 3., 4. und 5. Semester Praktikum im Betrieb, i.d.R. in der vorlesungsfreien Zeit;
Modulverantwortliche(r)	Dipl. Ing. Mattmüller-Schultz
Dozent(in)	Dipl. Ing. Mattmüller-Schultz
Sprache	Deutsch, im Praktikum gebräuchliche Landessprache
Häufigkeit	Vorbereitungsseminar beginnt im WS
Dauer in Semestern	-
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Seminare insgesamt 2 SWS Praktikum im Betrieb mindestens 12 Wochen
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 360 Seminar und abschließende Präsentation 30 Praktikum Vollzeit mindestens 12 Wochen
ECTS Credits	12
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	* Regelungen in Anlage 3 der BPPO sind zu beachten
Empfohlene Voraussetzungen	Module der ersten 4 Semester
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können sich fachlich adäquat bewerben - können Fachkenntnisse aus dem Studium in der Berufspraxis im internationalen Umfeld umsetzen und verantwortungsbewusst Projektaufgaben bearbeiten - erwerben Erfahrungen im Berufsfeld - entwickeln Sozialkompetenzen im Umgang mit Vorgesetzten und im Team; üben Selbstorganisation und sind integrationsfähig - sind offen gegenüber internationalen Kulturen und Wirtschaftsabläufen - können gewonnene Erfahrung unter Einsatz geeigneter Medien präsentieren.
Inhalt	Vorbereitungsseminar <ul style="list-style-type: none"> - Bedingungen, Anforderungen, Berichtswesen, Projekte, Angebote und Präsentationen, Brancheneinsicht - Fachlich adäquate Bewerbung - Vor Ort im Praktikum: - Praktisches und kompetentes Arbeiten in Anwendung von (ggf.) Fremdsprachen und theoretischen Vorkenntnissen sowie in einer Form, die den landes- und unternehmensspezifischen Gegebenheiten angepasst ist. - Durchführung zeitlich begrenzter Projekte oder Tätigkeiten
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	* Studienleistung Ausarbeitung und Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	* Regelungen in Anlage 3 der BPPO sind zu beachten

Bildung der Modulnote	<p>Pflichtmodul ohne Benotung</p> <p>Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.</p>
Medienformen	PowerPoint und andere
Literatur	Fachzeitschriften, Wine Business International,

Modulbezeichnung	Kolloquium zur Bachelor-Thesis
Lehrveranstaltungen	Kolloquium zur Bachelor-Thesis
Studiensemester	6. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in)	Dozentenschaft
Sprache	Deutsch, auf Antrag bei Prüfungsausschuss auch Englisch
Häufigkeit	
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränke-technologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Nachweis über den erfolgreichen Abschluss aller weiteren Pflichtmodule und der für die Erreichung von 180 ECTS-Kreditpunkten erforderlichen Wahlpflicht- und Wahlmodule
Empfohlene Voraussetzungen	
Modulziele/Angestrebte Lerner- gebnisse	Die Studierenden kennen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Dokumentierens und der Literaturrecherche. Sie kennen formale Grundlagen und den Aufbau von wissenschaftlichen Arbeiten. Sie können korrekt zitieren und Quellenangaben sowie Literaturverzeichnisse erstellen. Sie sind in der Lage wissenschaftliche Arbeiten zu präsentieren und kritisch zu diskutieren. Die Studierenden kennen die Möglichkeiten zur Publikation und Präsentation wissenschaftlicher Arbeiten. Sie können die wesentlichen Inhalte zusammenfassen und diese mit entsprechenden Techniken sowie Medieneinsatz anschaulich präsentieren. Sie sind in der Lage auf kritisches Hinterfragen kompetent zu reagieren und Ihre Meinung zu vertreten.
Inhalt	Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit und Präsentation. (Literaturrecherche, Aufbau und Gliederung, Material und Methoden, Ergebnisse und deren Diskussion, Zusammenfassung und Publikation) Einsatz von Präsentationstechniken zur Darstellung wissenschaftlicher Ergebnisse
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Medienunterstützte Präsentation einer wissenschaftlichen Arbeit (Thesis) und mündliche Prüfung im Themenumfeld der Thesis
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Mündlicher Vortrag, PowerPoint Präsentation
Literatur	Hochschule Geisenheim: Empfehlungen zur Anfertigung von Thesen und Seminararbeiten in Bachelor- und Masterstudiengängen Eigenständiges Literaturstudium

Modulbeschreibungen

3. Studienjahr

Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung	Alkoholische Getränke
Lehrveranstaltungen	Frucht- und Likörweine Spirituosen Sensorik Alkoholische Getränke
Studiensemester	5. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dr. Steingaß
Dozent(in)	Dr. Steingaß, M.Sc. Schwarz
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Frucht- und Likörweine: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Spirituosen: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Sensorik alkoholische Getränke: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße 24 - 30
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Module Frucht- und Gemüsesäfte; Lebensmittelrecht; Weinchemie; Getränkechemie
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können die im Modul enthaltenen alkoholischen Getränke lebensmittelrechtlich einordnen und differenzieren. Sie wissen Bescheid über charakteristische analytische Eckwerte und sind in der Lage, die notwendigen Rohmaterialien zu bewerten und über deren Eignung zur Produktion zu entscheiden. Sie können alkoholische Getränke verfahrenstechnisch im industriellen Maßstab herstellen und können sensorische Qualitätsunterschiede der Produkte sowohl feststellen als auch nach üblichen Normen beschreiben.
Inhalt	Obst-/Fruchtwein/Obst-/Fruchtschaumwein: Recht, Rohware, Mikrobiologie, Verfahrenstechnik, Sensorik. Likörwein: Recht, Rebsorten, Herstellung, Reifungsverfahren. Weinhaltige Getränke: Recht, Herstellung. Likör: Recht, Rohstoffe, aromatische Halbfabrikate, Herstellung. Spirituosen: Recht, Rohstoffe, Stärketechnologie, biochemische und mikrobiologische Grundlagen, Brennereitechnologie, Untersuchungsmethoden, Brennereierzeugnisse. Sensorik: Schematische und deskriptive Verkostung alkoholischer Getränke, Fehlererkennung und -beschreibung.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur oder mündliche Prüfung Studienleistung: 80% Anwesenheit erforderlich
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistungen

Bildung der Modulnote	<p>Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote.</p> <p>Die Studienleistung ("mit Erfolg teilgenommen") bleibt bei der Notenbildung unberücksichtigt.</p> <p>Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.</p>
Medienformen	Präsentation, Tafelbild, Video
Literatur	<p>Obst-/Fruchtwein/Obst-/Fruchtschaumwein, Likörwein, Weinhaltige Getränke: Spezifische Fachliteratur wird in der Lehrveranstaltung zitiert.</p> <p>Spirituosen: Kolb E. (Editor), Spirituosentechnologie, Behr's Verlag, Hamburg 2002</p> <p>Wüstenfeld H., Haeseler G.: Trinkbranntweine und Liköre. Blackwell Wissenschaftsverlag Berlin, Nachdruck der Ausgabe von 1964</p>

Modulbezeichnung	Beratung und Kommunikation
Lehrveranstaltungen	Beratung und Kommunikation Projekt Beratung und Kommunikation
Studiensemester	5. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Göbel
Dozent(in)	Prof. Dr. Göbel
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Beratung und Kommunikation: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Projekt Beratung und Kommunikation: Praktikum mit Teamstruktur, 2 SWS, Gruppengröße max. 18
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Module Betriebswirtschaft, Grundlagen Marketing
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können die Aufgaben und Grundprinzipien der Beratung einordnen und veranschaulichen. - können die Grundzusammenhänge menschlicher Kommunikation im Hinblick auf erfolgreiche Beratung einschätzen und anwenden - können verschiedene Arbeitsformen der Beratung differenzieren und bewerten - können einen Beratungsprozess und seine Planung entwickeln und steuern - Können Kriterien der Nachhaltigkeit und Ethik in einen Beratungsprozess aufgabenübergreifend integrieren - können Strategien und Methoden der Unternehmensentwicklung innerhalb eines Beratungsprozesses analysieren, entwickeln und präsentieren
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsformen sowie Organisationsmuster der Beratungsarbeit - Kommunikationsmodelle und ihre praktische Bedeutung - Planung und Steuerung eines Beratungsprozesses - Instrumente und Techniken zur Entwicklung und Präsentation eines Beratungsprozesses
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Ausarbeitung oder Klausur oder Präsentation Studienleistung: aktive Teilnahme mit 75% Anwesenheit; Teilnahme an Teamarbeit und Fortschrittsberichte
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistungen

Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint / Tafelanschrieb / Handout / Übungsmaterial / Videokonferenz / Podcast / Exkursion
Literatur	Göbel, R.: Betriebswirtschaft. Erfolgreiche Unternehmensführung im Wein- gut (2021) Lippold, D.: Die Unternehmensberatung (2018) Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung, Band 1 und 2 (2012) Ellebracht, H. et.al.: Systemische Organisations- und Unternehmensbera- tung: Praxishandbuch für Berater und (2018) Auf ergänzende und weiterführende Literatur wird zu Beginn der Lehrveran- staltung hingewiesen.

Modulbezeichnung	Betriebspraxis
Lehrveranstaltungen	Betriebspraxis
Studiensemester	6. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kauer
Dozent(in)	Prof. Dr. Kauer et al.
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 30 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können die rechtlichen Verpflichtungen und Meldenotwendigkeiten im weinbaulichen Betriebsablauf erläutern und umsetzen. Sie kennen die zuständigen Dienststellen, Meldeformulare und -termine. Sie wissen um die steuerrechtlichen Fragestellungen im Betriebsablauf (Abgrenzung Landwirtschaft/Gewerbe); Die Studierenden können die Agrar-Förderprogramme der Bundesländer abrufen. Sie erarbeiten die Hilfsmittel zur betrieblichen Dokumentation (Meldewesen, Schlagkarteien, Pachtverträge, Verpackungsverordnung usw.) und kennen deren Einsatzmöglichkeiten. Die Studierenden können das Personalwesen (Aushilfskräfte, Fest AK, Mindestlohn, Kurzarbeit) organisieren und die steuerlichen Hintergründe bewerten
Inhalt	Steuerliche Belange der Sozialversicherung, der Abgrenzung Land-Forstwirtschaft / Gewerbe, der Unternehmensnachfolge; Kreditwesen; Verbrauchssteuern. Anbauregelungen im Rahmen der Weinmarktordnung, Förderprogramme, Betriebsdokumentation (Schlagkarteisysteme); Pachtwesen; Berufsgenossenschaft; versicherungsrechtliche Fragen; Personalwirtschaft (Aushilfskräfte, Fest AK, Mindestlohn, Kurzarbeit) Planung von Arbeitsabläufen innerhalb der weinbaulichen Außenwirtschaft und Erwerb von Führungskompetenzen
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Referat/Präsentation Anwesenheitspflicht: 75 %
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.

Medienformen	Vortrag und Präsentation, Arbeitsblätter, Softwaredemonstration
Literatur	Aktuelle Gesetze und Verordnungen, KTBL Datensammlung

Modulbezeichnung	Businessplan
Lehrveranstaltungen	Businessplan
Studiensemester	6. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in)	Prof. Dr. Kurth
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht, 4 SWS, Gruppengröße max. 15
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaft; Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung; Investition, Finanzierung, Steuerlehre; Unternehmensplanspiel
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über praktische Erfahrung in der Führung und Koordination von Teams sowie im Projektmanagement - können den strukturellen Aufbau eines Businessplans erläutern - können die Systematik der Markt- und Wettbewerbsanalyse darlegen und diese auf ein praxisnahes Fallbeispiel anwenden - können die Kriterien für ein stimmiges Marketingkonzept kategorisieren und für ein praxisnahes Fallbeispiel einen konsistenten Marketingplan entwerfen - können die erforderlichen operativen Prozesse in der Weinwirtschaft erläutern und für ein praxisnahes Fallbeispiel entwickeln. - können den Aufbau eines vollständigen Finanzplans erklären sowie einen integrierten und stimmigen Finanzplan für ein praxisnahes Fallbeispiel aufstellen sowie evaluieren - können einen vollständigen und stimmigen Businessplan erstellen und beurteilen
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Projektkonzeption und -darstellung - Sammlung und Aufbereitung betrieblicher Informationsquellen - Zielbildung und Operationalisierung von Zielen im Team - Bearbeitung einer Case Study aus dem Weinsektor - Erstellung eines vollständigen Businessplans - Erarbeitung eines marktfähigen Konzepts - Durchführung einer Markt- und Wettbewerbsanalyse - Erstellung eines zielgerichteten Marketingkonzepts - Planung der operativen Prozesse in der Weinwirtschaft - Erstellung eines mehrjährigen Finanzplans - Bestimmung des zukünftigen Investitionsbedarfs - Erarbeitung und Bewertung von Finanzierungsmodellen - Beurteilung der nachhaltigen Tragfähigkeit des Geschäftsmodells - Erarbeitung und Bewertung des Risikos

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Referat / Präsentation und Ausarbeitung Anwesenheitspflicht (80%)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Anwesenheitspflicht mind. 80%
Bildung der Modulnote	50% Referat / Präsentation 50% Ausarbeitung Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Stud.IP, Präsentationen, Handouts/ Arbeitsblätter, Fachliteratur
Literatur	Allgemeine Literatur: Becker, Arno et al. (2017), KTBL-Datensammlung Weinbau und Kellerwirtschaft, Hrsg. Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft e.V. (KTBL), 16. Auflage. Brealey, Richard A., Myers, Steward C. und Allen, Franklin (2020): Principles of Corporate Finance (International Edition), 13. Auflage, Mc Graw Hill. Nagl, Anna (2020), Der Businessplan, 10. Auflage, Springer Ottersbach, Jörg (2012), Der Businessplan, 2. Auflage, dtv Beck Wheelen, Thomas L. (2015), Strategic Management and Business Policy, 14. Auflage (global edition), Pearson

Module name	Digitalisation in the Wine Industry
Lectures	Digitalisation in the Wine Industry
Study semester	6 th semester
Module coordinator	Prof. Dr. Loose
Lecturer	Prof. Dr. Loose
Language	English
Frequency	Summer semester
Duration	1 semester
Classification by curriculum	Semi-compulsory module in degree program International Wine Business Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Class type: seminar, 3 SWS; maximum class size: 25
Student Workload	Total study hours: 120 Course attendance: 45 hours; self-study: 75 hours
ECTS Credits	4
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Basic knowledge in viticulture and oenology, wine business operations and processes, supply chains in the wine industry, and wine marketing
Module aims / expected learning results	The students <ul style="list-style-type: none"> - gain a basic understanding of the different modes of digitalisation in viticulture, oenology, wine business and operations, marketing and international trade - have an understanding of the information flow along the supply chain from viticulture, to cellar operations, quality control, trade, to the final consumer - understand the importance of information standards for efficient information flow along the supply chain and data quality - understand strategies and operations in digital marketing - gain insights into current developments in e-commerce and social media for wine - understand the implications from the availability of big data from digitalization for wine market research - can critically assess the suitability of various digitalization strategies and trends for different wine business sizes - understand the public policy effect of digitalisation on market structure of wine producers
Content	<ul style="list-style-type: none"> - digitalisation in viticulture and wine production - digitalisation of wine business operations and processes - information standards and supply chains - cost and benefit of digitalisation and impact on industry structure - E-Commerce, Social Media, Digital Marketing
Course assignment / Examination / type of Examination	Module Examination: seminar thesis and presentation
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Satisfactory results for written thesis and oral presentation

Calculation of the module grade	<p>Written seminar thesis (60%)</p> <p>Presentation (40%)</p> <p>The applicable grading system and the calculation of the overall grade is described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.</p>
Media	<p>Readings, Discussion, Machine Demonstration, Expert Interviews and Presentations by Video</p>
Literature	<p>Matlese, Alessandro, et al. (2015) "Intercomparison of UAV, aircraft and satellite remote sensing platforms for precision viticulture." <i>Remote Sensing</i> 7.3, 2971-2990.</p> <p>Matlese, Alessandro, and Salvatore Filippo Di Gennaro (2015). "Technology in precision viticulture: A state of the art review." <i>Int. J. Wine Res</i> 7, 69-81.</p> <p>Galati, Antonino, et al. (2021) "Exploring the common blockchain adoption enablers: the case of three Italian wineries." <i>International Journal of Wine Business Research</i>.</p> <p>Linsner, S., Kuntke, F., Steinbrink, E., Franken, J., & Reuter, C. (2021). The Role of Privacy in Digitalization-Analyzing Perspectives of German Farmers. <i>Proc. Priv. Enhancing Technol.</i>, 2021(3), 334-350.</p> <p>Szolnoki, G., Thach, L. and Kolb, D. (2016) <i>Successful Social Media and Ecommerce Strategies in the Wine Industry</i>, Springer</p> <p>Ingrassia, M., Altamore, L., Bacarella, S., Columba, P., & Chironi, S. (2020). The Wine Influencers: Exploring a New Communication Model of Open Innovation for Wine Producers. <i>Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity</i>, 6(4), 165.</p> <p>Fiore, Mariantonietta, et al. (2016) "Social media and societal marketing: a path for a better wine?" <i>Journal of Promotion Management</i> 22.2: 268-279.</p> <p>Culley, Briannan, et al. (2017) "Digital Marketing Plan: Naked Wines Australia." <i>Newcastle Business School Student Journal</i> 1.1 68-89.</p>

Module name	Marketing Project Central and Eastern Europe
Lectures	Marketing Project Central and Eastern Europe Marketing Project Central and Eastern Europe Seminar
Study semesters	6 th semester
Module coordinator	Dr. Ghvanidze
Lecturer	Dr. Ghvanidze
Language	English
Frequency	Summer semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Semi-compulsory module in degree program International Wine Business
Form of teaching / semester hours per week	Marketing project Central Europe and Eastern Europe; lectures, 2 semester week hours Marketing project Central Europe and Eastern Europe Seminar: seminar lessons, 2 semester week hours; class size: 25
Student Workload	Total study hours: 180 Course attendance: 60 hours; self-study: 120 hours
ECTS Credits	6
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Marketing Basics, Business Management; Wine and Beverage Marketing, Economics, World Wine Markets
Module aims / expected learning results	The students <ul style="list-style-type: none"> - deepen knowledge in marketing concepts and strategies - are introduced into transformation economics - have in-depth knowledge of the structure and development of the beverage market, - know the consumer behavior to wine, - are aware of the country-specific legislation on the marketing of alcoholic drinks, - know the characteristics of the import and sales channels for wine, champagne and spirits.
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Transformation Process and Economics - Internationalization - Aimed at the countries: Hungary, Slovenia, Romania, Bulgaria, Croatia, Moldova, Ukraine, Kosovo, Macedonia, Georgia, Armenia, Russia - Social and economic structures - Development and importance of the beverage industry and the beverage market - Country-specific wine and business law - Structure and development of the respective wine market according to consumption, sales channels and foreign trade - Production structure for wine, champagne, liqueurs and spirits - The respective wine-growing regions by producer structure, sales structure, special wine laws and product profiles Asia
Course assignment / Examination / type of Examination	1 course assignment: preparation (CWA) 1 examination performance (group project with presentation)

Conditions for the achievement of ECTS Credits	At least satisfactory exam results Regular and active participation; At least satisfactory results in E and CWA. Regular and active participation; compulsory attendance (CA min. 80%)
Calculation of the module grade	E = 67% / CWA = 33% The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	PowerPoint presentations, blackboard, tastings, variety of other modern media like videos.
Literature	<p>Burmann, C., H. Meffert und M. Kirchgeorg (2012): Marketing, Gabler</p> <p>Cook, T. A., R. Alston und K. Raia (2012): Mastering Import & Export Management, Amacom.</p> <p>Albaum, G. (2016): International Marketing and Export Management, Prentice-Hall.</p> <p>Paul, J. und R. Aserkar (2016): Export Import Management, Oxford</p> <p>Ringle, G. (1986): Exportmarketing, Gabler</p> <p>Heveroch, P. (2007): Konsumenten-Ethnozentrismus, VDM</p> <p>Johnson, H. und J. Robinson (2019): World Atlas of Wine, Mitchell Beazley. sowie die jeweiligen Länder betreffenden Quellen:</p> <p>Parker, P. M. (2007): The 2007 (teilweise 2009) Import and Export Market for Wine Made from Fresh Grapes or Grape Must in COUNTRY, Icon.</p> <p>Anderson, K., and Wittwer, G. (2017). The UK and global wine markets by 2025, and implications of Brexit. Journal of Wine Economics, 12(3), 221–251.</p> <p>Anderson, K., and Wittwer, G. (2018). Projecting global wine markets to 2025. In K. Anderson, K. and Pinilla V. (eds.), Wine Globalization, A New Comparative History, 493–516. Cambridge: Cambridge University Press.</p> <p>Anderson, K. (2020): The international economics of wine</p> <p>Alonso Ugaglia, A., Cardebat J. M., Corsi, A. (2019): The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics</p> <p>Pinilla V., Anderson, K., Nelgen, S. (2017): Global wine markets, 1860 to 2016: a statistical compendium</p> <p>Drinks Business</p> <p>Meiningers Wine Business International</p>

Module name	Marketing Project Asia
Lectures	Marketing Project Asia Marketing Project Asia Seminar
Study semesters	5 th semester
Module coordinator	Prof. Dr. Hanf
Lecturer	Prof. Dr. Hanf, Winter
Language	English
Frequency	Winter semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in degree program International Wine Business Wahlpflicht Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Marketing Project Asia, 2 SWS lecture Marketing Project Asia Seminar; 2 SWS seminar lessons, class size 35
Student Workload	Total study hours: 180 Course attendance: 60 hours; self-study: 120 hours
ECTS Credits	6
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Marketing Basics, Business Management, Beverage Marketing, Economics, World Wine Markets
Module aims / expected learning results	The students have in-depth knowledge of the structure and development of the beverage market, <ul style="list-style-type: none"> - know the consumer behavior to wine, - are aware of the country-specific legislation on the marketing of alcoholic drinks, - know the characteristics of the import and sales channels for wine, champagne and spirits. - deepen marketing concepts and strategies - are introduced into transformation economics
Content	For the countries of Japan, China, Taiwan, South Korea, Taiwan and other Asian countries; <ul style="list-style-type: none"> - deepen and apply marketing concepts and tools, - social and economic conditions, - the development and importance of the beverage industry, the specific tax and commercial law for the wine trade (including on- and off-license), - import and distribution channels, - marketing-mix concepts in the wholesale and retail trade, as well as in gastronomy - company profiles of major companies.
Course assignment / Examination / type of Examination	Module Examination: Written exam or oral exam or paper. The type of examination will be announced at the beginning of the semester. Course Work Assignment: Presentation
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Satisfactory exam results Regular and active participation; compulsory attendance

Calculation of the module grade	E = 67% / CWA = 33% The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	PowerPoint presentations, blackboard
Literature	Meiningers Wine business International, Euromonitor, FIVS Abridge

Modulbezeichnung	Marketingprojekt Italien
Lehrveranstaltungen	Marketingprojekt Italien Marketingprojekt Italien Seminar
Studiensemester	5. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dr. Pilz
Dozent(in)	Dr. Pilz
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Marketingprojekt Italien: Vorlesung; 2 SWS Marketingprojekt Italien Seminar: seminaristischer Unterricht; 2 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen Marketing, Weinmärkte der Welt, Wein- und Getränkemarketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die landesspezifischen Zusammenhänge zwischen Gesellschaft, Historie, Rechtssystem, insbesondere Weinrecht, Produktions- und Absatzstrukturen, - können die Weine der verschiedenen Regionen beschreiben und bewerten, - beherrschen die weinrechtlichen Festlegungen und ihre Auswirkungen auf die Produktprofile
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Strukturen Italiens, der Schweiz und Österreich - Entwicklung und Bedeutung der Getränkewirtschaft und des Getränkemarktes in Italien der Schweiz und Österreich - Wein- und Wirtschaftsrecht, - Struktur und Entwicklung der Weinmärkte nach Verbrauch, Absatzwegen und Außenhandel - Produktionsstruktur für Wein, Sekt, Likörweine und Spirituosen - Die jeweiligen Weinbauregionen nach Erzeugerstruktur, Absatzstruktur, besonderem Weinrecht und Produktprofilen - Institutionen der Weinwirtschaft
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur Studienleistung: Ausarbeitung oder Referat/Präsentation (Seminar)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistungen, regelmäßige und aktive Teilnahme (80 Prozent)
Bildung der Modulnote	67% Note der Klausur; 33% Note Seminar Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint, Handouts, Black und White Board

Literatur	Die jeweiligen Länder betreffenden Quellen: Parker, P. M. (2007): The 2007 (teilweise 2009) Import and Export Market for Wine Made from Fresh Grapes or Grape Must in COUNTRY, Icon. Meiningers Wine Business International Weinwirtschaft,
------------------	---

Module name	Marketing Project "New World"
Lectures	Marketing Project "New World" Marketing Project "New World" Seminar
Study semesters	5 th semester
Module coordinator	Dipl. Kff. Kottmann, Prof. Dr. Hanf
Lecturer	Dipl. Kff. Kottmann, Prof. Dr. Hanf
Language	English
Frequency	Winter semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in degree program International Wine Business Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Marketing Project "New World": 2 SWS lecture; Marketing Project "New World" Seminar: 2 SWS seminar lessons; Class size: 35
Student Workload	Total study hours: 180 Course attendance: 60 hours; self-study: 120 hours
ECTS Credits	6
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Marketing Basics, Consumer Markets, Beverage Marketing, Corporate Management, Economics, World Wine Markets
Module aims / expected learning results	Students <ul style="list-style-type: none"> - deepen and apply marketing concepts and tools, - know the country-specific connections between society, history, its legal system (in particular wine law), production and sales structures, - can describe and evaluate wines of the different regions, are familiar with the wine legislation and its effects on the product profiles.
Content	For the countries: Argentina, Australia, Chile, Canada, New Zealand, South Africa, USA (as well as other selected wine-growing countries of Central and South America): <ul style="list-style-type: none"> - Social and economic structures - Development and importance of the beverage industry and the beverage market - Country-specific wine and business law - Structure and development of the respective wine market according to consumption, sales channels and foreign trade - Production structure for wine, champagne, liqueurs and spirits - The respective wine regions by producer structure, - Structure of the vineyard, special wine law and product profiles - Institutions of the wine industry
Course assignment / Examination / type of Examination	Course Assignment: Written exam or oral exam or paper. The type of examination will be announced at the beginning of the semester. Course Work Assignment: presentation
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Satisfactory exam results Regular and active participation

Calculation of the module grade	67% course examination, 33% Course work assignment during semester The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	Powerpoint presentations, blackboard
Literature	Meiningers Wine business International, Euromonitor, FIVS Abridge

Module name	Project Sparkling Wine Production
Lectures	Special Technology of Sparkling Wine Practical Strategies for Sparkling Wine Production
Study semesters	5 th and 6 th semester
Module coordinator	Dr. Schmitt
Lecturer	Dr. Schmitt, Dr. Ghvanidze
Language	English
Frequency	Start every winter semester
Duration	2 semester
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in degree programm International Wine Business Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Lecture 2 SWS, Project Work 2 SWS
Student Workload	Total study hours: 120 Course attendance: 60 hours; self-study: 60 hours
ECTS Credits	4
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Grundlagen der Oenologie (IWW) / Enology Basics (IWB)
Module aims / expected learning results	Students: <ul style="list-style-type: none"> - get an insight in the practical sparkling wine production - they know the critical steps during the production of wines suitable for later sparkling wine production, - learn how to select and evaluate base wines suitable for sparkling wine production according to different quality parameters - they learn the targeted production of wine according to that requirements - Produce tirage liqueur and dosage d'expédition and add it - They know about the targeted production of different sparkling wine styles according to different production methods. - Besides the enological/technical content students: <ul style="list-style-type: none"> - gain in-depth knowledge of the global trade balance of sparkling wine - gain a deep understanding of the sparkling wine countries that are important in terms of production and consumption - gain in-depth understanding of the pricing and marketing strategies of national and international sparkling wines on the German market - gain knowledge of the important aspects of base wine procurement for sparkling wine
Content	<ul style="list-style-type: none"> - Quality parameters of wines suitable for sparkling wine production, Fermentation under pressure in closed containers - pure yeast - CO₂ Dosage - Interventions which influence the style and quality of sparkling wines - Presentation of the export, import, production and distribution structure, and the trends in relation to the production and consumer behavior of the important sparkling wine producing and consuming countries, - Analysis of the pricing and marketing strategy of sparkling wines on the German market

Course assignment / Examination/ type of Examination	Module Examination: PL: Lecture: oral examination SL: Project sparkling wine: attendance mandatory during practical work (75%)
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Successful exam scores and attendance of practical work
Calculation of the module grade	Module grade: 100% oral examination The applicable grading system and the calculation of the overall grade is described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	PowerPoint, Blackboard, Handouts
Literature	Riberau-Gayon et al. Handbook of enology Handbook of Enology Volume 1 The Microbiology of Wine and Vinifications 2nd Edition Handbook, Reynolds Wine Science, 3rd ed.

Modulbezeichnung	Projekt Strategische Planung
Lehrveranstaltungen	Projekt Strategische Planung Projekt Strategische Planung Praktikum
Studiensemester	5. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Göbel
Dozent(in)	Prof. Dr. Göbel
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Projekt Strategische Planung: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Projekt Strategische Planung Praktikum: Praktikum mit Teamstruktur, 2 SWS, Gruppengröße max. 18
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Module Betriebswirtschaft, Grundlagen Marketing; Grundlagen Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können Elemente der strategischen Unternehmensführung einordnen und abgrenzen - kennen Projektstruktur in Vorhaben der strategischen Unternehmensentwicklung - können projektbezogen strategische Instrumente auswählen und entwickeln - können im Team Strategiekonzepte beurteilen und implementieren - können Bedingungen nachhaltiger Unternehmensführung in einen Strategieentwicklungsprozess integrieren - können Teamkonzepte zusammenfassend veranschaulichen und bewerten
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Instrumente des strategischen Managements - Perspektiven der strategischen Unternehmensführung - Projektbezogene Vertiefung strategischer Instrumente - Planung und Durchführung von Strategieentwicklungsprozessen
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Ausarbeitung oder Klausur oder Präsentation Studienleistung: Teilnahme an Teamarbeit; 75% Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistung

Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint / Tafelanschrieb / Handout / Übungsmaterial / Videokonferenz / Podcast / Exkursion
Literatur	Haburka, M./Richter, A./Wolff, E./Göbel, R.: Das Differenzierungs- und das Profilierungsspiel (2018) Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen (2011) Welge, M. K./Al-Laham, A.: Strategisches Management (2012) Scheibeler, A.: Balanced Scorecard für KMU (2013) Ringle, T.: Strategische identitätsorientierte Markenführung (2006) Auf ergänzende und weiterführende Literatur wird zu Beginn der Lehrveranstaltung hingewiesen.

Modulbezeichnung	Qualitätsmanagement
Lehrveranstaltungen	Qualitätsmanagement
Studiensemester	5. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Lindemann
Dozent(in)	Prof. Dr. Lindemann, Kaiser
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Qualitätsmanagement: seminaristischer Unterricht, 3 SWS, Gruppengröße 25
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 45 Std.; Eigenstudium: 45 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können mit Texten, insbesondere Normen und Gesetzestexten umgehen. Sie können die Forderungen von Normen in betriebliche Maßnahmen umsetzen. Sie verfügen über Erfahrungen in Projektarbeit in Gruppen.
Inhalt	Normenfamilie ISO 9001, ISO 22000, IFS, EU Verordnungen 178, 852
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur (K) Anwesenheitspflicht 75% seminaristischer Unterricht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	PowerPoint
Literatur	Skript „Qualitätsmanagementsysteme und Interne Audits“ der Deutschen Gesellschaft für Qualität in der jeweils aktuellen Ausgabe

Modulbezeichnung	Umwelt und Ressourcen
Lehrveranstaltungen	Nachhaltige Bewirtschaftung Planetare Grenzen Umweltmanagementsysteme Seminar Umwelt und Ressourcen
Studiensemester	5./7. Semester „Gartenbau“ 5. Semester „Internationale Weinwirtschaft“
Modulverantwortliche(r)	Dipl. Ing. Agr. Kaim
Dozent(in)	Dipl. Ing. Agr. Kaim, Dr. Freund, Prof. Dr. Kammann, Prof. Dr. Wagner
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Gartenbau Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Nachhaltige Bewirtschaftung: Seminaristischer Unterricht, 1,5 SWS Planetare Grenzen: Seminaristischer Unterricht, 1,5 SWS Umweltmanagementsysteme: Seminaristischer Unterricht, 0,5 SWS Seminar Umwelt und Ressourcen: Seminar, 2,5 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden werden nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> - ein Verständnis über die Charakteristika von Umweltgütern haben. - ein Verständnis für Nachhaltigkeit entwickeln und Kriterien für nachhaltige Entwicklungen kennen, bewerten und einordnen können. - umweltpolitische Handlungsprinzipien und deren Instrumente kennen und beurteilen können. - einen Überblick über Methoden zur Bewertung von Nachhaltigkeit in Produktions- und Handelssystemen erwerben und deren Anwendungsproblematiken kennen. - ein faktenbasiertes Grundverständnis der Funktionsweise des Erdklimasystems und der daraus resultierenden planetaren Grenzen erworben haben, als Voraussetzung und Notwendigkeit für nachhaltige Entwicklung. - Kenntnisse zur Entstehung, dem Abbau und der Verweildauer von Treibhausgasen im Zusammenhang mit der Produktion und Vermarktung von Sonderkulturen haben. - die Nutzung gängiger Berechnungsverfahren und Maßzahlen für die Berechnung von Öko u. CO₂-Bilanzen (z.B. GWP) verstehen und beherrschen. - einen Überblick über Umweltinformationssysteme erwerben und deren Anwendungsproblematik kennen. - die wesentlichen Merkmale von Umwelt-Management-Systemen kennen und die Möglichkeiten der Integration des Umweltmanagements in unternehmerische Managementsysteme erwerben.

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Charakteristika von Umweltgütern - Experimente zur Bereitstellung öffentlicher Güter - Begriff der Nachhaltigkeit, 3-Säulen-Theorie - Kriterien für eine nachhaltige Entwicklung - Nachhaltige Entwicklungsziele der United Nations - Methoden und Verfahren zur Bewertung von ausgewählten Produktionssystemen im Kontext einer nachhaltigen Wirtschaftsweise entlang der Wertschöpfungskette - Ökobilanzen, Input-Output-Analysen, Lebenszyklusanalysen, CO₂-Fußabdruck - Verfügbarkeiten von relevanten Ressourcen für Produktion und Handel (Energie, Wasser, Luft, Boden, ...) - Handlungsprinzipien und Instrumente der Umweltpolitik - Ursachen von Umweltproblemen - Fairer Handel - Funktionsweise Erd-Klimasystem und Herausforderung Klimawandel - Planetare Grenzen und planetare Leitplanken: Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung - Nicht-CO₂-Treibhausgasentstehung bei Sonderkulturen, Global Warming Potential (GWP) - Relevante Umweltaspekte im Rahmen eines Umweltmanagementsystems - Aufbau von Umweltmanagementsystemen nach EMAS / ISO 14001 + Integration von Umweltmanagement-systemen als Managementaufgabe zur Betriebsführung
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	<p>Prüfungsleistung: Klausur</p> <p>Studienleistung: Referate/Präsentationen (R/P)</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungs- und Studienleistung;
Bildung der Modulnote	<p>Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote.</p> <p>Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.</p>
Medienformen	Elektronische Medien, Tafelanschrieb, Fallbeispiele, Filme
Literatur	Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Modulbezeichnung	Unternehmensplanspiel
Lehrveranstaltungen	Unternehmensplanspiel
Studiensemester	5. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in)	Prof. Dr. Kurth
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Seminaristischer Unterricht, 4 SWS, Gruppengröße max. 15
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaft; Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung; Investition, Finanzierung, Steuerlehre
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über praktische Erfahrung in der Führung und Koordination von Teams sowie im Projektmanagement - kennen die Grundlagen der wertorientierten und nachhaltigen Unternehmensführung - können eine Unternehmensanalyse und Kennzahlenanalyse in der Weinwirtschaft durchführen sowie die Ergebnisse strukturiert darstellen und beurteilen - kennen das Grundkonzept der Kosten- und Leistungsrechnung in der Weinwirtschaft - können eine Kosten- und Erfolgsanalyse in der Weinwirtschaft durchführen sowie die Ergebnisse strukturiert darstellen und beurteilen - kennen die Grundkonzepte der Investitionsrechnung in der Weinwirtschaft - können Investitionsprojekte in der Weinwirtschaft erläutern, geeignete Methoden verwenden sowie die Ergebnisse strukturiert darstellen und beurteilen - kennen die Grundprinzipien der Finanzplanung - können einen Finanzplan in der Weinwirtschaft erstellen sowie die Ergebnisse strukturiert darstellen und beurteilen - können die Methoden der Unternehmensbewertung in der Weinwirtschaft bei verschiedenen Anlässen beschreiben. - können eine anlassbezogene Unternehmensbewertung in der Weinwirtschaft durchführen sowie die Ergebnisse strukturiert darstellen und beurteilen
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Projektkonzeption und -darstellung - Sammlung und Aufbereitung betrieblicher Informationsquellen - Zielbildung und Operationalisierung von Zielen im Team - Grundlagen der wertorientierten und nachhaltigen Unternehmensführung

	<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensanalyse und Kennzahlenanalyse in der Weinwirtschaft - Kosten- und Erfolgsanalyse in der Weinwirtschaft - Beurteilung von Investitionsprojekten in der Weinwirtschaft - Finanzplanung in der Weinwirtschaft - Unternehmensbewertung in der Weinwirtschaft bei verschiedenen Anlässen
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Referat / Präsentation und Ausarbeitung (Seminararbeit) Anwesenheitspflicht (80%)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Anwesenheitspflicht mind. 80%
Bildung der Modulnote	50% Referat / Präsentation 50% Ausarbeitung (Seminararbeit) Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Stud.IP, Präsentationen, Handouts/ Arbeitsblätter, Fachliteratur
Literatur	<p>Allgemeine Literatur:</p> <p>Becker, Hans Paul und Peppmeier, Arno (2018): Investition und Finanzierung, 8. Auflage, Springer Gabler.</p> <p>Brealey, Richard A., Myers, Steward C. und Allen, Franklin (2020): Principles of Corporate Finance (International Edition), 13. Auflage, Mc Graw Hill.</p> <p>Busse von Colbe, Walther und Witte, Frank (2018): Investitionstheorie und Investitionsrechnung, 5. Auflage, Springer Gabler.</p> <p>Coenenberg, Adolf G., Haller, Axel, Mattner, Gerhard und Schultze, Wolfgang (2021): Einführung in das Rechnungswesen, 8. Auflage, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Coenenberg, Adolf G., Fischer, Thomas M. und Günther, Thomas (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Auflage, Schäffer-Poeschel.</p> <p>Friedl, Gunther, Hofmann, Christian und Pedell, Burkhard (2017): Kostenrechnung, 3. Auflage, Vahlen.</p> <p>Göbel, Robert (2021), Betriebswirtschaft, edition-tz.de</p>

Modulbezeichnung	Unternehmensnachfolge in der Weinwirtschaft
Lehrveranstaltungen	Unternehmensanalyse und -bewertung Unternehmensnachfolge und Steuern
Studiensemester	6. Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in)	Prof. Dr. Kurth, StB Schröder
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Unternehmensanalyse und -bewertung: Vorlesung, 2 SWS; Unternehmensnachfolge und Steuern: Vorlesung, 2 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 120 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 60 Std.
ECTS Credits	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Betriebswirtschaft; Allgemeine und Spezielle Kostenrechnung; Investition, Finanzierung, Steuerlehre; Unternehmensplanspiel
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die gängigen Formen der Unternehmensnachfolge - können den typischen Ablauf einer Unternehmensnachfolge erläutern - können die wirtschaftliche Lage eines Weinguts bestimmen und beurteilen - können einen mehrjährigen Finanzplan für ein Weingut erstellen sowie die Ergebnisse strukturiert darstellen und beurteilen - kennen verschiedene Formen der Nachfolgefiananzierung - können den Marktwert eines Weinguts bestimmen - können die Grundlagen des zivilrechtlichen und des landwirtschaftlichen Erbrechts erläutern - können die Grundlagen der Besteuerung von Erbschaften und Schenkungen beschreiben - können ein Weingut nach steuerlichen und familienrechtlichen Vorgaben bewerten - können die Vor- und Nachteile der gängigen Formen der Unternehmensnachfolge unter steuerlichen Aspekten nennen und beurteilen
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Formen und Ablauf der Unternehmensnachfolge - Unternehmensanalyse und -beurteilung - Grundzüge der Unternehmensplanung - Bewertung eines Weinguts - Finanzierung einer Unternehmensnachfolge - Grundlagen des zivilrechtlichen Erbrechts - Grundlagen des landwirtschaftlichen Erbrechts - Grundlagen der Erbschaftsteuer - Erbschaftsteuerliche Bewertung eines Weinguts - Unternehmensnachfolge und Ertragsteuern

Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung Anwesenheitspflicht mind. 80%
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Stud.IP, Präsentationen, Handouts/ Arbeitsblätter, Fachliteratur
Literatur	<p>Brealey, Richard A., Myers, Steward C. und Allen, Franklin (2020): Principles of Corporate Finance (International Edition), 13. Auflage, Mc Graw Hill.</p> <p>Eisele, Dirk, Seitz, Thomas, Sterzinger, Christian, Vogt, Renate, Merx, Michael und Zens, Dieter J. (2021): Besteuerung der Land- und Forstwirtschaft, 10. Auflage, nwb Verlag</p> <p>Göbel, Robert (2021), Betriebswirtschaft, edition-tz.de</p> <p>Hiller, Gerhard und Wolfgang Horn (2018), Verpachtung und Übergabe landwirtschaftlicher Betriebe, 7. Auflage 2018</p> <p>Petersen, Karl und Zwirner, Christian [Hrsg.] (2017), Handbuch Unternehmensbewertung, Bundesanzeiger Verlag.</p> <p>Piltz, Detlev J. (2015): Recht und Bewertung landwirtschaftlicher Betriebe: Abfindung und Nachabfindung bei Erbfall, Schenkung, Scheidung, 2. Auflage, HLBS.</p> <p>Roemer, Heiner, Stephany, Ralf und Vaupel, Christian (2021), NotarFormulare Übergabe landwirtschaftlicher Betriebe, Deutscher Notar Verlag</p>

Modulbeschreibungen

3. Studienjahr

Wahlmodule

Modulbezeichnung	Arbeits- und Berufspädagogik
Lehrveranstaltungen	Arbeits- und Berufspädagogik Arbeits- und Berufspädagogik Übungen
Studiensemester	5.Semester
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Kauer; Martin (Lehrbeauftragter IHK)
Dozent(in)	Martin
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Wintersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehr- und Lernform/SWS	Arbeits- und Berufspädagogik: Vorlesung; 2 SWS Arbeits- und Berufspädagogik Übungen: seminaristischer Unterricht; 1 SWS
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 45 Std.; Eigenstudium: 45 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden wissen, welche rechtlichen und persönlichen Anforderungen an die Ausbildungseignung gestellt werden. Sie sind in der Lage, die Ausbildung zeitlich und inhaltlich zu organisieren und haben einen Überblick, welche Auswahlkriterien für die Einstellung von Auszubildenden wichtig sind. Die Studierenden sind in der Lage, die Lernaktivitäten der Auszubildenden zu fördern und wissen, welche Lern- und Arbeitstechniken das Lernen und Behalten erleichtern können. Sie kennen die Bedeutung der Gruppe für den Lernerfolg. Sie kennen die Funktionen und Regelungen von Abschlussprüfungen bei den zuständigen Stellen in den Bundesländern.
Inhalt	Allgemeine Grundlagen der Arbeits- und Berufspädagogik, Planung der Ausbildung, Mitwirkung bei der Auswahl von Auszubildenden, Ausbildung am Arbeitsplatz, Förderung des Lernprozesses, Ausbildung in der Gruppe, Abschluss der Ausbildung.
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Klausur (K) Studienleistung: Praktische Prüfung (Unterweisungsprobe) Die Modulprüfung findet durch die IHK Wiesbaden statt
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen
Bildung der Modulnote	Klausur 67 % und praktische Tätigkeit 33 % Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Präsentation, Übungsaufgaben

Literatur	Aktuelle Informationen zur Ausbildereignungsprüfung der IHK u.a.
------------------	--

Modulename	Entrepreneurship
Lectures	Entrepreneurship
Study semesters	5 th semester
Module coordinator	Prof. Dr. Kurth
Lecturer	N.N.
Language	English
Frequency	Winter semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Optional module in degree program International Wine Business Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Form of teaching / semester hours per week	Entrepreneurship: seminar lessons; 2 semester-week hours
Student Workload	Total study hours: 60 Course attendance: 30 hours; self-study: 30 hours
ECTS Credits	2
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Business Operations; Marketing Basics; Management Accounting; Investment, Financing and Taxation
Module aims / expected learning results	Students <ul style="list-style-type: none"> - know the prerequisites of being an entrepreneur - know how to develop a business - are able to assess business ideas - know the steps of business planning
Content	Prerequisites of an entrepreneur How to develop a business Introduction to business planning
Course assignment / Examination / type of Examination	Module Examination: presentation Compulsory attendance (80%)
Conditions for the achievement of ECTS Credits	Satisfactory exam results Attendance (min. 80%)
Calculation of the module grade	Module examination is 100% of the module grade. The applicable grading system and the calculation of the overall grade is described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	Stud.IP, presentations, handouts, specific literature
Literature	General literature: Madura, Jeff (2010), Introduction to Business, 5th edition, Pradigm Wheelen, Thomas L. (2015), Strategic Management and Business Policy, 14. global edition, Pearson

Modulbezeichnung	Grundlagen des Weintourismus
Lehrveranstaltungen	Grundlagen des Weintourismus Weintourismus Praktikum
Studiensemester	6. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dipl. Kff. Kottmann
Dozent(in)	Dipl. Kff. Kottmann
Sprache	Deutsch oder Englisch
Häufigkeit	Sommersemester
Dauer in Semestern	1 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Optional module in degree program International Wine Business
Lehr- und Lernform/SWS	Grundlagen des Weintourismus: Vorlesung, 2 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Weintourismus Praktikum: Seminaristischer Unterricht, Projektpraktikum, 2 SWS, Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Grundlagen Marketing, Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Grundlagen des Weintourismus Vorlesung:</u> Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die deutschen und internationalen Weintourismusstrukturen, die Zielgruppen - kennen strategische Grundbegriffe und Konzepte im Tourismus - kennen die Grundlagen der Tourismusökonomie - können weintouristische Ideen und Veranstaltungen entwickeln - kennen die Möglichkeiten Weintourismus als Direktverkaufsinstrument zu nutzen <u>Weintourismus Praktikum:</u> Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können weintouristische Problemfelder erkennen und sind befähigt diese mit Methoden der empirischen Forschung zu untersuchen - sind fähig, die einzelnen Projektschritte zu definieren, die Zeiträume für die einzelnen Projektabschnitte abzuschätzen, Meilensteine und Verantwortlichkeiten festzulegen Stärken folgender Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> - Fach- und Methodenkompetenzen - Personale Kompetenzen - Aktivitäts- und Handlungskompetenzen - Sozial-kommunikative Kompetenzen
Inhalt	Grundlagen der Weintourismus Vorlesung: <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Tourismus - Destinationsmanagement

	<ul style="list-style-type: none"> - Vermarktungsmodelle im Weintourismus - Weintourismusmarketing - Veranstaltungsplanung und Strukturierung - Beherbergung- und Gastronomiebetriebe (Formen und Organisation) - Grundlagen der Tourismusökonomie - Rechtliche und wirtschaftliche Fragestellungen im Bereich Tourismusmanagement <p>Weintourismus Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nachhaltigkeit im Weintourismus - Recherchieren, Sichten & Bewerten - Evaluation und Empirie - Prozesse und Ressourcenmanagement - Praktische Umsetzung von Forschungsideen
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: Klausur Studienleistung Weintourismus Praktikum: Projektarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen
Bildung der Modulnote	Klausur (67 %), Projektarbeit (33 %) Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Stud.IP, Präsentationen, Lehrvideos
Literatur	<p>Rüdiger, J., Wagner, D., Dreyer, A. und Stöckl, A.F. (2021): Kulinarischer Tourismus und Weintourismus - Culinary and Wine Tourism Conference 2020, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Rüdiger, J. (2021): Strategische Erfolgsfaktoren von Weinbaubetrieben bei der Integration von touristischen Elementen. Geisenheimer Berichte, Band Nr. 93</p> <p>Freyer, W. (2015). Tourismus. De Gruyter Oldenbourg.</p> <p>Freyer, W. (2015). Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 11. Aufl., München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag</p> <p>Dreyer, A., und Antz, C. (2020): Kulturtourismus. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.</p>

Modulbezeichnung	Kleine Exkursionen
Lehrveranstaltungen	Kleine Exkursionen
Studiensemester	Über 2-3 Semester, Zuordnung u. Abschluss 6. Semester
Modulverantwortliche(r)	Dipl. Ing. Mattmüller-Schultz
Dozent(in)	Dipl. Ing. Mattmüller-Schultz und Dozentenschaft des Studiengangs Internationale Weinwirtschaft
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	-
Dauer in Semestern	In der Regel über mehrere Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodule Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Mindestens 5 Tages-Exkursionen mit je 2 Firmenbesuchen Gruppengröße 25
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 90 Präsenzzeit: 45 Std.; Eigenstudium: 45 Std.
ECTS Credits	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Module der ersten 3 Semester
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen Beispiele erfolgreicher Unternehmen der Wein- und Sektproduktion sowie der Vermarktung, des Wein- und Getränkehandels, der Weinvermarktung im Lebensmittelhandel sowie der Zulieferindustrie und angrenzender Bereiche - können die gewonnenen Erkenntnisse im späteren Berufsalltag nutzen.
Inhalt	<u>Exkursion:</u> Betriebsbesichtigungen, praxisnahe Betriebsführungen Vertiefende Kenntnisse und Einsichten in Unternehmen der Wein- und Sektproduktion sowie der Vermarktung, des Wein- und Getränkehandels, der Weinvermarktung im Lebensmittelhandel sowie der Zulieferindustrie und angrenzender Bereiche
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Prüfungsleistung: mindestens 5 Tages-Exkursionen mit je 2 Firmenbesuchen; erfolgreiche Teilnahme und Exkursionsbericht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Betriebsbesichtigungen
Literatur	

Module Name	Marketing Project D-A-CH
Lectures	Marketing Project D-A-CH Marketing Project D-A-CH Seminar
Study semesters	6 th semester
Module coordinator	Dipl. Kff. Kottmann
Lecturer	Dipl. Kff. Kottmann
Language	English
Frequency	Summer semester
Duration	1 semester
Classification by Curriculum	Optional module in degree program International Wine Business Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Marketing project D-A-CH: lectures; 2 semester-week hours Marketing Project D-A-CH Seminar: seminar lessons; 2 semester-week hours; class size 35
Student Workload	Total study hours: 120 Course attendance: 60 hours; self-study: 60 hours
ECTS Credits	4
Prerequisites according to assessment regulations	None
Recommended prerequisites	Modules Marketing Basics, Business Management, World Wine Markets, Wine and Beverage Marketing, Consumer Markets in Northern and Western Europe
Module aims / expected learning results	Students: <ul style="list-style-type: none"> - Know about the wine markets Germany, Austria, and Switzerland with regard to their development, structures, and international significance - Acquire deep knowledge about the sales structures - Recognize the major wine-growing regions and can analyze, characterize and compare them by their distinctive features, incl. typical wine styles - Know about domestic consumption - Can organize, analyze, process, implement, and present marketing tasks in a group team in line with market requirements.
Content	Germany, Austria, and Switzerland: Analysis of <ul style="list-style-type: none"> - Economies, developments, and structures of wine production, wine markets, and sales. - Position in the international, domestic, and specifically German wine market. - Country- and region-specific: Legal and own regulations, institutions, and marketing organizations. Relevant wine profiles: Geographic-climatic as well as oenological influencing factors, assessment, classification in the international context. Guidance on applied marketing projects with supervision.
Course assignment / Examination / type of Examination	2 course work assignments (CWAs: group project with presentation, written elaboration of seminar contents)
Conditions for the achievement of ECTS Credits	At least satisfactory results in both CWAs. Regular and active participation; compulsory attendance (CA min. 80%)

Calculation of the module grade	67% written elaboration of seminar contents; 33% Group Project and active participation The applicable grading system and the calculation of the overall grade are described in section 3.6 ABPO in conjunction with section 3.6 BBPO.
Media	PowerPoint, digital board, tastings, variety of other modern media like videos and Stud.IP
Literature	Kotler, P./Dingena, M./Pfoertsch, W.: Transformational Sales: Making a Difference with Strategic Customers (2015) Kotler, P. et. al.: Marketing Management Drinks Business Meininger's Wine Business International Various databases like Euromonitor

Modulbezeichnung	Weltweinbau
Lehrveranstaltungen	Weltweinbau
Studiensemester	5. und 6. Semester
Modulverantwortliche(r)	N.N.
Dozent(in)	N.N., Dipl. Ing. Lehnart et al.
Sprache	Deutsch
Häufigkeit	Beginn im Wintersemester
Dauer in Semestern	2 Semester
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehr- und Lernform/SWS	Weltweinbau: seminaristischer Unterricht 6 SWS, Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand	Gesamtstunden: 180 Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
ECTS Credits	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung	Keine
Empfohlene Voraussetzungen	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die wichtigen internationale Anbauggebiete, die jeweiligen Anbaubedingungen, Sorten, Erziehungssysteme. Sie kennen internationale Weine und Weinstile und deren wirtschaftliche Bedeutung.
Inhalt	Verbreitung des Weinbaues, Anbaubedingungen europäischer und außereuropäischer Weinbauggebiete, Sortenwahl in Verbindung mit Anbaugebieten, Tropischer Weinbau, Internationale Weine, Verkostung und sensorische Beschreibung
Studien-/ Prüfungsleistungen/ Prüfungsformen	Modulprüfung: Prüfungsleistung Ausarbeitung (A) und/oder Referate bzw. Präsentation (R/P) Anwesenheitspflicht 80%
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme (mind. 80% Teilnahme)
Bildung der Modulnote	Die Note der Prüfungsleistung ergibt 100% der Modulnote. Das zugrundeliegende Notensystem und die Bildung der Gesamtnote des Studiums ist in Ziffer 3.6 ABPO in Verbindung mit Ziffer 3.6 BBPO beschrieben.
Medienformen	Präsentationssoftware Tafelanschrieb Praktische Übungen mit sensorischen Mustern eLearning mit ELIAS
Literatur	Johnson, H. (2009): Der große Johnson – Die Enzyklopädie der Weine, Weinbauggebiete und Weinerzeuger der Welt. vollständig überarbeitete 6. Ausgabe, München: Hallwag, 2009 Johnson, H. und J. Robinson (2020): Der große Weinatlas, 8. Ausgabe, München: Hallwag, 2020

	<p>Jackson, R.S., Wine Science, Principles and Applications (2014), 4th edition. Academic Press; Print Book ISBN :9780123814685, eBook ISBN: 9780123814692 – 968 pg</p> <p>Dougherty, P. H. (2012) The Geography of Wine – Regions, Terroirs and Techniques, Springer, 328 pg</p> <p>Robinson, J., Harding, J. (2015) The Oxford Companion to wine, Oxford University Press, 4rd edition</p>
--	--