



Internationale Weinwirtschaft B.Sc.

Modulhandbuch

Übersicht Modulhandbuch

1. Studienjahr	SWS	ECTS-Punkte	Seite
Pflichtmodule			
Allgemeine Chemie und Weinchemie	6	6	4
Betriebswirtschaft	4	4	5
Fach- und Wirtschaftsenglisch I	6	6	6
Grundlagen Marketing	4	4	7
Informationstechnologie	5	6	8
Lebensmittel- und Weinrecht	6	6	10
Mathematik und Statistik	6	6	11
Recht	6	6	12
Sensorik	3	4	13
Volkswirtschaftslehre	4	4	14
Weinmärkte der Welt	4	4	15
Wahlpflichtmodule			
Biologie der Rebe	3	3	17
Internationale Produktprofile	4	6	18
Phytomedizin	4	4	19
Wahlmodule			
Suchtprävention	2	2	21
Economic, Agricultural and Consumer Politics	4	4	22
2. Studienjahr			
Pflichtmodule			
Kostenrechnung	4	5	25
Mikrobiologie	4	4	26
Marketingprojekt Frankreich	4	6	27
Marketingprojekt Verbrauchermärkte West- und Nordeuropas	4	6	28
Oenologie	6	6	29
Unternehmensführung	4	4	30
Wein- und Getränkemarketing	6	6	31
Weinbau I	7	6	32
Weinbeurteilung	3	4	33
Wahlpflichtmodule			
Grundlagen des Weinbaus	6	6	35
Erfrischungsgetränke	6	6	36
Fach- und Wirtschaftsenglisch II	4	6	38
Fach- und Wirtschaftsfranzösisch	6	6	39
Fachfremdsprache Italienisch	6	6	40
Fachfremdsprache Spanisch			41
Frucht- und Gemüsesäfte	6	6	42
Investitions- und Finanzierungsplanung	6	6	43
Projekt Südeuropa	4	6	44

	SWS	ECTS- Punkte	Seite
Wahlmodule			
E-Commerce	2	2	46
Große Exkursion		2	48
Projekt Marktforschung	3	4	49
Unternehmensethik	2	2	50

3. Studienjahr

Pflichtmodule			
Bachelor Thesis		12	52
Berufspraktisches Studium Ausland		12	53
Wissenschaftliches Arbeiten und Präsentation	1	6	54

Wahlpflichtmodule			
Alkoholische Getränke	6	6	56
Beratung und Kommunikation	4	6	57
Betriebsverwaltung	2	2	58
Marketing Project: Central and Eastern Europe	4	6	59
Marketing Project Asia	4	6	61
Projekt Italien, Schweiz, Österreich	4	6	63
Projekt „New World“ Marketing	4	6	64
Project Sparkling Wine Production	4	4	59
Projekt Strategische Planung	4	6	66
Qualitätsmanagement	3	3	67
Ressourcen und Umwelt	6	6	68
Unternehmensplanspiel	2	3	69
Weltweinbau	6	6	70

Wahlmodule			
Arbeits- und Berufspädagogik	3	3	72
Business Plan	3	3	73
Kleine Exkursionen	3	3	74
Grundlagen des Weintourismus	6	6	75

Modulbeschreibungen

1. Studienjahr

Pflichtmodule

Modulbezeichnung:	Allgemeine Chemie und Weinchemie
Lehrveranstaltungen:	Allgemeine Chemie Weinchemie
Studiensemester:	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Sawert
Dozent(in):	Prof. Dr. Sawert
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Allgemeine Chemie: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt Weinchemie: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Allgemeine Chemie:</u> Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Allgemeinen und Anorganischen Chemie sowie der Organischen Chemie, und deren Bedeutung für die Most und Weinhaltstoffe <u>Weinchemie:</u> Die Studierenden sind in der Lage aus der Kenntnis der Zusammensetzung des Mostes oder Weines, die Most- bzw. Weinqualität zu beurteilen und Rückschlüsse auf die einzelnen Produktionsschritte (vom Anbau bis zum Ausbau und späterer Lagerung) zu ziehen bzw. vorbereitende Maßnahmen zur Erzielung gewünschter Weinqualitäten zu treffen.
Inhalt:	<u>Allgemeine und Anorganische Chemie:</u> Atomaufbau Isotope. Periodensystem. Chemische Bindung. Chemische Formel. Stoffmassen und Stoffmengen, Stoffkonzentrationen, Konzentrationsmaße, Reaktionsgleichungen. Stöchiometrisches Rechnen. Säuren, Basen und Salze.. Chemisches Gleichgewicht, Massenwirkungsgesetz. Redoxsysteme. pH-Werte starker und schwacher Elektrolyte. Indikatoren. Puffersysteme. Hydrolyse (Protolyse). Löslichkeitsprodukt. Chemie des Kohlenstoffs, Wasserstoffs, Sauerstoffs, Schwefels, Stickstoffs, Phosphors, Siliciums und der Halogene.. Komplexchemie. <u>Organische Chemie:</u> Systematik der cyclischen und acyclischen gesättigten und ungesättigten nichtaromatischen und aromatischen Kohlenwasserstoffe. Isomerie,. Verbindungsklassen.. Alkane, Alkene, Alkine. Terpene. Carbocyclische und heterocyclische aromatische Verbindungen. Alkohole, Merkaptane, Phenole. Ether. Carbonylverbindungen. Carbonsäuren, Carbonsäurederivate. Carbonsäureester. Lipide. Amine, Aminosäuren. Eiweißstoffe. Kohlenhydrate. Nucleinsäuren. Optische Aktivität. Polyphenole <u>Weinchemie:</u> Chemische Zusammensetzung und physiko-chemische Eigenschaften: Organische Säuren, Alkohole, Kohlenhydrate, Mineralstoffe, Polyphenole, Stickstoffverbindungen, Aromastoffe, Weinefehler, Weinbehandlungsmittel, Kolloide, Klärung und Schönung von Most und Wein, Stabilisierung von Wein, Weinstabilisierung, Most- und Weinkonzentrierungsverfahren, Aromazusätze, Verfälschung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Tafelanschrieb und PowerPoint
Literatur:	Schröter und Lautenschläger: Taschenbuch der Chemie. Ammedick: Lehrbuch der Chemie für Fachhochschulen. Würdig und Woller: Chemie des Weines,

Modulbezeichnung:	Betriebswirtschaft
Lehrveranstaltungen:	Betriebswirtschaftslehre
Studiensemester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Göbel
Dozent(in):	Prof. Dr. Göbel
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Betriebswirtschaftslehre: Vorlesung, 4 SWS; Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 60 Std. (Vor- und Nachbereitung; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - erhalten einen Einblick in ökonomisches Denken, betriebswirtschaftliche Instrumente, das System und die Organisation von Unternehmen der Wein- und Getränkebranchen - können betriebswirtschaftliche Daten aus der Weinbranche einordnen - lernen die Zusammenhänge betriebswirtschaftlicher Ziele und Zielsysteme - kennen die betriebswirtschaftlichen Steuerungsinstrumente und ihre Anwendungsbereiche in Unternehmen der Wein- und Getränkebranche - lernen branchenspezifische Besonderheiten im Hinblick auf praktische Unternehmensführung kennen
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensorganisation und Führung in Unternehmen der Wein- und Getränkebranche - Aufbau und Handhabung des Rechnungswesens Bilanzierung und Bewertung - Bilanz- und Unternehmensbewertung - Grundlagen der Unternehmensanalyse in Unternehmen der Wein- und Getränkebranche - Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung unter Berücksichtigung branchenspezifischer Prozesse - Businessplanung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb, Handouts
Literatur:	Göbel, R.: Praktische Unternehmensführung. Wöhe, G.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Modulbezeichnung:	Fach- und Wirtschaftsenglisch I
Lehrveranstaltungen:	Fach- und Wirtschaftsenglisch I: Fach- und Wirtschaftsenglisch I: Übungen
Studiensemester:	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Batten M.A.
Dozent(in):	Frau Batten M.A.
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Fach- und Wirtschaftsenglisch I: Übungen, 4 SWS (Wintersemester 2 SWS / Sommersemester 2 SWS) Gruppengröße 20 Fach- und Wirtschaftsenglisch I: Vorlesung & Ausarbeitungen, 2 SWS Sommersemester
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 90 Std.; Eigenstudium: 90 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfehlung: Grundkenntnisse in Englisch
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung und Erweiterung vorhandener Englischkenntnisse. - Beherrschung der wichtigen Fachausdrücke in den Bereichen Wirtschaft, Oenologie, Weinbau und Getränkewirtschaft. - Befähigung redigewandt und fachlich korrekt in englischer Sprache in dem zukünftigen Arbeitsfeld zu unterhalten. - Vorbereitung auf ein mögliches Praktikum im englischsprachigen Ausland.
Inhalt:	<p>Business English</p> <ul style="list-style-type: none"> - letter / email writing - presentations - meetings / smalltalk / networking - CV / resume writing - telephoning - negotiations - intercultural awareness - basics of marketing & finance <p>Fachvokabular Weinbau, Oenologie, Weinwirtschaft sowie Getränkewirtschaft</p>
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Prüfungsleistung: Klausur (K) und schriftliche Ausarbeitung (A) Studienleistung: Fach- und Wirtschaftsenglisch I: Vortrag mit schriftlicher Zusammenfassung; Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Audio- und visuelle Materialien, Beamer, Laptop, Internet, Arbeitsblätter
Literatur:	Iland, P; Gago, P; Caillard, A; Dry P: <i>A Taste of the World of Wine</i> . Patrick Iland Promotions Pty Ltd, Adelaide 2009. ISBN 970-0-9581605-3-7 Presse: <i>Business Spotlight</i> ; <i>Decanter</i>

Modulbezeichnung:	Grundlagen Marketing
Lehrveranstaltungen:	Strategisches Marketing Operatives Marketing
Studiensemester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in):	Prof. Dr. Hanf; Prof. Dr. Göbel
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränke-technologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Strategisches Marketing: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Operatives Marketing: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 60 Std.
Kreditpunkte:	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
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Kotler/Bliemel: Marketing-Management. Kroeber-Riel/Weinberg: Konsumentenverhalten. Göbel, R.: Praktische Unternehmensführung. Göbel, R.: Wein & Sortiment. Göbel, R.: Persönlichkeitsorientierte Architektur und Weinmarketing. Schweickert: Unternehmensstrategien in der Weinwirtschaft im Rahmen der EU-Weinmarktordnungspolitik

Modulbezeichnung:	Informationstechnologie
Lehrveranstaltungen:	Informationstechnologie Neue Medien IT-Übungen IT-Praktikum
Studiensemester:	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jaki
Dozent(in):	Prof. Dr. Jaki; M.Sc. Franßen; Dipl.-Ing. Lönarz; NN
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Informationstechnologie: Vorlesung, 1 SWS Gruppengröße unbegrenzt Neue Medien: Vorlesung, 1 SWS Gruppengröße unbegrenzt Informatik Praktikum: Praktikum 1 SWS Gruppengröße 20 Informatik Übungen: Übungen 1,5 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 67,5 Std. Eigenstudium 112,5 Std. (Vor- und Nachbereitung der Vorlesung und Übungen; Bearbeitung der Praktikumsaufgaben, Arbeit am E-learning System; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Informationstechnologie Vorlesung:</u> Die Studierenden - verstehen was Rechner leisten und wie Informationen dargestellt, gespeichert und übertragen werden - haben ein Grundverständnis über Aufbau und Arbeitsweise eines Rechensystems (Hard- und Software) - haben ein Grundverständnis von digitaler Kommunikation und Internet - sind sensibilisiert für die Aspekte der Informationssicherheit und den Umgang mit personenbezogenen und vertraulichen Daten <u>Neue Medien Vorlesung:</u> Die Studierenden - erhalten theoretische Kenntnisse in den Neuen Medien - lernen die Grundlagen multimedialer Medienproduktion und der Zur-Verfügung-Stellung von Medien über virtuelle Lernumgebungen bis hin zu aktuellen Kommunikations- und Kooperationsformen <u>Praktikum:</u> Die Studierenden - lernen die grundlegende Bedienung gängiger Office Anwendungen - lernen effiziente Arbeitsweisen und Strategien zur Problemlösung im Umgang mit Kalkulations- und Textprogrammen <u>Übungen:</u> Die Studierenden - vertiefen ihre Kenntnisse in verschiedenen Themenbereichen wie Neue Medien, Tabellenkalkulation, Informationssicherheit - lernen die Grundlagen spezieller IT-Systeme wie

Inhalt:

Informationstechnologie Vorlesung:

- Grundlagen der Darstellung, Speicherung und Verarbeitung von Informationen (Text, Zahlen, Grafiken, multimediale Informationen)
- Grundlagen digitaler Kommunikation und Internet
- Hard- und Softwaregrundlagen, Betriebssysteme

	<ul style="list-style-type: none"> - Informationssicherheit und Datenschutz <u>Neue Medien Vorlesung:</u> - Grundlagen und Gesamtüberblick über Neue Medien - Grundlagen moderner Medien (Web 2.0) - Social Media und Webpublishing - Einblick in Multimediaformate (Text, Grafik, Film) - Einblick in Datenbankbasierte Onlinesysteme - Projektmanagement mit Drehbuch / Storyboard-Grundlagen - Interviewgrundlage <p><u>n Praktikum:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - praktische Arbeit mit Textverarbeitungs-, Präsentations- und Kalkulationsprogrammen <p><u>Übungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Praktische oder theoretische Übungen zu ausgewählten Themengebieten (z.B. Neue Medien, Tabellenkalkulation, Datenbanken, Informationssicherheit, Webdienste, CRM und ERP)in
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen :	<p>Modulprüfung: Klausur (K) (Bestandteile der Klausur sind Informationstechnologie Vorlesung, Neue Medien Vorlesung und die Inhalte des Praktikums) Unbewertete Studienleistung: Praktikum (A) und Übungen (A) , (R/P), oder (PT): Anwesenheitspflicht</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	div.
Literatur:	--

Modulbezeichnung:	Lebensmittel- und Weinrecht
Lehrveranstaltungen:	Lebensmittelrecht Weinrecht Weinbuchführung
Studiensemester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	RA Diemer-De Schepper
Dozent(in):	RA Diemer-De Schepper
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Lebensmittelrecht: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Weinrecht: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Weinbuchführung: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<u>Lebensmittelrecht:</u> Die Studierenden kennen die wesentlichen Bestimmungen und deren Bedeutung für die Tätigkeit als Entscheidungsträger in Betrieben der Wein- und Getränkewirtschaft. Sie kennen die allgemeinen rechtlichen Bestimmungen des Lebensmittelrechts im beruflichen Alltag. <u>Weinrecht:</u> Die Studierenden kennen die Bestimmungen des Weinrechts und deren Bedeutung für die Tätigkeit in Betrieben der Weinwirtschaft und können diese im beruflichen Alltag anwenden. <u>Weinbuchführung:</u> Die Studierenden kennen die gesetzlich vorgeschriebene Wein- und Getränkebuchführung.
Inhalt:	Deutsches und Europäisches Wein- und Lebensmittelrecht, Vorschriften der Weinüberwachung und Weinbuchführung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb, Folien, Rechtstexte
Literatur:	Beck Texte: BGB, Rechtstexte zu Lebensmitteln und Wein

Modulbezeichnung:	Mathematik und Statistik
Lehrveranstaltungen:	Mathematik Statistik und Biometrie Statistik Übungen
Studiensemester:	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Velten
Dozent(in):	Prof. Dr. Velten
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Mathematik: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Statistik und Biometrie: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Statistik Übungen: Übungen 1 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std.; Eigenstudium 90 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Abiturkenntnisse Mathematik
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden werden nach Abschluss des Moduls - die Grundlagen der mathematischen Modellbildung und Systemanalyse so weit beherrschen, dass Sie in der Lage sind, zunächst sprachlich gegebene Anwendungsprobleme mathematisch geeignet zu formulieren, damit Sie dann durch Handrechnung oder durch Software gelöst werden können, - die dargestellten Methoden der Mathematik und der Statistik so weit beherrschen, dass Sie in der Lage sind, einfache Probleme auf diesen Gebieten durch Handrechnung zu lösen, - in der Lage sein, anspruchsvollere Probleme auf diesen Gebieten mit geeigneter Software zu lösen
Inhalt:	Grundlagen aus verschiedenen Bereichen der Mathematik: Gleichungen; Differentialrechnung für Funktionen einer und mehrerer Variabler; Integralrechnung; Vektorrechnung; Lineare Optimierung; Differentialgleichungen - Grundlagen der mathematischen Modellbildung und Systemanalyse - Einführung in Mathematiksoftware - Grundbegriffe der Datenerhebung - Grundbegriffe der deskriptiven Statistik - Korrelationsrechnung - Zeitreihen, lineare und nichtlineare Regression - Grundbegriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung - Grundbegriffe der induktiven Statistik - Statistische Schätzmethoden und Tests (u.a. Varianzanalyse, t-Test) - Einführung in die Statistiksoftware R
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafel
Literatur:	K. Velten, 2009: Mathematical Modeling and Simulation, Wiley-VCH. Schäfer, W., K. Georgi und G. Trippler 1999: Mathematik Vorkurs, Teubner. M. Sachs 2003: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik, Fachbuchverlag Leipzig,

Modulbezeichnung:	Recht
Lehrveranstaltungen:	Grundlagen des Rechts Unternehmensrecht
Studiensemester:	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau RA Diemer-De Schepper
Dozent(in):	Frau RA Diemer-De Schepper
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Recht: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Unternehmensrecht: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
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 der deutschen Besteuerung und gewinnen einen Überblick über die steuerlichen Rahmenbedingungen in den Staaten der EU und den USA, verfügen über branchenspezifische Kenntnisse in Fragen der Besteuerung und des Steuerrechts von Unternehmen verschiedener Rechtsformen, haben einen Überblick über die für Unternehmen relevanten Rechtsgrundlagen, die grundlegenden Rechtsmethoden und ihre Anwendung,, kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen des branchen-spezifischen nationalen und internationalen Wirtschaftsverkehrs.
Inhalt:	<u>Grundlagen des Rechts:</u> Einführung in das Deutsche Rechtssystem, Rechtsgrundlagen und Ihre Anwendungsgebiete, Grundlagen des Wirtschaftsrechts und des Steuerrechts <u>Unternehmensrecht:</u> Grundlagen des Steuerrechts; Begriff, Abgrenzung und Zweck der Steuern; Zusammenhang von Steuerrecht, Finanzwirtschaft und betriebswirtschaftlicher Steuerlehre; Beteiligte und Systematik der Besteuerung; 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; Ehe- und Erbschaftsrecht
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Tafelanschrieb
Literatur:	Beck Texte: BGB

Modulbezeichnung:	Sensorik
Lehrveranstaltungen:	Sensorik
Studiensemester:	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jung
Dozent(in):	Prof. Dr. R. Jung; M. Sc. D. Häge; Dipl.-Ing. C. Schuessler
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul International Wine Business Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Vorlesung, 1 SWS Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße maximal 30
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 45 Std. Eigenstudium 20 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung von Seminaren, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	4 (2+2)
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundkenntnisse Statistik
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p>1. Fachsemester</p> <p>Die Studierenden</p> <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 - können in der Praxis sensorische Prüfungen vorbereiten, durchführen, auswerten und die Ergebnisse interpretieren <p>2. Fachsemester</p> <p>Die Studierenden</p> <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“ - Erlernen grundlegende Überlegungen zum Aufbau und der Anwendung unterschiedlicher, national und international gebräuchlicher Bewertungsschemata für Wein - können sensorische Methoden zur Evaluierung von Getränken anwenden - sammeln erste 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 Schemate 1984 und 2011, DLG 100 Punkte Schema), Aktuelle, neu entwickelte Schemata, Internationale Prüfschemata
Studien-/Prüfungs-	Modulprüfung: Klausur (K)

leistungen/Prüfungsformen:	Studienleistung: Anwesenheitspflicht mit Praktischen Tätigkeiten (PT), ggf. Ausarbeitungen (A) bzw. Referate und Präsentationen (R/P),
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme (mind. 75% Teilnahme)
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:	Volkswirtschaftslehre
Lehrveranstaltungen:	Volkswirtschaftslehre
Studiensemester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Schweickert
Dozent(in):	Prof. Dr. Schweickert
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Volkswirtschaftslehre: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 60 Std.
Kreditpunkte:	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 Zielsysteme kennen - können die Beziehungen zwischen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der wirtschaftlichen Lage und Entwicklung von Unternehmen einschätzen.
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbstheorie • Grundlagen Mikroökonomie • Grundlagen der Makroökonomie • Faktormärkte und Einkommensverteilung • Produktionsfaktoren, Produktionstheorie, Kostentheorie • Theorie der Preisbildung • Grundlagen der Wirtschaftspolitik • Grundlagen der Agrar- und Weinwirtschaftspolitik
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Bofinger, P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Mankiw, G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre.

Modulbezeichnung:	Weinmärkte der Welt
Lehrveranstaltungen:	Weinmärkte der Welt
Studiensemester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Schweickert
Dozent(in):	Prof. Dr. Schweickert
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Weinmärkte der Welt: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 60 Std.
Kreditpunkte:	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Volkswirtschaftslehre
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Studierende <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefen ihr Wissen bzgl. der Handelstheorie - erlernen die Grundlagen der Wechselkurse kennen - erlangen vertieftes Wissen bzgl. der globalen Weinhandelsbilanz - bekommen Wissen bzgl. der Weinmärkte und Marktteilnehmer der bedeutenden Weinproduktions- und Konsumtionsländer vermittelt
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Handelstheorien • Außenhandel • Wechselkurstheorien • Globale Weinhandelsströme • Länderspezifische Analyse der Weinmärkte und Marktteilnehmer
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Mankiw, G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre Robinson; J. Oxford Weinlexikon Johnson, H: Wein Atlas Parker, P. M. (2007): The 2007 (2009) Import and Export Market for Wine Made from Fresh Grapes or Grape Must in COUNTRY, Icon.

1. Studienjahr

Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung:	Biologie der Rebe
Lehrveranstaltungen:	Biologie der Rebe
Studiensemester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kauer
Dozent(in):	Prof. Dr. Kauer
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Biologie der Rebe, Vorlesung, 3 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 45 Std. Eigenstudium 45 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Biologiekennntnisse
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen den anatomischen und morphologischen Aufbau der Rebe - können die Rebe in der Pflanzensystematik einordnen. - 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 beurteilen. Sie kennen die Produkte des primären und sekundären Stoffwechsels.
Inhalt:	Anatomie und Morphologie der Rebe (Zytologie, Histologie, Organe) 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 Prüfungsleistungen
Medienformen:	Vortrag, Power Point, Tafelanschrieb, Videos, Arbeitsblätter
Literatur:	Nultsch: Allgemeine Botanik; Curre et al: Biologie der Rebe; Heldt: Pflanzenbiochemie

Modulbezeichnung:	Internationale Produktprofile
Lehrveranstaltungen:	Internationale Produktprofile
Studiensemester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Szolnoki
Dozent(in):	Prof. Dr. Szolnoki
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Internationale Produktprofile, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS Gruppengröße max. 35
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 120 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Sensorik I-II. (Prof. Dr. Jung)
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Gruppenarbeit in Form von: <ul style="list-style-type: none"> - Analyse und Bewertung des internationalen Weinangebots aus Sicht der Konsumenten; - Präsentation ausgewählter Produktprofile/Rebsorten; - Erhebung von Marktdaten (Store Check); - Organisation und Moderation der Verkostung; - Sensorische Beschreibung von Weinen mit Hilfe eines für diese LV entwickelten Bewertungssystems; - Auswertung der Weinbeschreibungen mit statistischen Verfahren; - Präsentation und Interpretation der Ergebnisse (Blog-Eintrag).
Inhalt:	Internationaler Vergleich von <ul style="list-style-type: none"> - generischen Weinkonzepten; - verschiedenen Rebsorten bei Weiß- und Rotweinen; - verschiedenen Weinbereitungsverfahren auf Stil und Qualität; - Ursprungskonzepten mit interdisziplinärer Darstellung und Bewertung nach Sensorik, Technologie, natürlicher Einflüsse und Weinrecht.
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Prüfungsleistung: Klausur Studienleistung: Referat/Präsentation)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Seminarvortrag, Vorlesung, Eigenarbeit, Diskussion, Moderation, Verkostung, Power Point, Excel, Blog
Literatur:	Derndorfer (2009), Weinsensorik. AV Verlag, Wien. J. Prieue (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. Dürschmid (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.

Modulbezeichnung:	Phytomedizin
Lehrveranstaltungen:	Krankheiten und Schädlinge
Studiensemester:	1. und 2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Prof. Dr. Reineke
Dozent(in):	Frau Prof. Dr. Reineke, Frau Prof. Dr. Berkelmann-Löhnertz
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Krankheiten und Schädlinge: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 60 Std.
Kreditpunkte:	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verstehen die Biologie und Ökologie der wichtigsten, im Weinbau relevanten Schad- und Nutzorganismen und kennen deren Pathogenese und Epidemiologie sowie die wichtigsten Verfahren zu ihrer Bekämpfung. Sie sind in der Lage, Schadsymptome an der Rebe zu diagnostizieren, dazugehörige Erreger bzw. Verursacher zuzuordnen und hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Bedeutung zu bewerten. Die Studierenden sind mit den wichtigsten Grundlagen der praktischen Phytomedizin sowie mit den gängigen Verfahren zur quantitativen Erfassung von Schaderregern der Rebe vertraut.
Inhalt:	<u>Krankheiten und Schädlinge im Weinbau:</u> Krankheitserreger (Pilze, Bakterien, Viren), Schadtiere, Unkräuter und abiotische Schadfaktoren im Weinbau; Ursachen der Krankheiten und Beschädigungen der Rebe sowie Entwicklungskreisläufe und Symptomatologie im Falle biotischer Verursacher; Einführung in Pflanzenschutzverfahren (integrierter Rebschutz, chemische, biologische, physikalische und biotechnische Verfahren im Rebschutz).
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Power Point; Tafelanschrieb, Demonstrationsmaterial
Literatur:	Mohr (Hrsg.), Farbatlas Krankheiten, Schädlinge und Nützlinge an der Weinrebe, 2. Auflage, Ulmer Verlag 2012 Hallmann et al., Phytomedizin - Grundwissen Bachelor, UTB 2007 Börner, Pflanzenkrankheiten und Pflanzenschutz, 8. Auflage, Springer Verlag 2009 Hillebrand et al., Rebschutz, Fachverlag Fraund 1998

1. Studienjahr

Wahlmodule

Modulbezeichnung:	Suchtprävention
Lehrveranstaltungen:	Suchtprävention
Studiensemester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Strobl
Dozent(in):	Prof. Dr. Strobl
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Suchtprävention: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 30 Std. Eigenstudium 30 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Suchtproblematik und die Reaktion auf Suchtauswirkungen für a) die eigene Gesundheit b) die Mitarbeiter und Untergebenen, speziell in der alkoholproduzierenden Branche c) deren Familienmitglieder. Sie kennen die Wirkungsmechanismen von Drogen aus medizinischer Sicht, sowie die gesundheitlichen und sozialen Folgen. Die Studierenden sind in der Lage ein Suchtproblem, z.B. Alkoholismus oder Mediensucht 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 und Arbeitskollegen (Co-Sucht-Problematik) umgehen sollte. Sie kennen die arbeitsrechtlichen Konsequenzen und Rahmenbedingungen, die Schritte, die im Suchtfall angewendet werden müssen. Betriebsabläufe sind ohne die Einnahme von Alkohol zu gestalten. Ebenso wissen sie, wie professionelle Verkostungen mit umsetzbaren Ergebnissen zu organisieren sind.
Inhalt:	Geschichte der Drogen in der Zivilisation, Entwicklung eines Suchtgedächtnisses, Funktionen im Gehirn, das limbische System, (Endorphine und deren Rezeptoren), Verhaltensänderungen durch Gewöhnung und Sucht, 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 für den moderaten Alkoholkonsum wird vorgestellt.
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Schriftliche Prüfung, Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Vortrag, PowerPoint, Filme, Diskussion
Literatur:	Schneider, Ralf: Die Suchtfibel (Schneider Verlag Hohengehren)

Module name:	Economic, Agricultural and Consumer Politics
Lectures:	Economic, agricultural and consumer politics
Study semester:	2 nd semester
Module coordinator:	Frau Richter, M.Sc.
Lecturer:	Frau Corsinovi, Ph.D.; Frau Richter, M.Sc.
Language:	English
Classification by Curriculum	Optional module course of studies International Wine Business
Form of teaching/ semester hours per week:	Economic policy and consumer policy: Lecture, 4 Semester-week hours Undefined class size
Amount of work:	Hours of course attendance 60 hours Private studies: 60 hours
Credit points:	4
Prerequisites according to assessment regulations:	None
Recommended prerequisites:	Economics; World Wine Markets
Module aims/ expected learning results	Students: - 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:	- 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 allocation of Credit Points	Satisfactory exam results
Media:	Powerpoint presentations, blackboard
Literature:	Gaeta, D., Corsinovi, P. (2014). Economics, Governance, and Politics in the Wine Market. European Union Development. New York: Palgrave Macmillan

Modulbezeichnung:	Wirtschafts-, Agrar- und Verbraucherschutzpolitik
Lehrveranstaltungen:	Wirtschafts-, Agrar- und Verbraucherpolitik
Studiensemester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	NN
Dozent(in):	NN
Sprache:	englisch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Wirtschafts- und Verbraucherpolitik: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 60 Std.

Kreditpunkte:	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Volkswirtschaftslehre; Weinmärkte der Welt
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlernen die Grundlagen der Wirtschaftspolitik - erlernen die Grundlagen der Verbraucherpolitik - kennen das Spannungsfeld zwischen Wirtschaftspolitik und Verbraucherschutzpolitik - erlernen die Grundlagen der Agrarpolitik - kennen die Inhalte und Bedeutungen der EU-Weinmarktordnung für die Weinwirtschaft in Europa - kennen die Inhalte und Bedeutungen der deutschen und EU-Verbraucherschutzpolitik.
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Wirtschaftspolitik - Grundlagen der Agrarpolitik - Grundlagen der Verbraucherschutzpolitik - Ziel, Aufbau und Instrumente der deutschen und EU-Verbraucherschutzpolitik - Ziel, Aufbau und Instrumente der Agrar- und Weinwirtschaftspolitik - Historie, Status quo und zukünftige Entwicklungen der EU-Weinmarktordnung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	

2. Studienjahr

Pflichtmodule

Modulbezeichnung:	Kostenrechnung
Lehrveranstaltungen:	Allgemeine Kostenrechnung Spezielle Kostenrechnung
Studiensemester:	4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau M. Sc. Strub
Dozent(in):	Frau M. Sc. Strub
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Allgemeine Kostenrechnung: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Spezielle Kostenrechnung: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße max. 25
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 60 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	5
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Betriebswirtschaftslehre
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - sind in der Lage die Kostenrechnung als praxisrelevantes Controlling-Instrument im Unternehmen einzusetzen - kennen die wichtigsten Methoden der Kalkulation 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:	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 Spezielle Kostenrechnung <ul style="list-style-type: none"> - Besonderheiten der Kostenrechnung von Dauerkulturen - Besonderheiten der Kostenrechnung in Weingütern - Fallbeispiele und Übungen zur Kosten- und Leistungsrechnung in Unternehmen der Weinbranche - Handelskalkulation
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Coenberg, A. et. al.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2009 Friedl, G., et. al.: Kostenrechnung, Vahlen, München, 2010 Joos-Sachse, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Gabler, Wiesbaden, 2002 Plötner, O., et. al.: Kosten- und Erlösrechnung, Springer, Heidelberg, 2010 Stelling, J.N.: Kostenmanagement und Controlling, R. Oldenburg Verlag, München, Wien, 2003 Zdrowomyslaw, N.: Kosten-, Leistungs- und Erlösrechnung., R. Oldenburg Verlag, München, Wien, 2001

Modulbezeichnung:	Mikrobiologie
Lehrveranstaltungen:	Mikrobiologie
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Wendland
Dozent(in):	
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Mikrobiologie: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 60 Std.
Kreditpunkte:	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Bedeutung von Mikroorganismen und deren Stoffwechsel für die Qualität alkoholhaltiger und alkoholfreier Getränke. Sie sind in der Lage an entscheidenden Stellen des Produktionsweges Mikroorganismen gezielt zur Qualitätssteigerung einzusetzen wie auch an anderer Stelle gezielt die Entwicklung qualitätsschädigender Keime zu verhindern. Sie kennen Maßnahmen, um die Aktivität und den Stoffwechsel der Mikroorganismen von außen zu steuern. Weiterhin sind sie in der Lage, chemische, mikrobiologische und/oder molekularbiologische Untersuchungsverfahren zur Identifizierung von Mikroorganismen und für betriebliche Qualitätskontrollen sinnvoll und produktbezogen auszuwählen und eine Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten.
Inhalt:	<u>Allgemeine Mikrobiologie</u> : Selektion und Kultivierung von Mikroorganismen; Cytologie, Physiologie; Taxonomie; Virologie; genetische Grundlagen der Vermehrung und des Stoffwechsels; Gärungsformen; <u>Spezielle Mikrobiologie</u> : getränkerelevante Mikroorganismen und deren Produkte, die positiv oder negativ die Produktqualität beeinflussen ; Dynamik und Eigenschaften von Reinkulturen und Mischpopulationen; mikrobielle Wege der Aromenbildung (de novo Synthese sowie Freisetzung gebundener Aromastoffe); Einsatz der Gentechnik; mikrobiologische Betriebskontrolle;
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistung
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb, praktische Geräte- und Verfahrensdemonstrationen
Literatur:	Dittrich, H. und Großmann, M.: Mikrobiologie des Weines; Ulmer Verlag, Stuttgart, 2010 Ribéreau-Gayon, P., Dubourdieu, D., Donèche, B., Lonvaud, A.: Handbook of Enology; Verlag John Wiley & Sons, Chichester (England), 2000 König, H., Uden, G., Fröhlich, J.(eds.): Biology of Microorganisms on Grapes, in Must and in Wine; Verlag Springer, Berlin, 2009 Back, W. (ed.): Mikrobiologie der Lebensmittel: Getränke, Behr's Verlag, Hamburg (2008)

Modulbezeichnung:	Marketingprojekt Frankreich
Lehrveranstaltungen:	Marketingprojekt Frankreich
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Dr. S. Ghvanidze
Dozent(in):	Dr. S. Ghvanidze
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Marketingprojekt Frankreich: Seminaristischer Unterricht, 4 SWS Gruppengröße 35
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 120 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Module Grundlagen Marketing, Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Weinbauregionen und können diese anhand ihrer prägenden Merkmale analysieren, charakterisieren und vergleichen - wissen um die Produktions- und Absatzstrukturen - können Zusammenhänge in Frankreich auf andere Weinerzeugungs- und Verbraucherländer übertragen bzw. diese vergleichen sind in der Lage, regionaltypische Produktcharakteristika zu erkennen und zu beschreiben
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:	A und R/P
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Power Point, Tafelanschrieb, Verkostung
Literatur:	

Modulbezeichnung:	Marketingprojekt Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa
Lehrveranstaltungen:	Marketingprojekt Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa
Studiensemester:	4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in):	Prof. Dr. Hanf, Frau M. Sc. L. Bitsch
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Marketingprojekt Verbrauchermärkte West- und Nordeuropa Seminaristischer Unterricht 4 SWS, Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 120 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Marketing Grundlagen; Unternehmensführung, Volkswirtschaftslehre, Weinmärkte der Welt
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:	Ausarbeitung + Referat/Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
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: 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

Modulbezeichnung:	Oenologie
Lehrveranstaltungen:	Technologie des Weines Technologie des Schaumweines
Studiensemester:	3. und 4.Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Prof. Dr. Christmann
Dozent(in):	Frau Prof. Dr. Christmann; Dr. M. Schmitt; Pasch M.Sc.
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Technologie d. Weines: Vorlesung, 5 SWS Gruppengröße unbegrenzt Technologie des Schaumweins: Vorlesung, 1 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfehlung: Modul Grundlagen der Verfahrenstechnik
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Verfahren der Weinbereitung von der Traube bis zur Abfüllung - verstehen alle durchzuführenden Einzelschritte und eingesetzten Techniken bei der Weinbereitung - verstehen die komplexen Zusammenhänge aller Prozesse der Weinbereitung - können spezielle Verfahren der Weinbereitung zielorientiert anwenden - Kennen die rechtlichen Regelwerke bezüglich der Schaumweine - Kennen die grundlegenden Herstellverfahren zur Schaumweinbereitung - Kennen die verschiedenen schäumenden Weine - Können die Verkehrsfähigkeit schäumender Weine beurteilen
Inhalt:	<u>Technologie des Weines:</u> Rohstoff Traube, Traubenverarbeitung, Mostbehandlung, Alkohol- und Säurekorrektur, Gärführung, Weinausbau, Schönungs- und Stabilisierungsverfahren, Filtration, Rotweinbereitung, internationale oenologische Verfahren, Roséweinbereitung, Süßweinbereitung, biologische und biodynamische Weinbereitung, Weintypen. <u>Schaumweinbereitung:</u> Weinrecht, Grundlagen der Flaschen- und Tankgärung, Dosage, Materialien.
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Präsentationssoftware, Tafelanschrieb
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:	Unternehmensführung
Lehrveranstaltungen:	Unternehmensmanagement Mitarbeiterführung
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in):	Dr. Stübner
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie
Lehrform/SWS:	Unternehmensmanagement: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Mitarbeiterführung: Vorlesung 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 60 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	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 Projektmanagements. - verstehen die spezifischen Probleme in kleinen und mittleren Unternehmen. - kennen die spezifischen Anforderungen in Unternehmen der Weinbranche. - kennen die Bedeutung und Techniken der Mitarbeiterführung, haben Kenntnisse der Teamentwicklung und -führung.
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Unternehmensführung - Organisation und Personal - Managementsysteme - Projektmanagement - Grundlagen der Entscheidungstheorie - Grundlagen und Methoden der Planung und Kontrolle - Personalführung, Führungsfunktionen und Führungstechniken - Kommunikation, Gesprächsvorbereitung und Gesprächsführung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Schulte-Zurhausen, M.: Organisation Helbig, R.: Prozessorientierte Unternehmensführung Göbel, R.: Praktische Unternehmensführung Wagner, R. et. al.: Praktische Personalführung

Modulbezeichnung:	Wein- und Getränkemarketing
Lehrveranstaltungen:	Wein- und Getränkemarketing
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Prof. Dr. Loose
Dozent(in):	Frau Prof. Dr. Loose
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Spezielles Getränkemarketing: Vorlesung, 6 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung, Anfertigung eines Projektberichts, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen Marketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> - verstehen das Verbraucherverhalten - können Marktforschung projektieren, durchführen und die Ergebnisse bewerten, - kennen das Marketinginstrumentarium, beherrschen die konzeptionellen Grundlagen des Marketingmanagement, - sind in der Lage Marketingentscheidungen zu entwickeln, zu begründen und umzusetzen.
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Methoden der Marktforschung und ihre Bedeutung im Getränkesektor - Ergebnisse der aktuellen Getränkemarktforschung, - Theorie des Einkaufsverhaltens von Weinkonsumenten - Marketingstrategien in der Getränkewirtschaft - Theorie und Techniken der Produktgestaltung bei Wein, Sekt und Spirituosen - Theorie und Techniken der Werbemittelgestaltung - Vertrieb und Logistik in der Getränkewirtschaft - Marketing – Mix – Konzepte im Direktvertrieb, Fachhandel, Lebensmittelhandel, in der Gastronomie und beim Export - Konzepte des Gemeinschaftsmarketing
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Tafelanschrieb, PowerPoint, Folien, Umdrucke
Literatur:	Bibliothek, Fachzeitschriften und www.Weinoekonomie-geisenheim.de/Institut für Betriebswirtschaft und Marktforschung/Publikationen und Marktbeobachtung

Modulbezeichnung:	Weinbau I
Lehrveranstaltungen:	Allgemeiner Weinbau Ökologischer Weinbau Ampelographie
Studiensemester:	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kauer/Prof. Dr. Schultz
Dozent(in):	Prof. Dr. Schultz; Prof. Dr. Kauer; Dr. Stoll; Prof. Dr. Schmid
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Allgemeiner Weinbau: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt Ökologischer Weinbau: Vorlesung, 1 SWS Gruppengröße unbegrenzt Ampelographie: Übungen, 2 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 105 Std. Eigenstudium 75 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung und die Studienleistung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul: Biologie der Rebe, Chemie I und II
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 ihre Produktionsziele 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 zu optimieren. Die Studierenden sind in der Lage Rebsorten und Unterlagen zu identifizieren, 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
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K) Studienleistung LV Ampelographie: mündliche Prüfung (M) Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb, praktische Erläuterungen im Feld
Literatur:	Vogt, Schruft: Weinbau Hofmann, Köpfer, Werner: Ökologischer Weinbau Kauer, Fader: Praxis des ökologischen Weinbaus Kadisch, Müller, Schulze, Walg: Der Winzer

Modulbezeichnung:	Weinbeurteilung
Lehrveranstaltungen:	Weinbeurteilung
Studiensemester:	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Dr. Jung
Dozent(in):	Dr. Jung, Dipl.-Ing. Schüssler, et. al
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie
Lehrform/SWS:	Weinbeurteilung: Seminaristischer Unterricht, 3 SWS Gruppengröße 30
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 45 Std. Eigenstudium 30 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung von Seminaren)
Kreditpunkte:	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Sensorik
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - können Weine nach ihren speziellen Eigenschaften ansprechen - können Weine beschreibend analysieren - können Mängel, Fehler und Krankheiten von Weinen erkennen. - können nationale und internationale Weine sowie Weinspezialitäten und Schaumweine 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:	Modulprüfung: Ausarbeitungen (A) bzw. Referate und Präsentationen (R/P) oder Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Präsentationssoftware, Tafelanschrieb, FIZZ-Sensoriksoftware und Netbooks, praktische Übungen mit sensorischen Mustern
Literatur:	Julius Koch, 1986, Getränkebeurteilung, Ulmer Verlag Gisela Jellinek, 1981, Sensorische Lebensmittelprüfung, Verlag Pattensen Fliedner / Wilhelmi, 1989, Grundlagen u. Prüfverfahren der Lebensmittelsensorik, Behr's Verlag Goetz Hildebrandt, 2008, Geschmackswelten, DLG Verlag Irina Liptay-Reuter, 1998, Sensorische Methoden und ihre statistische Auswertung, ngv-Verlag Morten Meilgaard et al., 1999, Sensory Evaluation Techniques, CRC Press LLC

2. Studienjahr

Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung:	Grundlagen des Weinbaus
Lehrveranstaltungen:	Bodenkunde und Pflanzenernährung Agrarmeteorologie
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Löhnertz
Dozent(in):	Prof. Dr. Löhnertz, Frau Prof. Dr. Kamman
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Bodenkunde und Pflanzenernährung: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt Agrarmeteorologie: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verstehen die grundlegenden Zusammenhänge der Bodenkunde und des Rebenwachstums. Sie kennen den Einfluss von Klima und Wetter auf das Wachstum der Rebe. Sie kennen die agrarmeteorologische Beratung für den Weinbau.
Inhalt:	Entstehung und Zusammensetzung von Böden, Eigenschaften von Böden, Wasserhaushalt, Nährstoffhaushalt, Bodenbiologie, Aufnahme, Transport und Funktion von Nährstoffen, Ertrags- und Qualitätsbildung bei Reben, abiotische Schäden, Agrarmeteorologie: Verhalten der Atmosphäre, Strahlungseinflüsse, Wärmehaushalt, Bestandsklima in Rebanlagen, Geländeklima, Phänologie, Messtechnik, Standortbeurteilung im Weinbau, Wassererosion,
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	S. Schubert: Pflanzenernährung K. Mengel. Ernährung und Stoffwechsel der Pflanze Scheffer/Schachtschabel. Lehrbuch der Bodenkunde Kuntze et al.: Bodenkunde

Modulbezeichnung:	Erfrischungsgetränke
Lehrveranstaltungen:	Erfrischungsgetränke Sensorik Erfrischungsgetränke
Studiensemester:	4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Dr. Patz
Dozent(in):	Dr. Patz
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Erfrischungsgetränke: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt Sensorik Erfrischungsgetränke: Projektarbeit mit Präsentation, 2 SWS Gruppengröße max. 40
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung; Projektarbeit, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundkenntnisse Frucht- und Gemüsesaft, Lebensmittelrecht
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden verfügen über das Wissen zur Entwicklung von Erfrischungsgetränken und neuen innovativen Getränken. Sie kennen die Wirkung und die Funktion der Zutaten und Inhaltsstoffe sowie deren Verträglichkeit untereinander und diese sinnvoll in Getränken verwenden. Sie kennen die Verfahren zum Stabilisieren und Haltbarmachen. Sie kennen die Regeln zur Kennzeichnung und der Auslobung von Getränken und sind mit den nationalen und internationalen lebensmittelrechtlichen Bestimmungen vertraut und können diese anwenden. Sie können produktbezogen Entscheidungen zur Verwendung der sinnvollsten Inhaltsstoffe und dem Einsatz der zweckmäßigsten und sinnvollsten Technologie treffen. Sie kennen die neusten Trends und Entwicklungen bei Getränken (Seminar).
Inhalt:	Rechtliche Grundlagen: Nationales und EU-Recht, LFBG, Leitsätze für Erfrischungsgetränke, Health Claims, Codex Alimentarius, AIJN Code of Practice. Marktbedeutung der Erfrischungsgetränke Grundstoffe, Inhaltsstoffe, Zutaten und Zusatzstoffe: Zucker, Zuckerarten, Zuckeraustauschstoffe, Süßstoffe, Farbstoffe, Aromastoffe, Konservierungsmittel, Vitamine, Antioxidantien, Säuerungsmittel, Functional-Ingredients, Nutraceuticals, Convenience, Wellness. Verfahrenstechnik: Mischen, Dispergieren, Karbonisieren, Haltbarmachen. Produktübersicht: Softdrinks, Innovative Getränke, aktuelle Trends Bewertung von Erfrischungsgetränken, Produktkenntnisse, Sensorik. Übungen zur Beurteilung von Getränken des Handels (Aufmachung, Verpackung, Auslobung, Inhaltsstoffe, Werbung) Chemische und mikrobiologische Parameter, neue Methoden und Analyseverfahren zur Qualitätssicherung.
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur oder mündlich e. Prüfung (2/3 der Gesamtnote). Studienleistung LV Sensorik Erfrischungsgetränke (Anwesenheitspflicht): Projektarbeit, Sensorik u. Präsentation (1/3 der Gesamtnote).
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Power Point, Tafel, StudIP, Gruppenarbeit und Projektarbeit
Medienformen:	Handbuch der Erfrischungsgetränke v. Südzucker; Steen, DP; Ashurst,

	<p>PR, Carbonated Soft Drinks: Formulation and Manufacture, Oxford, Blackwell (2006). Ashurst, PR, Chemistry and Technology of Soft Drinks and Fruit Juices, Oxford, Blackwell (2005). Zeitschriften: Fruit Processing; Getränkeindustrie; Flüssiges Obst.</p>
Literatur:	<p>Handbuch der Erfrischungsgetränke v. Südzucker. Schuhmann, Alkoholfreie Getränke, VLB-Verlag. Steen, DP; Ashurst, PR, Carbonated Soft Drinks: Formulation and Manufacture, Oxford, Blackwell (2006). Ashurst, PR, Chemistry and Technology of Soft Drinks and Fruit Juices, Oxford, Blackwell (2005). Fruit Processing; Getränkeindustrie; Handbuch der Getränkeentwicklung, Behrs Verlag</p>

Modulbezeichnung:	Fach- und Wirtschaftsenglisch II
Lehrveranstaltungen:	Fach- und Wirtschaftsenglisch II: Fach- und Wirtschaftsenglisch II: Übungen
Studiensemester:	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Batten M.A.
Dozent(in):	Frau Batten M.A.
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul im Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Fach- und Wirtschaftsenglisch II: Übungen, 2 SWS Gruppengröße 20 Fach- und Wirtschaftsenglisch II: Übungen, 2 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Std.; Eigenstudium: 120 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Empfehlung: Fach- und Wirtschaftsenglisch I; mindestens Note 2,0 bzw. sehr gute Vorkenntnisse
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p>This is a 2-semester course:</p> <p>Semester 1: the emphasis is on teamwork and business presentation skills. Working within different groups students will a) research and present various business topics such as company philosophy, marketing strategies, HR work, and quality management; b) create and present their own business start-up idea, including a business plan. In both parts, students will be expected to organize themselves, motivate each other and keep to tight deadlines. Aim: Acquisition and practice of advanced business vocabulary, successful communication and negotiation within different teams, practice of the presentation skills necessary in today's business world.</p> <p>Semester 2: the focus is on the written use of English for different purposes, including revision of letter writing, writing business reports and leading into guidance on academic writing. Together with the teacher, the students will decide on a topic for the final 5-page essay, which could be part of their (Bachelor) thesis or a topic from the first part of the course. They will learn to write a seminar paper in English considering e.g. structural and linguistic elements. General and individual guidance concerning the topic and/or scope of the project will be provided. Aim: Learning about the use of written language for different purposes; writing an academic paper.</p>
Inhalt:	Wirtschaftsenglisch mit Bezug auf IWW
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Studienleistung: 2 Gruppenvorträge Modulprüfung: Seminararbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Aktive Teilnahme
Medienformen:	Internet, DVD
Literatur:	Sowton, C: <i>50 Steps to Improving Your Academic Writing</i> . Garnet Education 2012. ISBN 978185964655-7 Oshima, A; Hogue, A: <i>Writing Academic English</i> . Pearson Education Inc. 2006. ISBN 9780131523593

Modulbezeichnung:	Fach- und Wirtschaftsfranzösisch
Lehrveranstaltungen:	Fachfranzösisch Fachfranzösisch Übungen
Studiensemester:	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Gledhill-Schmitt
Dozent(in):	Herr Aboub
Sprache:	Französisch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Fachfranzösisch: Seminaristischer Unterricht, 3 SWS Gruppengröße 20 Fachfranzösisch Übungen: 3 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std.(Vor- und Nachbereitung; Erstellung eines Fachvortrages, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Schulkenntnisse (in der Regel 2. Fremdsprache) in Französisch
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können sich in ihrem künftigen Arbeitsfeld fachlich korrekt in der Fremdsprache schriftlich und mündlich ausdrücken. Sie beherrschen die Fachausdrücke insbesondere aus den Bereichen Weinhandel (Verkaufsgespräche, Handelskorrespondenz), Weinmarketing, Weinwirtschaft (Konsum, Export, Import) Oenologie, (französische Rebsorten, „Terroir“, Vinifikation von Rot- und Weißweinen, Champagner und Schaumweine) Sensorik, Appellationen und Herkunftsbezeichnungen.
Inhalt:	Fachvokabular des Weinwirtschaft, der Oenologie und Sensorik Grundregeln zum Schriftverkehr
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur Studienleistung LV Fachfranzösisch: Vortrag mit schriftlicher Zusammenfassung.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Aktive Teilnahme
Medienformen:	Lehrbuch, CD, DVD, Fachpresse
Literatur:	Pierre Casamayor : <i>Le vin en 80 questions</i> , Paris (Hachette, ISBN: 2012370760) 2006 Labryère, R . Schirmer, M. Spurr : <i>Les vins de France et du monde</i> , Paris (Nathan, ISBN : 2-09-183287-1) 2006 Lexivin, Catherine et Paul Cadiou: <i>Lexivin</i> , Dijon (Les Publications de C et P. Cadiou, ISBN:2-907080-14-8) 2002 Glossaire Oenologie, Homepage Sprachenzentrum FHW

Modulbezeichnung:	Fachfremdsprache Italienisch
Lehrveranstaltungen:	Fachitalienisch Fachitalienisch Übungen
Studiensemester:	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Gledhill-Schmitt
Dozent(in):	Frau Ceroni
Sprache:	Italienisch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie (Alternativ kann eine andere Fachfremdsprache gewählt werden) Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, 3 SWS Gruppengröße 35 Übungen: 3 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std.; Eigenstudium 90 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfehlung: Grundkenntnisse in Italienisch
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können sich in ihrem künftigen Arbeitsfeld fachlich korrekt in der Fremdsprache schriftlich und mündlich ausdrücken. Sie beherrschen die Fachausdrücke insbesondere aus den Bereichen Weinbau, Oenologie, Sensorik, Getränketechnologie sowie Wein- und Getränkewirtschaft
Inhalt:	Fachvokabular der Weinbaus, der Weinbautechnik der Oenologie Grundregeln zum Schriftverkehr
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K) Studienleistung LV Fachitalienisch: Vortrag mit schriftlicher Zusammenfassung (R/P); Anrechnung d. Studienleitung: 1/3 der Modulnote; Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Tafelanschrieb, Overhead, PowerPoint, PC, DVD, CD, YouTube
Literatur:	<i>Il libro completo del vino</i> , Giuseppe Sichi (De Agostini, 2008)

Modulbezeichnung:	Fachfremdsprache Spanisch
Lehrveranstaltungen:	Fachspanisch Fachspanisch Übungen
Studiensemester:	3. und 4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Gledhill-Schmitt
Dozent(in):	Frau Lida Marin
Sprache:	Spanisch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie (Alternativ kann eine andere Fachfremdsprache gewählt werden) Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, 3 SWS Gruppengröße 35 3 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std.; Eigenstudium 90 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfehlung: Grundkenntnisse in Spanisch
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden können sich in ihrem künftigen Arbeitsfeld fachlich korrekt in der Fremdsprache schriftlich und mündlich ausdrücken. Sie beherrschen die Fachausdrücke insbesondere aus den Bereichen Weinbau, Oenologie, Sensorik, Getränketechnologie sowie Wein- und Getränkewirtschaft
Inhalt:	Fachvokabular der Weinbaus, der Weinbautechnik der Oenologie Grundregeln zum Schriftverkehr
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K) Studienleistung LV Fachspanisch: Vortrag mit schriftlicher Zusammenfassung (R/P); Anrechnung d. Studienleitung: 1/3 der Modulnote; Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Tafelanschrieb, PowerPoint, PC, DVD, CD
Literatur:	

Modulbezeichnung:	Frucht- und Gemüsesäfte
Lehrveranstaltungen:	Fruchtsäfte Gemüsesäfte Sensorik Fruchtsaft- und Gemüsesäfte
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Dr. May
Dozent(in):	Frau Dr. May, Prof. Dr. Schweiggert, et. al
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Fruchtsäfte: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt Gemüsesäfte: Vorlesung, 1 SWS Gruppengröße unbegrenzt Sensorik Frucht- und Gemüsesäfte: Seminaristischer Unterricht, 1 SWS Gruppengröße 35
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung und die Studienleistung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die wertgebenden Inhaltsstoffe von Frucht und Gemüse, die Technologie der Safterstellung und dessen Haltbarmachung, den Einfluss von Sorten und der Verarbeitung, Lagerung und die Methoden der Qualitätsbeurteilung
Inhalt:	Inhaltsstoffe von Obst und Gemüse, Verarbeitung einheimischer, tropischer und subtropischer Früchte, technologische Verfahren, Zellaufschluss, Maischebehandlung, Enzyme, Saftgewinnung, Klärung, Stabilisierung, Technologie der Mark (Püree-) Herstellung, Haltbarmachungsverfahren, Pasteurisation, Sterilisation, Konzentrat Herstellung, Lagerung, Alterungsindikatoren, Analytik, Sensorik, Mikrobiologie, Qualitätsbeurteilung, Rückstände, Pektin Gewinnung, Extrakte
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K) oder mündliche Prüfung (M) Studienleistung LV Sensorik Frucht- und Gemüsesäfte: 75 % Teilnahmepflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Studienleistung: Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Power Point, Tafelanschrieb, Folien
Literatur:	Schobinger (Hrsg.): Frucht- und Gemüsesäfte. Ulmer Verlag Stuttgart Fachzeitschriften: Flüssiges Obst, Getränkeindustrie, Deutsche Lebensmittelrundschau, Script

Modulbezeichnung:	Investitions- und Finanzierungsplanung
Lehrveranstaltungen:	Investitions- und Finanzierungsplanung Betriebliche Steuerlehre Entrepreneurship
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in):	Stb. S. Schröder
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Investitions- und Finanzierungsplanung; Vorlesung, 3 SWS Gruppengröße unbegrenzt Betriebliche Steuerlehre; Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Entrepreneurship, Vorlesung, 1 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	90 Stunden Präsenzzeit 90 Stunden Eigenstudium
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Betriebswirtschaft
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden - kennen die Verfahren der Investitions- und Finanzierungsplanung - kennen statische und dynamische Investitionsrechnungen - verstehen die Grundlagen des Risikomanagements - verstehen die Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre - haben einen Überblick über die Grundlagen der Unternehmensgründung und – nachfolge - kennen das Konzept Businessplan
Inhalt:	- Verfahren der Investitions- und Finanzierungsrechnung - Einführung und Systematisierung des Risikomanagements - Risikoanalyse und Entscheidungen unter Risiko - Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre - Grundlagen der Steuerbilanz - Grundlagen Entrepreneurship - Businessplanung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Wöhe/Döring: Grundlagen der Betriebswirtschaft Mußhoff/Hirschauer: Modernes Agrarmanagement Köhne: Landwirtschaftliche Taxationslehre

Modulbezeichnung:	Projekt Südeuropa
Lehrveranstaltungen:	Projekt Südeuropa
Studiensemester:	4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Dipl.-Ing. W. Mattmüller-Schultz
Dozent(in):	Frau Mattmüller-Schultz, David Schwarzwälder u.a. Lehraufträge
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Projekt Südeuropa, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 120 Std
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen des Marketing, Weinmärkte der Welt
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:	Jeweils für die Länder: Spanien, Portugal, Griechenland <ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Strukturen - Entwicklung und Bedeutung der Getränkewirtschaft und des Getränkemarktes - landesspezifisches Wein- und Wirtschaftsrecht - Struktur und Entwicklung des jeweiligen Weinmarktes 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 Seminar
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Studienleistung: Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Die jeweiligen Länder betreffende Quellen Meiningers Wine Business International Wein & Markt, Weinwirtschaft,

2. Studienjahr

Wahlmodule

Module name:	E-Commerce
Lectures:	B2C, ERP and systems CRM
Study semester:	3 rd semester
Module coordinator:	Frau Prof. Dr. Mehler-Bicher
Lecturer:	Frau Prof. Dr. Mehler-Bicher
Language:	English
Classification by Curriculum	Optional module course of studies International Wine Business
Form of teaching/ semester hours per week:	B2C, ERP and systems CRM; lecture, 2 Semester-week hours Undefined class size
Amount of work:	Hours of course attendance 30 hours Private studies: 30 hours
Credit points:	2
Prerequisites according to assessment regulations:	None
Recommended prerequisites:	Marketing Basics; Information Technology
Module aims/ expected learning results	The Students: <ul style="list-style-type: none"> • can assess the current market and the potential of the online wine and beverage market • know the basics of business-to-consumer marketing • understand the importance of social media with regard to marketing • know the basics of business-to-business marketing • Can integrate CRM into B2C and B2B • know the merchandise management systems certified for the wine and beverage industry • Understand the basic techniques of an ERP system
Content:	<ul style="list-style-type: none"> • Basics of online marketing and e-commerce • Development of the online market • Classification of the B2C into the marketing fundamentals • Basics of B2C and instruments (social media) • Basic B2B; ERP; CRM
Course assignment /Examination/ type of Examination:	Module Examination: Written examination
Conditions for the allocation of Credit Points	Satisfactory exam results
Media:	Powerpoint, blackboard
Literature:	

Modulbezeichnung:	E-Commerce
Lehrveranstaltungen:	B2C, ERP und CRM Systeme
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Prof. Dr. Mehler-Bicher
Dozent(in):	Frau Prof. Dr. Mehler-Bicher
Sprache:	englisch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang International Wine Business Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	B2C, ERP und CRM Systeme; Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 30 Std. Eigenstudium 30 Std.
Kreditpunkte:	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen Marketing; Informationstechnologie
Modulziele/Angestrebte	Die Studierenden:

Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> • können den Status-Quo und das Potenzial des Online Wein- und Getränkemarktes einschätzen • kennen die Grundlagen des Business-to-Consumer Marketings • verstehen die Einordnung von Social Media ins Marketing • kennen die Grundlagen des Business-to-Business Marketings • können CRM in B2C und B2B einordnen • kennen die für die Wein- und Getränkewirtschaft zertifizierten Warenwirtschaftssysteme • verstehen die Grundtechniken eines ERP-Systems
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Online Marketings und des E-Commerce • Entwicklung des Online Marktes • Einordnung des B2C in die Marketing-Grundlagen • Grundlagen B2C und Instrumente (Social Media) • Grundlagen B2B; ERP; CRM
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafel
Literatur:	<p>Kreutzer: Praxisorientiertes Online-Marketing Fritz: Internet-Marketing und Electronic Commerce; Grundlagen – Rahmenbedingen – Instrumente Heinemann: Der neue Online-Handel</p>

Modulbezeichnung:	Große Exkursion
Lehrveranstaltungen:	Große Exkursion
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Dozentenschaft
Dozent(in):	Dozentenschaft
Sprache:	Deutsch und andere
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Große Exkursion
Arbeitsaufwand:	2 Wochen Teilnahme an der Exkursion/ 5 Fach-Exkursionstage - neue Regelung des Senats März 2017
Kreditpunkte:	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 dieses Wissen bei Entscheidungen im Berufsleben nutzen.
Inhalt:	Anbauverfahren im Weinbau und oenologische Verfahren im Exkursionsgebiet; typische regionale Produkte, Vermarktungssysteme, spezielle rechtliche Regelungen; Produktionsstätten der Getränkeindustrie.
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: aktive Teilnahme an mindestens 5 Ganztagesfachexkursionen und schriftliche Ausarbeitung
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Betriebsbesichtigungen
Literatur:	

Modulbezeichnung:	Projekt Marktforschung
Lehrveranstaltungen:	Projekt Marktforschung
Studiensemester:	4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Szolnoki
Dozent(in):	Prof. Dr. Szolnoki
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Marktforschung, Seminaristischer Unterricht, 3 SWS Gruppengröße max. 25
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 45 St. Eigenstudium 45 St.
Kreditpunkte:	4
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Wein- und Getränkemarketing
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung der Marktforschungsmethoden - Entwicklung von Marktforschungen für praktische Problemstellungen - Einsetzung von uni- und multivariaten Analyseverfahren - Entwicklung von Modellen für Wirkungsanalysen als Grundlage von Marketingentscheidungen - 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, Präsentation, Argumentations- und Kritikfähigkeit, Organisationfähigkeit
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Sekundär- und Primärdaten - Datenerhebung und Erfassung - Auswahl von Erhebungseinheiten - Datenanalyse - Qualitative Methoden (Inhaltsanalyse) - Quantitative Methoden (Excel)
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Ausarbeitung (A)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Seminarvortrag, Eigenarbeit, Diskussion, PowerPoint, Excel
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - 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:	Unternehmensethik
Lehrveranstaltungen:	Unternehmensethik
Studiensemester:	3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Göbel
Dozent(in):	Prof. Dr. Göbel
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Unternehmensethik: Vorlesung, 2 SWS; Gruppengröße unbegrenzt
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 30 Std.; Eigenstudium 30 Std.
Kreditpunkte:	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Modul Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen den geschichtlichen und historischen Hintergrund der Unternehmensethik - haben einen Überblick über die konkrete praktische Entwicklungsmöglichkeit von Ansätzen der Unternehmensethik - verstehen Instrumente und Grenzen der Unternehmensethik können Konzepte der Unternehmensethik praktisch entwickeln
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Geschichte und Grundbegriffe der Unternehmensethik - Theoretische Konzepte - Ethik der Unternehmensführung - Instrumente, Beispiele u. Grenzen der Unternehmensethik - Entwicklungsleitlinien der konkreten Umsetzung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K) oder Ausarbeitung (A)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb, Handout
Literatur:	Dietzfelbinger, D.: Praxisleitfaden Unternehmensethik

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
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränke-technologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Eigenarbeit und Betreuungsgespräche
Arbeitsaufwand:	360 Std. Eigenarbeit mit Betreuung (Anfertigung der Thesis)
Kreditpunkte:	12
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Erfolgreicher Abschluss aller Pflichtmodule des 1. Studienjahres; Erfolgreicher Abschluss 5 weiterer Pflichtmodule; Anerkennung der Vorpraxis
Empfohlene Voraussetzungen:	keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden sind in der Lage innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus einem Fachgebiet ihres Studienganges selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Selbständiges wissenschaftliches Arbeiten unter Anleitung: Themenstellung, Problemanalyse, Entwicklung von Thesen und Lösungsansätzen, Projektentwicklung und -festlegung unter Berücksichtigung der gegebenen Zeit, Auswertung und Interpretation von Ergebnissen, Formalien bei der Verfassung von Arbeiten und Veröffentlichung Verfassung und Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit unter Berücksichtigung der Grundsätze zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis
Inhalt:	Thema der Bachelor- Thesis
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Bachelor-Thesis
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Bachelor-Thesis
Medienformen:	
Literatur:	Hochschule Geisenheim: Empfehlungen zur Anfertigung von Thesen und Seminararbeiten in Bachelor- und Masterstudiengängen Eigenständiges Literaturstudium

Modulbezeichnung:	Berufspraktisches Studium Ausland
Lehrveranstaltungen:	Berufspraktisches Studium
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Dipl.-Ing. W. Mattmüller-Schultz
Dozent(in):	Frau Dipl.-Ing. W. Mattmüller-Schultz, Praxisstelle
Sprache:	Deutsch und bei der Praxisstelle gebräuchliche Landessprache
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Vorbereitungsseminar: Seminar 1 SWS, Gruppengröße unbegrenzt Berufspraktisches Studium: mindestens 12 Wochen in Vollzeit und an einem Stück im Ausland oder in einem Projekt in einem international tätigen Unternehmen in Deutschland, maximal 3 Studierende je Praxisstelle
Arbeitsaufwand:	Vorbereitungsseminar: 15 Std. Präsenzzeit; Eigenstudium 30 Std. Praxisaufenthalt mindestens 12 Wochen (Vollzeit)
Kreditpunkte:	12
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Frühestens ab 3. Semester möglich, Nachweis von mindestens 60 ECTS-Kreditpunkten Einladungsschreiben der Praxisstelle bzw. Praktikumsvertrag Für die Praxisphase an der Praxisstelle ist die erfolgreiche Teilnahme am Vorbereitungsseminar erforderlich
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über Erfahrungen im angestrebten Berufsfeld - können theoretisch erworbenes Wissen in der Berufspraxis im Ausland umsetzen - kennen technische und organisatorische Zusammenhänge aus der Praxis - können verantwortungsbewusst Projektaufgaben bearbeiten - können im Team arbeiten - sind offen gegenüber fremdländischen Kulturen und Wirtschafts - abläufen - sind integrationsfähig - können gewonnene Erfahrung unter Einsatz geeigneter Medien präsentieren.
Inhalt:	<u>Vorbereitungsseminar</u> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Bedingungen und Bewerbung, das Angebot und die Anforderungen von praktischen Tätigkeiten und möglichen Projekten, das Berichtswesen. <u>Vor Ort im Praktikum:</u> <ul style="list-style-type: none"> - 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:	Modulprüfung: Praxisbericht und Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	
Literatur:	

Modulbezeichnung:	Wissenschaftliches Arbeiten und Präsentieren
Lehrveranstaltungen:	Wissenschaftliches Arbeiten und Präsentieren
Studiensemester:	6. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in):	Prof. Dr. Hanf und Dozentenschaft
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Pflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Pflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Wissenschaftliches Arbeiten und Präsentieren : Seminaristischer Unterricht, 1 SWS
Arbeitsaufwand:	Eigenstudium: 90 Std. (Vorbereitung der Präsentation der Thesis; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
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:	keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens und Dokumentierens. 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:	Modulprüfung: Medienunterstützte Präsentation einer wissenschaftlichen Arbeit (Thesis) und mündliche Prüfung im Themenumfeld der Thesis
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Mündlicher Vortrag, PowerPoint Präsentation,
Literatur:	Hochschule Geisenheim: Empfehlungen zur Anfertigung von Thesen und Seminararbeiten in Bachelor- und Masterstudiengängen Eigenständiges Literaturstudium

3. Studienjahr

Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung:	Alkoholische Getränke
Lehrveranstaltungen:	Frucht- und Likörweine, weinhaltige Getränke, Liköre Spirituosen Sensorik Alkoholische Getränke
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Will
Dozent(in):	Vorlesungen: Prof. Dr. Will, Dr. Eckert Sensorik: Prof. Dr. Will, Dr. Eckert, M.Sc. Sperl
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Pflichtmodul Studienrichtung Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Frucht- und Likörweine, weinhaltige Getränke, Liköre: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Spirituosen: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Sensorik alkoholische Getränke: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße 24 - 30
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung, Vorbereitung auf die Modulprüfung und die Studienleistung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfehlung: 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. Verfahren zur Qualitätskontrolle sowie die Entwicklung alkoholischer Getränke sind Leistungen, die im Selbststudium erbracht werden sollen.
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Klausur (K) Studienleistung Sensorik alkoholischer Getränke: Erfolgreiche Teilnahme; Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen; Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Power Point, Video
Literatur:	Kolb E., Demuth G., Schurig, U., Sennewald K.: Fruchtweine. Verlag Ulmer Stuttgart, 8. Aufl.1999 Kolb E. (Editor), Spirituosentechnologie, Behr's Verlag, Hamburg 2002 Wüstenfeld H., Haeseler G.: Trinkbranntweine und Liköre. Blackwell Wissenschaftsverlag Berlin, Nachdruck der Ausgabe von 1964 Spezifische Literaturliste (Publikationen) durch die Dozenten

Modulbezeichnung:	Beratung und Kommunikation
Lehrveranstaltungen:	Beratung und Kommunikation Projekt Beratung und Kommunikation
Studiensemester:	6. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Göbel
Dozent(in):	Prof. Dr. Göbel
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Beratung und Kommunikation: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Beratung und Kommunikation: Projekt, 2 SWS Gruppengröße 15
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 120 Std.
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	<ul style="list-style-type: none"> - Modul Betriebswirtschaft - Modul Grundlagen Marketing - Modul Investition und Finanzierung - Modul Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Aufgaben und Grundprinzipien der Beratung, - kennen die Grundzusammenhänge menschlicher Kommunikation im Hinblick auf erfolgreiche Beratung, - haben einen Überblick über verschiedene Arbeitsformen der Beratung, - kennen den Beratungsprozess und seine Planung und Steuerung - können Instrumente der Unternehmensplanung anwenden, können Strategien und Methoden der Unternehmensentwicklung innerhalb des Beratungsprozesses präsentieren und erklären
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsformen sowie Organisationsmuster der Beratungsarbeit in der Weinbranche - Individuelle Wahrnehmung - Kommunikationsmodelle und ihre praktische Bedeutung - Planung und Steuerung eines Beratungsprozesses - Instrumente der Unternehmensplanung und ihre Anwendung - Instrumente der strategischen Planung - Planung und Technik von Präsentationen
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Ausarbeitung (A) oder Referat/Präsentation (R/P) sowie Projektarbeit (P) 75% Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb, Konzept- und Projektunterlagen
Literatur:	Fink, D.: Strategische Unternehmensberatung, München 2009 Göbel, R.: Wein & Sortiment, Dreieich 2013 Göbel, R.: Persönlichkeitsorientierte Architektur und Weinmarketing, Dreieich 2012.

Modulbezeichnung:	Betriebsverwaltung
Lehrveranstaltungen:	Betriebsverwaltung
Studiensemester:	6. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kauer
Dozent(in):	Prof. Dr. Kauer; Herr Wollstädter (Lehrbeauftragter Steuerberater)
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Betriebsverwaltung: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 30 Std. Eigenstudium 30 Std. (Vor- und Nachbereitung; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	2
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die rechtlichen Verpflichtungen und Meldenotwendigkeiten im weinbaulichen Betriebsablauf. Sie kennen die zuständigen Dienststellen, Meldeformulare und -termine. Sie wissen um die steuerrechtlichen Fragestellungen im Betriebsablauf; Die Studierenden kennen die Agrar-Förderprogramme der Bundesländer. Sie erarbeiten die Hilfsmittel zur betrieblichen Dokumentation (Meldewesen, Schlagkarteien usw.) und kennen deren Einsatzmöglichkeiten.
Inhalt:	Steuerliche Belange der Sozialversicherung , der Abgrenzung Land-Forstwirtschaft / Gewerbe, der Unternehmensnachfolge; Kreditwesen; Anbauregelungen im Rahmen der Weinmarktordnung, Förderprogramme, Betriebsdokumentation (Schlagkarteisysteme); Pachtwesen; Berufsgenossenschaft; versicherungsrechtliche Fragen; Planung von Arbeitsabläufen innerhalb der weinbaulichen Außenwirtschaft und Erwerb von Führungskompetenzen
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Prüfungsleistung: Vortrag und Ausarbeitung Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Vortrag und Präsentation, Arbeitsblätter, Softwaredemonstration
Literatur:	Aktuelle Gesetze und Verordnungen, KTBL Datensammlung

Module name:	Marketing Project: Central and Eastern Europe
Lectures:	Marketing Project: Central and Eastern Europe
Study semester:	6 th semester
Module coordinator:	Frau Dr. Ghvanidze
Lecturer:	Frau Dr. Ghvanidze
Language:	English
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in study program International Wine Business
Form of teaching/ semester hours per week:	Marketing project Central Europe and Eastern Europe, Seminar lessons, 4 Semester-week hours Class size: 35
Amount of work:	Hours of course attendance 60 hours Private studies: 120 hours
Credit points:	6
Prerequisites according to assessment regulations:	None
Recommended prerequisites:	Marketing Basics , Business Management; Beverage Marketing, Economics, World Wine Markets
Module aims/ expected learning results	<ul style="list-style-type: none"> - deepen marketing concepts and strategies - students are introduced into transformation economics - students 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 <p>Aimed at the countries: Hungary, Slovenia, Romania, Bulgaria, Croatia, Moldova, Ukraine, Kosovo, Macedonia, Georgia, Armenia, Russia</p> <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-growing regions by producer structure, sales structure, special wine laws and product profiles -Institutions of the wine industry
Course assignment /Examination/ type of Examination:	Preparation and report / presentation
Conditions for the allocation of Credit Points	Satisfactory exam results Regular and active participation
Media:	Powerpoint presentations, blackboard
Literature:	Meiningers Wine Business International

Modulbezeichnung:	Marketingprojekt Mittel- und Osteuropa
Lehrveranstaltungen:	Marketingprojekt Mittel- und Osteuropa
Studiensemester:	6. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Dr. Ghvanidze
Dozent(in):	Frau Dr. Ghvanidze
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Marketingprojekt Mittel- und Osteuropa, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS Gruppengröße: 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std

Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen Marketing, Unternehmensführung; Wein- und Getränkemarketing, Verbraucherländer, Volkswirtschaftslehre, Weinmärkte der Welt
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - vertiefen Marketingkonzepte und- strategien - werden eingeführt in die Transformationsökonomik - Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse über die Struktur und die Entwicklung des 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:	<ul style="list-style-type: none"> - Transformationsprozess und –ökonomik - Internationalisierung <p>Jeweils für die Länder: Ungarn, Slowenien, Rumänien, Bulgarien, Kroatien, Moldawien, Ukraine, Kosovo, Mazedonien, Georgien, Armenien, Russland</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Strukturen - Entwicklung und Bedeutung der Getränkewirtschaft und des Getränkemarktes - landesspezifisches Wein- und Wirtschaftsrecht - Struktur und Entwicklung des jeweiligen Weinmarktes nach Verbrauch, Absatzwegen und Außenhandel - Produktionsstruktur für Wein, Sekt, Likörweine und Spirituosen - Die jeweiligen Weinbauregionen nach Erzeugerstruktur, Absatzstruktur, besonderem Weinrecht und Produktprofilen <p>Institutionen der Weinwirtschaft</p>
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Ausarbeitung und Referat/Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	<p>Burmann, C., H. Meffert und M. Kirchgeorg (2007): Marketing, Gabler</p> <p>Cook, T. A., R. Alston und K. Raia (2004): Mastering Import & Export Management, Amacom.</p> <p>Albaum, G. und E. Duerr (2008): International Marketing and Export Management, Prentice-Hall.</p> <p>Paul, J. und R. Aserkar (2008): 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 (2007): World Atlas of Wine, Mitchell Beazley.</p> <p>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>Meiningers Wine Business International</p>

Module name:	Marketing Project: Asia
Lectures:	Marketing Project Asia
Study semester:	5 th semester
Module coordinator:	Prof. Dr. Hanf
Lecturer:	Prof. Dr. Hanf, Peter Winter
Language:	English
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in study program International Wine Business
Form of teaching/ semester hours per week:	Marketing Project Asia, Seminar lessons, 4 Semester-week hours Class size 35
Amount of work:	Hours of course attendance 60 hours Private studies: 120 hours
Credit points:	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, - 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, Korea and Hong Kong; - 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:	Preparation and report / presentation
Conditions for the allocation of Credit Points	Satisfactory exam results Regular and active participation
Media:	Powerpoint presentations, blackboard
Literature:	Meiningers Wine business International

Modulbezeichnung:	Marketingprojekt Asien
Lehrveranstaltungen:	Marketingprojekt Asien
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hanf
Dozent(in):	Prof. Dr. Hanf, Peter Winter
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Marketingprojekt Asien, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen Marketing; Unternehmensführung, Wein- und Getränkemarketing, Verbraucherländer, Volkswirtschaftslehre,

	Weinmärkte der Welt
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefen Marketingkonzepte - lernen diese Marketingkonzepte anzuwenden - verfügen über fundierte Kenntnisse über die Struktur und die Entwicklung des Getränkemarktes, - kennen das Verbraucherverhalten zu Wein, - kennen die landesspezifischen Rechtsregelungen der Vermarktung alkoholischer Getränke,
Inhalt:	Für die Länder Japan, China, Taiwan, Korea und Hongkong; <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:	Modulprüfung: Ausarbeitung und Referat/Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Kotler/Bliemel: Marketing-Management 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

Modulbezeichnung:	Projekt Italien, Schweiz, Österreich
Lehrveranstaltungen:	Projekt Italien, Schweiz, Österreich
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Dr. Pilz
Dozent(in):	Dr. Pilz
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Projekt Italien, Schweiz, Österreich, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS Gruppengröße 35
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 120 Std
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen des Marketing, Weinmärkte der Welt
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: Seminar
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
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

Module name:	Marketing Project: "New World"
Lectures:	Marketing Project "New World"
Study semester:	5 th semester
Module coordinator:	Frau Bitsch M.Sc.
Lecturer:	Frau Bitsch M.Sc., Prof. Dr. Hanf
Language:	English
Classification by Curriculum	Semi-compulsory module in study program International Wine Business
Form of teaching/ semester hours per week:	Project New World, Seminar lessons, 4 Semester-week hours Class size: 35
Amount of work:	Hours of course attendance 60 hours Private studies: 120 hours
Credit points:	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 - 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): - 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:	Preparation and report / presentation Seminar talk
Conditions for the allocation of Credit Points	Satisfactory exam results Regular and active participation
Media:	Powerpoint presentations, blackboard
Literature:	Meiningers Wine business International

Modulbezeichnung:	Projekt „New World“ Marketing
Lehrveranstaltungen:	Projekt „New World“ Marketing
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Bitsch M.Sc.
Dozent(in):	Frau Bitsch M.Sc., Prof. Dr. Hanf
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Projekt Neue Welt, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS Gruppengröße: 35
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std. Eigenstudium 120 Std
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach	Keine

Prüfungsordnung:	
Empfohlene Voraussetzungen:	Grundlagen Marketing, Verbrauchermärkte, Wein- und Getränkemarketing, Unternehmensführung, Volkswirtschaftslehre, Weinmärkte der Welt
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - vertiefen und wenden Marketingkonzepte und –instrumente an, - 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:	Jeweils für die Länder: Argentinien, Australien, Chile, Kanada, Neuseeland, Südafrika, USA (sowie weitere ausgewählte Weinbauländer Mittel- und Südamerikas): <ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Strukturen - Entwicklung und Bedeutung der Getränkewirtschaft und des Getränkemarktes - landesspezifisches Wein- und Wirtschaftsrecht - Struktur und Entwicklung des jeweiligen Weinmarktes 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:	Modulprüfung: Ausarbeitung und Referat/Präsentation
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb
Literatur:	Albaum, G. und E. Duerr (2008): International Marketing and Export Management, Prentice-Hall. Paul, J. und R. Aserkar (2008): Export Import Management, Oxford Ringle, G. (1986): Exportmarketing, Gabler Kotler/Bliemel: Marketing-Management Mussnig, W. (2007): Strategien entwickeln und umsetzen: Speziell für kleine und mittelständische Unternehmen, Linde. 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

Module Name:	Project Sparkling Wine Production
Lectures:	Special Technology of Sparkling Wine (PL) Project Sparkling Wine Production (SL)
Study Semester	5th Semester and 6th semester
Module Coordinator	Dr. Schmitt
Lecturer	Dr. Schmitt, Dr. Ghvanidze
Language	English
Classification by Curriculum	Compulsory module in study program Interantional Wine Business and Internationale Weinwirtschaft
Form of teaching / semester hours per week	Lecture 2SWS, Project Work 2 SWS
Workload	120 hours
Credit Points	4
Recomended prerequisites	Enology
Module aims / expected learning results	<p>Students: - get an insight in the practical sparkling wine production</p> <p>- they know the critical steps during the production of wines suitable for later sparkling wine production,</p> <p>- learn how to select and evaluate base wines suitable for sparkling wine production according to different quality parameters</p> <p>- they learn the targeted production of wine according to that requirements</p> <p>- Produce tirage liqueur and dosage d'expedition and add it</p> <p>They know about the targeted production of different sparkling wine styles according to different production methods.</p> <p>Besides the enological/technical content students:</p> <p>- gain in-depth knowledge of the global trade balance of sparkling wine</p> <p>- gain a deep understanding of the sparkling wine countries that are important in terms of production and consumption</p> <p>- gain in-depth understanding of the pricing and marketing strategies of national and international sparkling wines on the German market</p> <p>- gain knowledge of the important aspects of base wine procurement for sparkling wine</p>
Content	<p>Quality parameters of wines suitable for sparkling wine production, Fermentation under pressure in closed containers - pure yeast - CO2</p> <p>Dosage - Interventions which influence the style and quality of sparkling wines</p> <p>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</p>
Course assignment / Examination / type of examination	<p>PL: Lecture: oral examination</p> <p>SL: Project sparkling wine: attendance mandatory during practical work (75%)</p>
Conditions for the allocation of Credit Points	Successfull exam scores and attendance of practical work
Media	Power Point Presentations, blackboard, handouts
Language	English
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
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Göbel
Dozent(in):	Prof. Dr. Göbel
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Projekt Strategische Planung: Seminaristischer Unterricht, 4 SWS Gruppengröße 35
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 60 Std.; Eigenstudium 60 Std. (Nachbereitung, Anfertigen einer Ausarbeitung und/oder Präsentation)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Module Betriebswirtschaft, Grundlagen Marketing, Unternehmensführung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Projektstruktur in Vorhaben der Unternehmensentwicklung. - haben einen Überblick über Zusammenhänge von strategischen Planungsaufgaben. - können sich mit strategische Unternehmenskonzeptionen identifizieren. - können im Team Strategiekonzepte entwickeln und vermitteln.
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Instrumente strategischer Unternehmensplanung - Strategieentwicklung in Unternehmen der Wein- und Getränkebranche - Strategieplanungsprozesse - Steuerung und Kommunikation von Strategieentwicklungskonzepten - Projektorientierte Umsetzung von Strategiekonzepten
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Ausarbeitung (A) und/oder Referat/Präsentation(R/P) Anwesenheitspflicht 75%
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Tafelanschrieb, Handout
Literatur:	

Modulbezeichnung:	Qualitätsmanagement
Lehrveranstaltungen:	Qualitätsmanagement
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Lindemann
Dozent(in):	Prof. Dr. Lindemann, Brigitte Mael-Walbröl, Franz Kaiser
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Qualitätsmanagement: Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, 3 SWS Gruppengröße 25
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 45 Std. Eigenstudium 45 Std. (Vor- und Nachbereitung; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	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:	Modulprüfung: Klausur (K) Anwesenheitspflicht 75% seminaristischer Unterricht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint
Literatur:	Skript „Qualitätsmanagementsysteme und Interne Audits“ der Deutschen Gesellschaft für Qualität in der jeweils aktuellen Ausgabe

Modulbezeichnung:	Ressourcen & Umwelt
Lehrveranstaltungen:	Umwelt- und Ressourcenökonomie Umweltmanagementsysteme Übung Umwelt und Ressourcen
Studiensemester:	7. Semester „Gartenbau“ 5. Semester „Internationale Weinwirtschaft“
Modulverantwortliche(r):	Frau Dipl.-Ing. Kaim
Dozent(in):	Frau Dipl.-Ing. Kaim, Dr. Freund, Frau Prof. Dr. Kammann
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Gartenbau
Lehrform/SWS:	Umwelt- und Ressourcenökonomie (seminaristische Vorlesung, 2 SWS) Umweltmanagementsysteme (seminaristische Vorlesung, 1 SWS) Übung Umwelt und Ressourcen (Übung, 3 SWS)
Arbeitsaufwand:	
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden werden <ul style="list-style-type: none"> - Kerngedanken der Umwelt- und Ressourcenökonomie kennen lernen - Grundkenntnisse über Charakteristika von Umweltgütern und mögliche Ziele der Umweltpolitik erwerben - umweltökonomische Handlungsprinzipien und deren Instrumente kennen und beurteilen können - mit Merkmalen einer nachhaltigen Wirtschaftsweise im Kontext von Wein- und Gartenbau vertraut sein - an ökonomische Bewertungsverfahren herangeführt werden - mit wesentlichen Merkmalen ausgewählter Umweltprobleme und Lösungsversuchen vertraut sein - einen Überblick über Umweltinformationssysteme erwerben und deren Anwendungsproblematik kennen - die wesentlichen Merkmale von Umweltmanagement- und Informationssystemen sowie die Unterschiede und Überschneidungsbereiche gegenüber Qualitätsmanagementsystemen kennen - einen Überblick über die Möglichkeiten der Integration des Umweltmanagements in unternehmerische Managementsysteme erwerben - einen Überblick über garten- und weinbaulich relevante Umweltprobleme und –programme haben
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Besonderheiten von Umweltgütern als (partiell) öffentliche Güter - Ziele der Umweltpolitik und deren Operationalisierung - Typen und Effekte umweltpolitischer Instrumente - Begriff der Nachhaltigkeit und nachhaltiges Wirtschaften - Umweltökonomische Bewertungsverfahren an Fallbeispielen mit garten- und weinbaulicher Bedeutsamkeit - garten- und weinbaulich relevante Umweltaspekte im Rahmen eines Umweltmanagementsystems - Aufbau eines Umweltmanagementsystems nach EMAS / ISO 14001 - Integration des Umweltmanagements in unternehmerische Managementsysteme erwerben
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Studienleistung: Referate/Präsentationen (R/P) benotet Prüfungsleistung: Klausur (K)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Vortrag, Tafelanschrieb, PowerPoint, Filme, Exkursion
Literatur:	wird aktuell bekannt gegeben

Modulbezeichnung:	Unternehmensplanspiel
Lehrveranstaltungen:	Unternehmensplanspiel
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in):	Prof. Dr. Kurth
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Planspiel: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße max. 15
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 30 Std. Eigenstudium 60 Std. (Vor- und Nachbereitung; Anfertigung einer Seminararbeit)
Kreditpunkte:	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Empfehlung: Modul Betriebswirtschaft, Kostenrechnung, Grundlagen Marketing, Investitions- und Finanzierungsplanung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - verfügen über praktische Erfahrung in der Führung und Koordination von Teams - kennen den praktischen Umgang mit den grundlegenden Elementen der Unternehmensführung - kennen praktische Lösungen von Planungs- und Kontrollproblemen im Rahmen des Projektmanagements - sind in der Lage für konkrete Entscheidungssituationen strategische Instrumente der Unternehmensführung und –planung zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Wirkung zu bewerten können den praktischen Umgang mit der Erfolgskontrolle und –analyse - sind in der Lage einen Businessplan zu erstellen
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Unternehmensführung - Projektkonzeption und –darstellung - Sammlung und Aufbereitung betrieblicher Informationsquellen - Zielbildung und Operationalisierung von Zielen im Team - Erfolgs- Kosten- und Kennzahlenanalyse - Entwicklung und Planung von Unternehmensstrategien und deren Bewertung - Selbständige Durchführung einer Unternehmensanalyse - Praktische Anwendung der strategischen Unternehmensplanung und der Kostenrechnung an einem Beispielunternehmen aus der Weinbranche - Erstellen eines Businessplans
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Seminararbeit Aktive Teilnahme; Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen
Medienformen:	Power-Point, Excel
Literatur:	Göbel, R.: Entwicklung einer Unternehmens- und Marketingstrategie, Veröffentlichungen der Forschungsanstalt Geisenheim – Band 50, Geisenheim, 2003 Haupt, D.: Unternehmensanalyse von Weingütern, Veröffentlichungen der Forschungsanstalt Geisenheim – Band 29, Geisenheim, 1997 Coenberg, A. et. al.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 2009 Friedl, G., et. al.: Kostenrechnung, Vahlen, München, 2010 Plötner, O., et. al.: Kosten- und Erlösrechnung, Springer, Heidelberg, 2010 Nagl, A.: Der Businessplan, Gabler, Wiesbaden, 2010 Zdrowomyslaw, N.: Kosten-, Leistungs- und Erlösrechnung., R. Oldenburg Verlag, München, Wien, 2001

Modulbezeichnung:	Weltweinbau
Lehrveranstaltungen:	Weltweinbau Internationale Weine
Studiensemester:	5. und 6. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Löhnertz
Dozent(in):	Prof. Dr. Löhnertz, Dozenten des Fachbereichs
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlpflichtmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlpflichtmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Weltweinbau: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt Internationale Weine: Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Gruppengröße 35
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung; Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	6
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden kennen die wichtigen internationale Anbauggebiete, die jeweiligen Anbaubedingungen, Sorten, Erziehungssysteme. Sie kennen internationale Weine und Weinstile.
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: Klausur (K) oder Referat/Präsentation (R/P) Anwesenheitspflicht seminaristischer Unterricht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint, Verkostung von Weinen
Literatur:	

3. Studienjahr

Wahlmodule

Modulbezeichnung:	Arbeits- und Berufspädagogik
Lehrveranstaltungen:	Arbeits- und Berufspädagogik Arbeits- und Berufspädagogik Übungen
Studiensemester:	5. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kauer / Herr Martin
Dozent(in):	Herr Martin / NN (Lehrbeauftragte IHK)
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studienrichtung Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studienrichtung Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Arbeits- und Berufspädagogik: Vorlesung, 2 SWS Gruppengröße unbegrenzt Arbeits- und Berufspädagogik Übungen: Übungen, 1 SWS Gruppengröße 15
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 45 Std. Eigenstudium 45 Std. (Vor- und Nachbereitung, Ausarbeitung der Unterweisungsprobe, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	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 zu den Übungen: Unterweisungsprobe Die Modulprüfung findet durch die IHK Wiesbaden statt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen
Medienformen:	Präsentation, Übungsaufgaben
Literatur:	Aktuelle Informationen zur Ausbildereignungsprüfung der IHK u.a.

Modulbezeichnung:	Business Plan
Lehrveranstaltungen:	Business Plan
Studiensemester:	6. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Kurth
Dozent(in):	Prof. Dr. Kurth
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Business Plan: Seminaristischer Unterricht: 3 SWS, Gruppengröße max. 20
Arbeitsaufwand:	30 Stunden Präsenzzeit; 60 Eigenstudium
Kreditpunkte:	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	Betriebswirtschaft; Investitions- und Finanzierungsplanung
Modulziele/Angestrebte Lernergebnisse	Die Studierenden - vertiefen und wenden die Verfahren der Investitions- und Finanzierungsplanung an - wenden die Grundlagen der betrieblichen Steuerlehre an - erarbeiten einen Businessplan für eine Case Study
Inhalt:	- Bearbeitung einer Case Study - Bestimmung des tatsächlichen Investitionsbedarfs - Erarbeitung und Bewertung von Finanzierungsmodellen - Erarbeitung und Bewertung des Risikos - Bestimmung und Analyse des Marktumfeldes - Gesamte Businessplanung
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung: Ausarbeitungen (A)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	PowerPoint; Tafel
Literatur:	Mußhoff/Hirschauer: Modernes Agrarmanagement Ottersbach: Der Businessplan

Modulbezeichnung:	Kleine Exkursionen
Lehrveranstaltungen:	Exkursionen
Studiensemester:	6. Semester
Modulverantwortliche(r):	Frau Dipl.-Ing. Mattmüller-Schultz
Dozent(in):	Frau Dipl.-Ing. Mattmüller-Schultz und Dozentenschaft des Studiengangs Internationale Weinwirtschaft
Sprache:	Deutsch und Sprache der besuchten Unternehmen
Zuordnung zum Curriculum	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft
Lehrform/SWS:	Kleine Exkursionen: Exkursionen 3 SWS Gruppengröße 25
Arbeitsaufwand:	
Kreditpunkte:	3
Voraussetzungen nach Prüfungsordnung:	Keine
Empfohlene Voraussetzungen:	
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 Lebensmittelhandels 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 Lebensmittelhandels sowie der Zulieferindustrie und angrenzender Bereiche
Studien-/Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Erfolgreiche Teilnahme und Exkursionsbericht/schriftliche Ausarbeitung
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Prüfungsleistungen
Medienformen:	Führungen und Präsentationen in Unternehmen, Storechecks
Literatur:	

Modulbezeichnung:	Grundlagen des Weintourismus
Lehrveranstaltungen:	Grundlagen des Weintourismus Weintourismuspraktikum
Studiensemester:	5. und 6. Semester
Modulverantwortliche(r):	M. Sc. Rüdiger
Dozent(in):	M. Sc. Rüdiger
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Wahlmodul Studiengang Internationale Weinwirtschaft Wahlmodul Studiengang Getränketechnologie Wahlmodul Studiengang Weinbau und Oenologie
Lehrform/SWS:	Grundlagen des Weintourismus: Vorlesung, 4 SWS Gruppengröße unbegrenzt Weintourismuspraktikum: Seminaristischer Unterricht, Projektpraktikum, 2 SWS Gruppengröße 20
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit 90 Std. Eigenstudium 90 Std. (Vor- und Nachbereitung der Vorlesung; Anfertigung einer Ausarbeitung und/oder Präsentation, Vorbereitung auf die Modulprüfung)
Kreditpunkte:	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 - kennen die Grundlagen der Tourismusökonomie - können weintouristische Ideen und Veranstaltungen entwickeln - kennen die Möglichkeiten Weintourismus als Direktverkaufsinstrument zu nutzen - können weintouristische Problemfelder erkennen und sind befähigt diese mit Methoden der empirischen Forschung zu untersuchen <u>Weintourismuspraktikum:</u> Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> - entwickeln eigene weintouristische Projektideen und setzen diese praktisch um - können ein weintouristisches Projekt strukturieren, planen, praktisch umsetzen, steuern und überwachen - sind fähig, die einzelnen Projektschritte zu definieren, die Zeiträume für die einzelnen Projektabschnitte abzuschätzen, Meilensteine und Verantwortlichkeiten festzulegen - sind kompetent in der Planung und Zuordnung von projektbezogenen Personal- und Finanzressourcen - stärken folgender Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Fach- und Methodenkompetenzen • Personale Kompetenzen • Aktivitäts- und Handlungskompetenzen • Sozial-kommunikative Kompetenzen
Inhalt:	<u>Grundlagen der Weintourismus Vorlesung:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des Weintourismus - Vermarktungsmodelle im Weintourismus

	<ul style="list-style-type: none"> - Destinationsmanagement - Weintourismusmarketing - Weinerlebniswelten - Weintourismus als Direktvermarktungsinstrument - Winzergenossenschaften und Weintourismus - Veranstaltungsplanung und Strukturierung <p><u>Weintourismuspraktikum:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltungsorganisation - Veranstaltungsbudgetierung - Prozesse und Ressourcenmanagement - Praktische Umsetzung von Projektideen
Studien- /Prüfungsleistungen/Prüfungsformen:	Modulprüfung Prüfungsleistung: Klausur (K) Studienleistung Weintourismuspraktikum: Ausarbeitung (A) oder Referat / Präsentation (R/P), Anwesenheitspflicht
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Erfolgreicher Abschluss der Studien- und Prüfungsleistungen Regelmäßige und aktive Teilnahme
Medienformen:	Seminarvortrag, Eigenarbeit, Diskussion, PowerPoint, Excel
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Rüdiger, J., Hanf, J. H., Schweickert, E. (2015): Die Erwartungshaltung von Weintouristen in Deutschland. In: Berichte über die Landwirtschaft, Band 93, Ausgabe 2, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. - Dreyer, A., Ratz, J., Berauer, J. (2015): Weintourismus – Marketing für Weinregionen und Winzer, ITD-Verlag, Elmsholm, 2015. - Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R., Macionis, G. (2000): Wine Tourism Around the World – Development, management and markets, Butterworth-Heinemann, Oxford. - Bieger, T. (2010): Tourismuslehre - Ein Grundriss, Haupt Verlag, Bern, 2010. - Letzner, V. (2010): Tourismusökonomie: Volkswirtschaftliche Aspekte Rund Ums Reisen, De Gruyter Oldenbourg.