
Modulkatalog

GM-B 2015 Gesundheitsmanagement (B.A.)

Modulübersicht

0501	06-WISA-15	Wissenschaftliches Arbeiten
0502	06-VOWL-15	Volkswirtschaftslehre
0503	06-BWLI-15	Betriebswirtschaft I
0504	06-MARI-15	Marketing I
0505	06-UNFU-15	Unternehmensführung I
0506	06-KOMM-15	Kommunikationsmanagement
0507	06-RECH-15	Recht
0508	06-MAFO-15	Marktforschung
0509	06-IUDM-15	IT- und Datenmanagement
0510	06-BLII-15	Betriebswirtschaft II
0511	06-MAII-15	Marketing II
0512	06-UFII-15	Unternehmensführung II
0513	06-GESI-15	Gesundheitssystem I
0514	06-KAMM-15	Kampagnen-Management
0515	06-BIII-15	Betriebswirtschaft III
0516	06-GEII-15	Gesundheitssystem II
0517	06-REMO-15	Reflexionsmodul
0518	06-FULE-15	Führung und Leadership
0519	06-WTUM-15	Wissenschaftliche Theorien und Modelle
0520	06-GRUM-15	Gründungsmanagement
0521	06-WIPU-15	Wissenschaftliches Publizieren
0524	06-GPFP-15	Gesundheitspsychologie, -förderung und Prävention
0525	06-DIUV-15	Diagnostik und Versorgung
0526	06-GEKO-15	Gesundheitskommunikation
0527	06-GSST-15	Gesundheitssport und Sporttherapie
0528	06-APTB-15	Anatomie, Physiologie, Trainings- und Bew. -lehre
0529	06-SPWE-15	Spa und Wellness
0530	06-VEQU-15	Versorgung und Qualität
0531	06-TEPD-15	Therapie - Pflege - Diagnostik
0532	06-GEPR-15	Gesundheitsförderung und Prävention
0533	06-MGZU-15	Mgmt. v. Gesundheits- und Sozialunternehmen
0529	06-SPWE-15	Spa und Wellness
0534	06-MIGS-15	Marketing in Gesundheits- und Sozialwirtschaft
0535	06-BGMM-15	Grdl. Betriebliches Gesundheitsmanagement
0536	06-UNGE-15	Unternehmensgesundheit
0537	06-FUEG-15	Führung und Gesundheit
0538	06-SSPR-15	Stress- und Suchtprävention
0539	06-ERER-15	Ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse
0540	06-BESP-15	Bewegung und Sport
0541	06-ARGE-15	Arbeitsplatzgestaltung
0542	06-ATST-15	Akteure und Strukturen
0543	06-ITRM-15	Internationales Tourismus- und Resortmanagement
0544	06-SPTR-15	Sporttourismus
0529	06-SPWE-15	Spa und Wellness
0545	06-GETR-15	Gesundheitstourismus
0546	06-ERMA-15	Erlebnismarketing und Eventmanagement
0547	06-KTSP-15	Kampagnenmanagement Tourismus, Sport und Gesundheit
0331	06-LEUN-15	Lehrprojekt Unternehmen
0332	06-BAPR-15	Bachelorprojekt

Modulname:	Wissenschaftliches Arbeiten	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0501	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	1
Ausbildungsziele:	<p>Das Modul befähigt die Studierenden zum sicheren Umgang mit den Techniken wissenschaftlichen Arbeitens. Im Fokus des Moduls steht der Erwerb von Fertigkeiten zum wissenschaftsbasierten Bearbeiten von Fragen, Themen und Problemen im jeweiligen Studien-/Wissenschaftsbereich. Das Modul gibt einen umfassenden Überblick in Recherche-, Dokumentations- und Zitiertechniken. Es führt in das Arbeiten mit wissenschaftlichen Quellen ein und stellt Formen wissenschaftlicher Argumentation vor. Das Modul gibt weiterhin einen Einblick in personenbezogene Aspekte des Lernens, präsentiert Lerntypen und führt exemplarisch in Lerntechniken ein. Dies befähigt die Studierenden, wissenschaftliche Arbeitsprozesse individuell zu planen und selbständig durchzuführen. Die Studierenden lernen im</p> <p>Modul Präsentation- und Moderationstechniken kennen und sind in der Lage, diese praktisch umzusetzen.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Das Modul "Wissenschaftliches Arbeiten" vermittelt Grundlagen der Wissenschaftstheorie sowie grundlegenden Formen und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens. Diese Techniken werden im Seminar erprobt, die in den Vorlesungen vorgestellten methodischen und wissenschaftstheoretischen Zugänge werden so um den Themenkomplex "Angewandtes wis-senschaftliches Arbeiten" erweitert. Die Studierenden erlernen (1) die grundlegenden Begriffe wissenschaftlichen Arbeitens, (2) die Recherche von sowie den praktischen Umgang mit Texten, (3) den Umgang mit Daten und Quellen, (4) häufig verwendet Zitierkonventionen sowie (5) Präsentations- und Moderationstechniken. Zusätzlich werden den Studierenden Lernformen und Lerntypologien vorgestellt, die wissenschaftliches Arbeiten beeinflussen und bei der Wahl individueller, wissenschaftlichen Arbeitstechniken berücksichtigt werden sollten.</p>		
Lernmethoden:	<p>Die vorgestellten wissenschaftlichen Arbeitstechniken werden studienbezogen und praktisch erprobt. Das Erstellen von Präsentationen, Referatspapieren und Textbausteinen von Seminararbeiten wird im Modul geübt. Die Studierenden diskutieren und reflektieren Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens und beschäftigen sich anhand ausgewählter Themen aus der Praxis mit dem aktuellen Forschungs- und Diskussionsstand. Sie erarbeiten zu kritischen Themenstellungen aus dem Fachbereich ihres Studiums geeignete Forschungsfragen und -themen sowie passende Gliederungsstrukturen für wissenschaftliche Arbeiten.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Karmasin, Matthias; Ribbing, Rainer: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten sowie Dissertationen, UTB Wien, 2012 2) Franck Norbert Stary Joachim : Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung, 16., überarbeitete Auflage,, Paderborn, 2011 3) Brosius, H. B.; Koschel, F.; Haas, A.: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, VS-Verlag Wiesbaden, 2008 4) Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Weinheim, 2010 5) May,Yomb: Wissenschaftliches Arbeiten. Eine Anleitung zu Techniken und Schriftform, Stuttgart, 2010 		
Dozententeam:	<p>Prof. Dr. phil. Altendorfer, Otto (Hauptverantwortlicher) Günther, Susanne</p>		
Voraussetzungen:			

Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0501 Wissenschaftliches Arbeiten						Msn/PA	1
	05011 Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	1	1	0	0			
	05012 Methoden und Techniken	1	1	0	0			

Modulname:	Volkswirtschaftslehre	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0502	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	1
Ausbildungsziele:	<p>Die Studierenden besitzen umfassende Kenntnisse über die Makroökonomie und ihre Akteure. Sie kennen die Wirtschaftsmodelle und Methoden sowie die Effekte von Gleichgewicht, Ungleichgewicht und Stabilität. Sie sind in der Lage, die Struktur des Klassisch-Neoklassischen-Modells und des Keyneseanischen-Modells zu analysieren und kritisch zu bewerten. Sie kennen das Einkommen-Ausgaben-Modell und die Bedeutung der Investitions- und Liquiditätsfalle der Marktwirtschaft. Sie besitzen umfassende Kenntnisse über die Mikroökonomie der Haushalte und Unternehmen und der darauf basierenden Elastizitäten. Sie kennen die Effekte der Nutzen- und Gewinnmaximierung sowie der Preisbildung am Markt. Die Studierenden sind vertraut mit der güterwirtschaftlichen und monetären Außenwirtschaftstheorie des globalisierten Marktes. Sie kennen die Bedeutung des Wechselkurses sowie der Ordnung des Welthandels.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Den Studierenden wird Wissen zur Makroökonomie und zur Mikroökonomie vermittelt. Sie lernen die Wirtschaftssubjekte (Unternehmen, öffentliche und private Haushalte, Ausland) und Wirtschaftsobjekte (Sachgüter, Dienstleistungen, Faktorleistungen, Geld, Wertpapiere) kennen. Gleichzeitig werden die Studierenden mit den Effekten des Marktgleichgewichts und daraus resultierenden Preis- und Mengeneffekten vertraut gemacht.</p> <p>Die Studierenden beschäftigen sich mit dem Klassisch-Neoklassischen-Modell und der Koordination der Wirtschaftspläne von Unternehmen und Haushalten auf verschiedenen Märkten. Sie analysieren die Effekte von Einkommen und Ausgaben im Keyneseanischen-Modell. Ihnen werden die Elastizitäten der Nachfrage und des Angebots vermittelt. Verschiedene Marktformen (Monopol, Oligopol, Polypol) werden analysiert und bewertet. Die Studierenden lernen außerdem verschiedene Zahlungsbereitschaften der Konsumenten und Produzenten kennen.</p> <p>Sie beschäftigen sich mit dem ökonomischen Verhalten und den Entscheidungen einzelwirtschaftlicher Akteure sowie mit der Unternehmens- und Haushaltstheorie. Sie diskutieren die Bedeutung der realen und monetären Außenwirtschaftstheorie. Es werden die Akteure und Ziele der Geld- und Währungspolitik (Inflation, Deflation, Zinspolitik, Preisstabilität, Wettbewerbsfähigkeit, Kaufkraft, gesetzliche Regelungen) behandelt.</p>		
Lernmethoden:	<p>Die Studierenden führen in Form von interaktivem Unterricht Recherchen, Analysen und Präsentationen zur Makro-, Mikroökonomie und Außenwirtschaft durch, die kritisch reflektiert und diskutiert werden. Die theoretischen Grundlagen werden durch aktuelle Fallstudien und Praxisbeispiele vertieft.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Issing, Otmar: Einführung in die Geldtheorie, München, 2011 2) Mankiw, Nicholas Gregory: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre Stuttgart, 2004 3) Mankiw, Gregory, N.; John, Klaus Dieter: Makroökonomik: Mit vielen Fallstudien, Stuttgart, 2011 4) Felderer, Bernhard; Homburg, Stefan : Makroökonomik und neue Makroökonomik, Berlin, 2005 5) Jarchow, Hans-Joachim: Theorie und Politik des Geldes, Göttingen, 2003 6) Brümmerhoff, Dieter: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, München, 2007 7) Samuelson, Paul A.; Nordhaus, William D.: Volkswirtschaftslehre, München, 2010 		
Dozententeam:	Prof. Dr. rer. pol. Krah, Eckehard (Hauptverantwortlicher)		

	Prof. Graßau, Günther							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0502 Volkswirtschaftslehre						Ms/90	1
	05021 Makroökonomie	1	0	0	0			
	05022 Mikroökonomie	1	1	0	0			
	05023 Internationale Wirtschaftssysteme	0	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Betriebswirtschaft I	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0503	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	1
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden sind vertraut mit dem Erkenntnisobjekt der Betriebswirtschaftslehre und können u.a. den Betrieb als Objekt der Betriebswirtschaftslehre einordnen. Darüber hinaus kennen sie die Aufbauelemente des Betriebs und die damit zusammenhängenden konstitutiven und funktionalen Entscheidungen. Ebenso kennen sie die Grundlagen der Produktions- und Kostentheorie.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsvorfälle in Bestands- und Erfolgskonten zu dokumentieren. Sie sind mit dem formalen Aufbau und dem Prinzip der doppelten Buchführung vertraut. Sie können den Periodenerfolg ermitteln und den Jahresabschluss erstellen sowie bewerten.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Zu Beginn des Moduls erhalten die Studierenden eine Einführung in den Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre. Der Begriff des Betriebes wird dabei definiert und übergreifend eingeordnet. Die Studierenden lernen den Unterschied zwischen konstitutiven Entscheidungen (hinsichtlich Produktionsfaktoren, Rechtsformwahl, Konzentrationsform und Standortwahl) und funktionalen Entscheidungen (hinsichtlich Produktion, Absatz sowie Investition und Finanzierung) kennen. Die Studierenden lernen die Ziele der Produktions- und Kostentheorie kennen und erarbeiten die Grundlagen anhand praktischer Beispiele.</p> <p>Im Seminar Buchführung und Bilanzierung wird Wissen im externen Rechnungswesen eines Unternehmens vermittelt. Hierzu zählen das Aufstellen von Buchungssätzen und die Verbuchung in Erfolgs- und Bestandskonten ebenso wie die Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz. Dabei werden die Studierenden mit dem Formalaufbau von Bilanzen sowie mit den verschiedenen Bilanzarten vertraut gemacht. Die Studierenden lernen zwischen den handels- und steuerrechtlichen Einzelvorschriften zu differenzieren. Ebenso lernen sie die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und Bilanzierung mit Zweck und Inhalt kennen.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Die Grundkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre werden im interaktiven Unterricht vermittelt. Anhand praktischer Beispiele können konstitutive und funktionale Entscheidungen umfassend reflektiert werden. Die Dokumentation von Geschäftsvorfällen wird anhand von Fallstudien veranschaulicht. Die "Mechanik" von Buchungsvorgängen wird anhand von Beispielaufgaben eingeübt. Eine Sensibilisierung für die gesetzlichen Vorschriften erfolgt durch das Bearbeiten unterschiedlicher Beispielszenarien.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Gabler Wiesbaden, 2006 2) Coenenberg, A. G.; Haller, A.; Mattner, G.; Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen: Grundzüge der Buchführung und Bilanzierung, Stuttgart, 2009 3) Wöhe, Günther; Döring, Ulrich: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Vahlen München, 2008 4) Vahs, Ditmar; Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Schäfer-Poeschel Stuttgart, 2007 5) Schmolke, S.; Deitermann, M.: Industrielles Rechnungswesen, Winklers Darmstadt, 2007 6) Coenenberg, A.: Kostenrechnung und Kostenanalyse Landsberg am Lech, 1992 7) Bensch, Jörg: Praktische Fälle aus der Betriebswirtschaftslehre, Kiehl Ludwigshafen, 2007 		

Dozententeam:	Prof. Graßau, Günther (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. oec. Tolkmitt, Volker							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0503 Betriebswirtschaft I						Ms/90	1
	05031 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	1	1	0	0			
	05032 Buchführung/ Bilanzierung	0	2	0	0			

Modulname:	Marketing I	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0504	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	1					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden sind fähig, das Marketingmanagement von Unternehmen zu analysieren, Marketingziele, Märkte und Zielgruppen zu bestimmen und entsprechende Marketingstrategien herzuleiten. Sie sind kompetent, das strategische vom operativen Marketing zu unterscheiden. Sie sind qualifiziert, die Grundsätze der Effektivität und Effizienz und der Wertschöpfung zu beachten. Sie sind fähig, Strategien und Verfahren für Aufgaben des internationalen Marketings zu erarbeiten und praxisnah anzuwenden. Sie sind in der Lage, das Marketingmanagement des Unternehmens auf neue Zielgruppen, Communities und Szenen auszurichten und neue Märkte im Rahmen von Marktinnovationsstrategien (z.B. in den BRIC-Ländern) zu erschließen.							
Lehrinhalte:	Die Studierenden beschäftigen sich mit strategischen Aufgaben des Marketingmanagements. Sie lernen geeignete Strategien für den Markteintritt auf nationalen und internationalen Märkten, für Markterweiterung und Produktinnovation kennen. Besondere Aufmerksamkeit kommt der Analyse von Zielgruppenmärkten sowie der Untersuchung von Konsumentenverhalten, Lifestyles und Einstellungen zu. Sie entwickeln marktorientierte Lösungen der Unternehmensführung im strategischen Bereich, analysieren Marktchancen und -risiken, bestimmen Werte und Ziele, analysieren Zielgruppenmärkte, beschäftigen sich mit Konsumentenverhalten und aktuellen Lebensstilen und steuern passende Zielgruppen und Markttrends an.							
Lernmethoden:	Die Kenntnisse und Fähigkeiten zur Entwicklung und Anwendung von aktuellen Marketingkonzepten werden durch praxisorientierten Unterricht und interaktive Lernmethoden vermittelt. Die Studierenden diskutieren und reflektieren gemeinsam die Möglichkeiten und Strategien des Marketings und der Ansprache von Märkten und Zielgruppen.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kotler, Philipp; Armstrong, Gary; Saunders, John; Wong, Veronica : Grundlagen des Marketing, München, 2010 2) Kluxen, Bodo: Internationales Marketing, Herne, 2012 3) Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Becker, Christian : Internationales Marketingmanagement, Stuttgart, 2010 4) Vollert, K.: Marketing Bayreuth, 2006 5) Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, Wiesbaden, 2015 6) Homburg, Christian: Marketingmanagement, Wiesbaden, 2012 7) Halfmann, Marion: Zielgruppen im Konsumentenmarketing, Wiesbaden, 2014 							
Dozententeam:	Prof. Dr. phil. Wrobel-Leipold, Andreas (Hauptverantwortlicher) M.A. Pötz, Falk							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0504 Marketing I						Ms/90	1
	05041 Strategisches Marketing	2	0	0	0			
	05042 Märkte und Zielgruppen	0	1	0	0			

	05043 Internationales Marketing	0	1	0	0
--	---------------------------------	---	---	---	---

<i>Modulname:</i>	Unternehmensführung I	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0505	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	1
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verstehen Unternehmensführung als normative, strategische und operative Ausrichtung des Managements zur Sicherung der Produktivität, Effektivität und Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. Sie sind in der Lage, Aufbau- und Ablaufstrukturen der Unternehmensorganisation zu analysieren und zu bewerten. Sie sind fähig, branchenbezogen Geschäftsfelder zu definieren, Geschäftseinheiten und -prozesse zu planen sowie geeignete Märkte zu identifizieren und zu segmentieren. Sie kennen die strategische Bedeutung von Unternehmenszielen, -grundsätzen und -leitlinien für die Entwicklung zukunftsorientierter Potentiale und einer innovationsorientierten Unternehmenskultur. Sie sind qualifiziert, einerseits im Sinne der ressourcenorientierten Unternehmensführung unternehmerische Kernkompetenzen zu entwickeln und zu nutzen, andererseits im Sinne der markt- und wettbewerbsorientierten Unternehmensführung marktinnovative Strategien zu entwickeln. Sie verstehen die Bedeutung von Führungsgrundsätzen, wenn es um die operative Umsetzung geht. Sie sind in der Lage, strategische Entscheidungen zu bewerten und geeignete Internationalisierungsstrategien zu entwickeln, länderspezifisch umzusetzen und zu kontrollieren. Sie verstehen die Rolle von Qualitätskonzepten zur Sicherung der ökonomischen Leistungsfähigkeit und des unternehmerischen Werts (Shareholder Value). Sie sind qualifiziert, Erfolgsfaktoren und Handlungsoptionen wachstums- und wertorientierter Unternehmensführung zu bestimmen.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Studierenden werden eingeführt in Entscheidungsfelder der strategischen und operativen Unternehmensführung. Sie beschäftigen sich mit Organisationsstrukturen, Managementprozessen, Leitlinien, Strategien und operativen Handlungsfeldern der Unternehmensführung. Anhand praxisorientierter Aufgabenstellungen, Chancen und Risiken, vor denen Unternehmen verschiedener Branchen aktuell stehen, werden geeignete Lösungsstrategien entwickelt und operationale Handlungsoptionen diskutiert. Geeignete Geschäftsfelder und Portfoliostrategien werden unter Berücksichtigung unternehmerischer Ressourcen und Kompetenzen sowie der Umwelt- und Marktchancen analysiert und entwickelt. Die Studierenden beschäftigen sich mit Methoden und Instrumenten des Controllings zur Unterstützung der Managementprozesse und der Sicherung der Zielerreichung. Sie reflektieren aktuelle Konzepte und Modelle wertorientierter Unternehmensführung.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Die Kenntnisse und Fähigkeiten der strategischen und operativen Unternehmensführung werden durch interaktive und diskursive Verfahren des Unterrichts vermittelt. Anhand branchenbezogener Fallstudien werden Aufgabenstellungen und Entscheidungsfelder der Unternehmensführung praxisbezogen erarbeitet. Die Studierenden entwickeln geeignete Lösungsstrategien für aktuelle Herausforderungen, präsentieren und diskutieren diese in der Lehrveranstaltung und arbeiten sie schriftlich aus.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Büter, Clemens: Internationale Unternehmensführung, München, 2010 2) Steinmann, Horst; Schreyogg, Georg; Koch, Jochen: Management: Grundlagen der Unternehmensführung, Wiesbaden, 2013 3) Welge, M.K.; Al-Laham, A.: Strategisches Management, Wiesbaden, 2012 4) Hungenberg, Harald: Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren Wiesbaden, 2011 5) Gälweiler, Aloys: Strategische Unternehmensführung, Campus Verlag Frankfurt/Main, 2005 		

	6) Poeschl, Hanno: Strategische Unternehmensführung zwischen Shareholder-Value und Stakeholder-Value, Wiesbaden, 2013 7) Macharzina, Klaus; Wolf, Joachim: Unternehmensführung, Wiesbaden, 2012																																								
Dozententeam:	Prof. Dr. rer. pol. Krahl, Eckehard (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. Kreyher, Volker J.																																								
Voraussetzungen:																																									
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																								
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0505 Unternehmensführung I</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05051 Grundlagen der Unternehmensorganisation</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05052 Strategisches Management</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05053 Operatives Management</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0505 Unternehmensführung I						Ms/90	1	05051 Grundlagen der Unternehmensorganisation	2	0	0	0				05052 Strategisches Management	0	1	0	0				05053 Operatives Management	0	1	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																																		
0505 Unternehmensführung I						Ms/90	1																																		
05051 Grundlagen der Unternehmensorganisation	2	0	0	0																																					
05052 Strategisches Management	0	1	0	0																																					
05053 Operatives Management	0	1	0	0																																					

<i>Modulname:</i>	Kommunikationsmanagement	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0506	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	1
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden sind fähig, das Kommunikationsmanagement von Unternehmen und Organisationen, Produkten und Marken zu bewerten und adäquate Kommunikationskonzeptionen zu entwickeln. Sie sind qualifiziert, die Ausgangssituation zu analysieren, ziel- und zielgruppengerechte Kommunikationsstrategien zu entwickeln und anzuwenden und die Kommunikationswirkung zu kontrollieren. Sie verstehen die Bedeutung der Integrierten Kommunikation, d.h. der thematischen, formalen und zeitlichen Abstimmung der Kommunikationsaktivitäten, für die strategische Ausrichtung des Kommunikationsmanagements auf unternehmerische Ziele und Werte. Die Studierenden wissen, dass im operativen Kommunikationsmanagement das taktische Vorgehen im Einzelnen und die Spezifika der Kommunikationsinstrumente im Vordergrund stehen. Sie sind fähig, klassische und neue Kommunikationsinstrumente einzusetzen, die darauf abzielen, unternehmens- und produktbezogene Kommunikationsziele zu realisieren. Sie sind in der Lage, die operative Umsetzung des Kommunikationsmanagements zu steuern und zu kontrollieren, die Kommunikationsinstrumente aufeinander abzustimmen und geeignete Medien crossmedial einzusetzen.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>In der Lehrveranstaltung werden praxisbezogene Fähigkeiten des Kommunikationsmanagements, insbesondere Analyse, Strategie, Taktik und Kontrolle, aufgebaut. Die Studierenden erarbeiten fallbezogen Kommunikationskonzeptionen für verschiedene Branchen und Märkte, bestimmen Ziele und Zielgruppen und lernen, die Kommunikationsaktivitäten auf strategische Ziele auszurichten, zu steuern und zu kontrollieren. Die Studierenden beschäftigen sich intensiv mit dem Einsatz von Kommunikationsinstrumenten im Unternehmens- und Produktmanagement. In den Lehrveranstaltungen werden die Studierenden in den zielgruppengerechten Einsatz der Kommunikationsinstrumente eingeführt. Sie lernen, die Kommunikationsinstrumente so im Kommunikations-Mix aufeinander abzustimmen, dass die Kommunikationsziele optimal erreicht werden.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Durch praxisorientierten Unterricht und interaktive Lernmethoden vermittelt das Modul Kenntnisse und Fähigkeiten zur strategischen Steuerung des Kommunikationsmanagements und zur Entwicklung von Kommunikationskonzeptionen. Die Studierenden erarbeiten und präsentieren Konzepte für aktuelle Kommunikationsaufgaben. Praxisbezogene Kenntnisse und Fähigkeiten für den ziel- und zielgruppengerechten Einsatz von Instrumenten und Medien werden vermittelt.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mahrtdt, Niklas: Crossmedia: Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen, Gabler Wiesbaden, 2011 2) Schmidbauer, K.; Knödler-Bunte, E.: Das Kommunikationskonzept Potsdam, 2007 3) Tropp, Jörg: Moderne Marketing-Kommunikation, VS, Verl. für Sozialwiss. Wiesbaden, 2011 4) Röttger, Ulrike; Gehrau, Volker; Preusse, Joachim: Strategische Kommunikation, Wiesbaden, 2013 5) Bruhn, Manfred: Unternehmens- und Marketingkommunikation, Vahlen München, 2011 		
<i>Dozententeam:</i>	<p>Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard</p>		
<i>Voraussetzungen:</i>			

Arbeitslast: - workload	90 LVS 60 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0506 Kommunikationsmanagement						Ms/90	1
	05061 Strategisches und operatives Kommunikationsmanagement	2	1	0	0			
	05062 Kommunikationsinstrumente und -konzepte	2	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Recht	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0507	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	1
<i>Ausbildungsziele:</i>	Die Studierenden verstehen das Wirtschaftssystem als ein rechtlich geregeltes System. Sie sind vertraut mit der Rechtsordnung und verfügen über vertiefte Kenntnisse in ausgewählten Bereichen des Wirtschaftsprivatrechts. Die Studierenden kennen die zivilrechtlichen Voraussetzungen und Wirkungen wirtschaftlicher Aktivitäten. Sie sind in der Lage, mögliche Rechtsprobleme im Vorfeld zu erkennen und zu bewältigen. Die Studierenden sind befähigt, unter Anwendung der juristischen Methodik rechtliche Fälle aus dem unternehmerischen Alltag zu beurteilen.		
<i>Lehrinhalte:</i>	Die Studierenden beschäftigen sich mit dem Begriff und den Funktionen des Rechts. Die Rechtsordnung wird mit ihren Bezügen zu den Grundrechten, den Staatsprinzipien, der Gewaltenteilung und der Einbindung in die Europäische Union vertiefend behandelt. Die Studierenden erwerben fundierte und anwendungsbereite Kenntnisse der wirtschaftlich wichtigen Grundlagen des Bürgerlichen Rechts, insbesondere des Schuld- und Sachenrechts. Besondere Schwerpunkte bilden das Verbraucherschutzrecht, das Fernabsatzrecht (elektronischer Geschäftsverkehr) und das Recht der Kreditsicherung. Darauf aufbauend werden das Handels- und Gesellschaftsrecht behandelt, wobei besonderes Augenmerk der Kaufmannseigenschaft und den Handelsgeschäften sowie der Gründung und Haftung von Personen- und Kapitalgesellschaften gilt. Dargestellt werden auch die unternehmerischen Möglichkeiten und Pflichten im Zusammenhang mit Krise und Insolvenz einer Gesellschaft. Den Studierenden werden zudem grundlegende Kenntnisse im Steuerrecht vermittelt, so dass sie mit den relevanten Steuerbegriffen und -arten sowie mit den unternehmerischen Pflichten im Steuerrecht vertraut sind. Die Studierenden beschäftigen sich mit dem Gewerblichen Rechtsschutz und lernen, wie das geistige Eigentum des Unternehmens geschützt werden kann. Der Fokus liegt auf dem Markenrecht, insbesondere der Anmeldung und dem Schutz von Marken sowie der Vergabe von Lizenzen.		
<i>Lernmethoden:</i>	Die umfassenden Kenntnisse und Fähigkeiten zur juristischen Methode und zu den rechtlichen Grundlagen wirtschaftlichen Handelns werden den Studierenden anhand von interaktivem Unterricht vermittelt. Die theoretischen Inhalte werden durch praxisorientierte Fallbeispiele erweitert, die von den Studierenden in Form von Analysen, Referaten und Präsentationen bearbeitet werden. Zur Verdeutlichung von rechtlichen Gestaltungsspielräumen und rechtlichen Risiken werden außerdem Vertragsbeispiele aus der Praxis untersucht.		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Avenarius, Hermann: Die Rechtsordnung der Bundesrepublik Deutschland, Luchterhand Bonn, 2001 2) Fetzer, Thomas; Arndt, Hans-Wolfgang : Einführung in das Steuerrecht, Heidelberg, 2012 3) Fischer, Hans Georg: Europarecht, Heymann München / Köln, 2008 4) Hoffmann, Markus; Richter, Thorsten S.: Geistiges Eigentum in der Betriebspraxis, Wiesbaden, 2011 5) Eisenmann, Hartmut; Jautz, Ulrich: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Müller (C.F.Jur.) Heidelberg, 2007 6) Kallwass, Wolfgang; Abels, Peter: Privatrecht. Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, Zivilprozessrecht, Insolvenzrecht, München, 2011 7) Führich, Ernst: Wirtschaftsprivatrecht. Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, München, 2012 		

Dozententeam:	Prof. Dr. Handschumacher, Johannes (Hauptverantwortlicher) Prof. Mayer, Kurt-Ulrich							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0507 Recht						Ms/90	1
	05071 Rechtsordnung	1	0	0	0			
	05072 Grundlagen Bürgerliches Recht	1	0	0	0			
	05073 Grundlagen Handels-, Gesellschafts- und Steuerrecht	0	1	0	0			
	05074 Markenrecht	0	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Marktforschung	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0508	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	2
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, aus einer unternehmerischen Fragestellung ein Forschungsdesign entwickeln. Sie kennen die Ziele und Instrumente der Marktforschung und sind fähig, ein Forschungsprojekt aufzusetzen, dessen Ablauf in den wesentlichen Stadien zu planen und durchzuführen. Die Studierenden beherrschen qualitative und quantitative Erhebungsmethoden und verstehen es, die Erhebungsinstrumente unter Einhaltung der Gütekriterien zu entwickeln und anzuwenden. Weiterhin beherrschen die Studierenden die Grundlagen und die praktische Anwendung statistischer Verfahren. Die Studierenden sind befähigt, sowohl quantitative als auch qualitative Methoden anzuwenden. Die Studierenden sind in der Lage wissenschaftlich fundierte Leitfäden zu entwickeln, die Erhebung entsprechend relevanter Kriterien durchzuführen und die Ergebnisse inhaltsanalytisch auszuwerten und kritisch einzuordnen.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Im Modul lernen die Studierenden zunächst Aufgaben, Ziele, Rolle und Bedeutung der Marktforschung kennen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der strategischen Relevanz eines geschärften Zielgruppenverständnisses. Die Studierenden werden außerdem für die Bedeutung der (Consumer) Insights für die Generierung von Wettbewerbsvorteilen sensibilisiert. Sie erlernen die Methoden und Verfahren der Marktforschung entlang eines idealtypischen Forschungsprozesses. Die Studierenden setzen sich mit verschiedenen unternehmerischen Fragestellungen auseinander, die es gilt in ein Forschungsdesign zu übersetzen. Sie lernen den Forschungsanlass und das Forschungsziel einzugrenzen und zu formulieren. Die Studierenden lernen Sekundär- und Primärdaten mit Vor- und Nachteilen voneinander abzugrenzen. Im Bereich der Marktforschung werden die quantitativen und die qualitativen Methoden voneinander abgegrenzt. In diesem Kontext setzen sich die Studierenden zudem mit den Anforderungen an die wissenschaftliche Forschung bzw. Messung (zentralen Gütekriterien) auseinander. Weiterhin werden den Studierenden Kompetenzen zur Entwicklung von Erhebungsinstrumenten vermittelt - sie lernen insbesondere die idealtypische Konstruktion eines (standardisierten) Fragebogens kennen. Die Studierenden werden dabei hinsichtlich unterschiedlicher Fragen- und Skalen-Typen sensibilisiert. Einen besonderen Schwerpunkt bilden die Verfahren der qualitativen Forschung - insbesondere auch als Vorbereitung für die Bachelorarbeit. Die Studierenden setzen sich u.a. mit der Expertenauswahl, der Entwicklung von Interviewleitfäden und der qualitativen Inhaltsanalyse auseinander. Im Rahmen der quantitativen Methoden lernen die Studierenden grundlegende statistische Methoden kennen. Dazu gehören die deskriptive und induktive Statistik sowie multivariate Analyseverfahren. Die Studierenden werden außerdem mit der Interpretation der anhand von Analyseprogrammen generierten Outputs vertraut gemacht.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Im interaktiven Unterricht eignen sich die Studierenden die theoretischen Inhalte der Lehrveranstaltungen anhand von anwenderorientierten Praxisbeispielen an. In kritischen Diskussionen lernen die Studierenden Methoden und Ergebnisse der Marktforschung im spezifischen Kontext einzuordnen und zu hinterfragen. Zudem entwickeln sie eigene Forschungsdesigns und/ oder Fragebögen zu spezifischen Fragestellungen. Die Studierenden bearbeiten beispielhaft Aufgaben der Markt- und Kommunikationsforschung und entwickeln mittels qualitativer oder quantitativer Methoden belastbare Lösungsansätze. Anhand von Beispieldatensätzen interpretieren sie die Outputs von Analyseprogrammen.</p>		

<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Möhring, W.; Schlütz, D.: Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung., Wiesbaden, 2010 2) Gläser, J.; Laudel, G.: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, Wiesbaden, 2010 3) Berekoven, Ludwig u. a.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Gabler Wiesbaden, 2004 4) Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung., Heidelberg/Berlin, 2010 5) Mayring, P.: Qualitative Inhaltsanalyse - Grundlagen und Techniken, Weilheim, 2010 6) Kühn, T.; Koschel, K.-V.: Qualitative Markt- und Konsumforschung: Einführung und Praxis, Wiesbaden, 2015 7) Fahrmeir, Ludwig; Künstler, Rita; Pigeot, Iris: Statistik: Der Weg zur Datenanalyse, Springer Berlin, 2007 							
<i>Dozententeam:</i>	Scharf, Sebastian (Hauptverantwortlicher)							
<i>Voraussetzungen:</i>								
<i>Arbeitslast:</i> - workload	75 LVS 75 SSZ							
<i>Lerneinheitenformen:</i> - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0508 Marktforschung						Ms/90	1
	05081 Grundlagen der Marktforschung	1	1	0	0			
	05082 Qualitative und quantitative Forschung	1	1	0	0			
	05083 Statistik und Datenanalyse	0	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	IT- und Datenmanagement	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0509	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	2
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verstehen die Funktionsweise und kennen relevante Anwendungsfelder von Computern, IT-Komponenten und Netzwerkdiensten - primär im unternehmerischen Alltag. Zudem verfügen die Studierenden über erste Kenntnisse hinsichtlich der Regelungen des (nationalen) Datenschutzes. Sie wissen auch wie diese Regelungen in der IT abgebildet und umgesetzt werden. Die Studierenden kennen die wichtigsten Systeme und Anwendungen in der unternehmerischen Praxis und verstehen deren Aufgaben und Anwendungsgebiete.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Zu Beginn des Moduls erhalten die Studierenden eine Einführung zur Entwicklung der IT ("Dritte industrielle Revolution"). Die Studierenden werden für die aktuelle sowie künftige Bedeutung der IT im privaten und unternehmerischen Alltag sensibilisiert. Neben den wichtigsten Grundbegriffen der IT lernen die Studierenden idealtypische Systemarchitekturen einschließlich relevanter IT-Komponenten kennen. Im Themenfeld der IT-Infrastrukturen lernen die Studierenden auch Funktionsweisen, Anforderungen und technische Besonderheiten der Netzwerktechnik kennen. Einfache Rechnernetze werden hinsichtlich der Aufbau- und Funktionsweisen, der wichtigsten Dienste und Ports analysiert. Als spezielle Ausprägung eines Rechnernetzes wird das Internet vertieft. Die Studierenden lernen zielgruppengerechte Strategien und Konzepte für Webpräsenzen zu entwickeln und entsprechend zu evaluieren. Darüber hinaus lernen sie weitere Anwendungen des Web 2.0 kennen - insbesondere auch im Umfeld von Social Media und Mobile Communication.</p> <p>Weiterhin werden die Studierenden für das Themenfeld der Datensicherheit und des Datenschutzes sensibilisiert. Die Studierenden verschaffen sich einen Überblick über die wichtigsten Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes und lernen anhand praktischer Beispiele zu erkennen, wie der Datenschutz in Unternehmen und deren IT-Systemen umgesetzt wird.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Im interaktiven Unterricht eignen sich die Studierenden die theoretischen Inhalte der Lehrveranstaltungen anhand von anwenderorientierten Praxisbeispielen an. Anhand von realen Praxisbeispielen lernen die Studierenden Systeme, Infrastrukturen, Komponenten und Applications kennen. In kritischen Diskussionen werden Möglichkeiten und Grenzen des IT- und Datenmanagements erörtert. Die Studierenden lernen anhand von Fallstudien die Besonderheiten der Datensicherheit und des Datenschutzes kennen und reflektieren. Zu ausgewählten Fragestellungen erarbeiten sie Präsentationen und stellen diese in Form von Referaten vor.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Stahlknecht, Peter: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer Verlag Berlin, Heidelberg, 2005 2) Abts, D.; Mülder, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik: Eine kompakte und praxisorientierte Einführung, Wiesbaden, 2013 3) Schwarzer, B.; Krcmar, H.: Grundlagen betrieblicher Informationssysteme, Stuttgart, 2014 4) Mertens, P.; Bodendorf, F.; König, W.; Picot, A.; Schumann, M; Hess, T.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Wiesbaden, 2012 5) Kappes, M.: Netzwerk- und Datensicherheit: Eine praktische Einführung, Wiesbaden, 2013 6) Hansen, Hans Robert: Wirtschaftsinformatik I, UTB Fischer Verlag Stuttgart, 2005 		
<i>Dozententeam:</i>	Prof. Dr.-Ing. Hösel, Michael (Hauptverantwortlicher)		

	Dipl.-Ing. Lubosch, Peter							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0509 IT- und Datenmanagement						Ms/90	1
	05091 Grundlagen der Informatik und IT-Infrastruktur	1	0	0	0			
	05092 Anwendungen	1	1	0	0			
	05093 Datensicherheit und Datenschutz	0	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Betriebswirtschaft II	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0510	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	2
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden wissen zwischen externem und internem Rechnungswesen zu differenzieren und kennen die wesentlichen Unterschiede. Die Studierenden kennen Aufgaben, Teilgebiete und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung. Dieses Wissen und die damit verbundenen Fähigkeiten dienen als Basis für die Verknüpfung von Geschäftsmodellen mit kostengesteuerten Wertschöpfungsaktivitäten. Die Studierenden kennen Hauptaufgaben, Funktionen und Stakeholder der Finanzwirtschaft von Unternehmen. Sie wissen die finanzwirtschaftlichen Ziele Rentabilität, Liquidität und Sicherheit zu differenzieren. Sie verfügen über eine spezifische Fachkompetenz zur Beurteilung und Erstellung der Finanz- und Investitionsplanung von Unternehmen. Die Studierenden sind mit den grundlegenden Arten der Investitionsrechnung vertraut. Sie kennen statische und dynamische Verfahren zur Beurteilung von Sach- und Finanzinvestitionen. Sie besitzen Kenntnisse zu Teilbereichen und Aufgaben des Controllings.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Im Modul lernen die Studierenden die Inhalte und Entscheidungstatbestände der Kosten- und Leistungsrechnung kennen. Sie setzen sich mit den Zusammenhängen zwischen Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung und Kostenträgerrechnung auseinander. Sie lernen die Grundlagen der Geschäftsmodellentwicklung bzw. -innovation kennen. Die Studierenden werden damit befähigt, bestehende Geschäftsmodelle zu analysieren und eigene Geschäftsmodelle in ihren Grundzügen zu entwickeln. Die Studierenden setzen sich zunächst mit den terminologischen Grundlagen der Investition und Finanzierung auseinander. Die Studierenden lernen geeignete Kennzahlen für die Rentabilitäts- und Liquiditätsanalyse kennen und anzuwenden. Sie setzen sich mit Methoden zur Unterstützung von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen auseinander. Weiterhin lernen die Studierenden die unterschiedlichen Finanzierungsarten kennen. Der Ablauf der Finanzplanung sowie die verschiedenen Möglichkeiten der Innen- und Außenfinanzierung werden erörtert. Das Modul schließt mit einem Überblick zum Controlling. Die Unterschiede zwischen strategischem und operativem Controlling werden herausgearbeitet.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Durch interaktiven Unterricht eignen sich die Studierenden Kenntnisse des Rechnungswesens an. Die Studierenden analysieren Geschäftsmodelle, insbesondere auch aus Perspektive der Kostenrechnung. Anhand von Fallstudien lernen Sie Investitions- und Finanzierungsentscheidungen mit geeigneten Methoden zu fundieren.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Thommen, Jean-Paul; Achleitner, Ann-Kristin: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Gabler Wiesbaden, 2006 2) Wöhe, Günther; Döring, Ulrich: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Verlag Vahlen München, 2008 3) Vahs, Ditmar; Schäfer-Kunz, Jan: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel Stuttgart, 2007 4) Olfert, K.; Rahn, L.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Kompendium d. prakt. Betriebswirtschaft, Kiehl Ludwigshafen, 2008 5) Perridon, Louis; Steiner, Manfred: Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen München, 0 6) Becker, H. P.: Investition und Finanzierung - Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Wiesbaden, 2013 		
<i>Dozententeam:</i>	<p>Prof. Graßau, Günther (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. oec. Tolkmitt, Volker</p>		

Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	75 LVS 75 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0510 Betriebswirtschaft II						Ms/90	1
	05101 Kosten- und Leistungsrechnung	1	1	0	0			
	05102 Geschäftsmodelle	1	0	0	0			
	05103 Investition und Finanzierung	0	1	0	0			
	05104 Controlling	0	1	0	0			

Modulname:	Marketing II	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0511	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	2					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden wissen, dass im operativen Marketingmanagement die Spezifika der Marketinginstrumente im Vordergrund stehen. Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente des operativen Marketings ziel- und zielgruppengerecht einzusetzen. Sie sind kompetent, den Stellenwert des operativen Marketings zu bestimmen, instrumentelle Maßnahmen und Aktivitäten zu entwickeln und marktorientierte Lösungen einzusetzen. Sie sind in der Lage, die Marketinginstrumente aufgabengerecht anzuwenden. Sie sind fähig, die Marketinginstrumente (product, place, price, promotion) im Sinne des Marketing-Mix zielgerichtet aufeinander abzustimmen.							
Lehrinhalte:	Die Studierenden lernen die Aufgabenfelder und Instrumente des operativen Marketings kennen. Sie erlernen, die Marketinginstrumente zielgruppengerecht für marktorientierte Aufgaben einzusetzen. Sie erfahren anhand von Fallstudien die Bedeutung und Nutzung von Instrumentalstrategien zu produkt-, preis-, distributions- und kommunikationspolitischen Bereichen des Marketings.							
Lernmethoden:	Im Rahmen eines praxisorientierten Unterrichts wenden die Studierenden geeignete Marketinginstrumente zur Umsetzung der Marketingstrategie an. Sie entwickeln in Einzel- und Gruppenarbeit geeignete Konzepte für den Marketing-Mix. Sie reflektieren und diskutieren im Plenum die Wirksamkeit des ausgewählten Instrumenteneinsatzes.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kotler, Philipp; Armstrong, Gary; Saunders, John; Wong, Veronica : Grundlagen des Marketing, München, 2010 2) Haas, Alexander; Ivens, Björn Sven : Innovatives Marketing, Gabler Wiesbaden, 2005 3) Bruhn, Manfred: Marketing, Wiesbaden, 2012 4) Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, Wiesbaden, 2015 5) Bernecker, Michael: Marketing. Grundlagen - Strategien - Instrumente, Köln, 2012 6) Homburg, Christian: Marketingmanagement, Wiesbaden, 2012 7) Herrmann, Andreas; Huber, Frank: Produktmanagement, Wiesbaden, 2013 							
Dozententeam:	Prof. Dr. phil. Wrobel-Leipold, Andreas (Hauptverantwortlicher) M.A. Pötz, Falk							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0511 Marketing II						Msn/PA	1
	05111 Operatives Marketing	1	1	0	0			
	05112 Marketinginstrumente	0	2	0	0			

<i>Modulname:</i>	Unternehmensführung II	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0512	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	2
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verstehen die Bedeutung gesellschaftlichen Engagements und ethischen Handels in der wertorientierten Unternehmensführung. Sie erkennen, dass die Wertschöpfung des Unternehmens sowohl vom ökonomisch ausgerichteten wert-orientierten Management (Shareholder Value) als auch vom gesellschaftlich ausgerichteten werte-orientierten Management (Stakeholder Value) abhängig ist. Sie begreifen, dass das Unternehmen die Interessen der Anspruchsgruppen berücksichtigen muss, wenn es Risiken vorbeugen will (Stakeholder Management). Sie sind fähig, die Stakeholdergruppen zu identifizieren und zielgruppengerechte Strategien für den Stakeholderdialog zu entwickeln. Sie erkennen Corporate Social Responsibility (CSR) als Strategie nachhaltiger Unternehmensführung zur Sicherung der Reputation. Sie verstehen Corporate Governance als Führung nach rechtlich und ethisch orientierten Leitlinien und Corporate Compliance als Verfahren zur Sicherung der Standards. Sie begreifen, dass CSR und Corporate Governance zusammenwirken müssen, um Vertrauen und Akzeptanz für das unternehmerische Wirken (Engineering of Consent / License to Operate) zu sichern. Sie sind qualifiziert, unternehmerische Leitsätze kritisch zu bewerten und diese bei managementbezogenen Aufgaben praxiswirksam umzusetzen. Sie verstehen Corporate Brand Management als identitätsorientiertes Konzept der Führung, bei dem Visionen und Werte gezielt umgesetzt werden, um das Unternehmen bei den Anspruchsgruppen zu positionieren. Sie sind fähig, das aktuelle Führungskonzept des Corporate Brand Managements von dem älteren der Corporate Identity abzugrenzen. Sie sind in der Lage, strategische und taktische Aufgaben des Corporate Brand Managements zu realisieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Studierenden lernen die Leitlinien und Grundsätze ethischer Unternehmensführung und internationale Initiativen und Regelwerke (Global Compact, Corporate Governance Kodex, Global Reporting Initiative etc.) kennen. Sie beschäftigen sich mit der praktischen Umsetzung dieser Standards auf der Managementebene. Sie werten Business und Social Reports globaler Unternehmen aus, analysieren die dort aufgeführten Unternehmensgrundsätze und Werte und diskutieren die dargestellten wertorientierten Aktivitäten. Sie reflektieren kritisch Strategien und Maßnahmen zur Sicherung der Nachhaltigkeit im ökonomischen, ökologischen und sozialen Bereich (Sustainability Management). Sie werden mit der die Differenz zwischen inszenierter und tatsächlicher Realität - gerade bei CSR-orientierten Aktivitäten - vertraut gemacht. Sie beschäftigen sich mit sozialen und umweltorientierten Aktionen und Kampagnen, mit denen sich Unternehmen in die Gesellschaft einbringen (Corporate Citizenship). Sie befassen sich mit Aufbau und Wirkung des Corporate Brand Managements in verschiedenen Branchen und reflektieren und diskutieren die jeweiligen unternehmerischen Visionen und Werte und die Umsetzung in die managementbezogene Praxis.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Die Lehrinhalte werden anhand von Praxisbeispielen veranschaulicht. Die Studierenden analysieren die Reporting-Aktivitäten von Unternehmen unterschiedlicher Branchen und diskutieren kritisch ihre CSR-Strategien und Maßnahmen. Sie beschäftigen sich praxisorientiert mit Konzepten des Corporate Brand Managements. Sie präsentieren ihre Ergebnisse in Referaten und schriftlichen Ausarbeitungen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Esch, Franz-Rudolf; Tomczak, Torsten; Kernstock, Joachim: Corporate Brand Management, Gabler Wiesbaden, 2006 2) Herchen, Oliver M.: Corporate Social Responsibility, Books on Demand Norderstedt, 2007 		

	<p>3) Rieth, Lothar: Global Governance und Corporate Social Responsibility, Opladen/Farmington Hills/Mich, 2009</p> <p>4) Burmann, C.; Halaszovich, T.; Hemmann, F.: Identitätsbasierte Markenführung. Grundlagen - Strategie - Umsetzung - Controlling, Wiesbaden, 2012</p> <p>5) Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Koers, Martin: Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, Gabler Wiesbaden, 2005</p> <p>6) Hentze, Joachim; Thies, Björn: Stakeholder-Management und Nachhaltigkeits-Reporting, Berlin, 2014</p> <p>7) Poeschl, Hanno: Strategische Unternehmensführung zwischen Shareholder-Value und Stakeholder-Value, Wiesbaden, 2013</p>																																								
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard																																								
Voraussetzungen:																																									
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																								
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0512 Unternehmensführung II</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05121 Unternehmensethik/ CSR</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05122 Corporate Governance & Compliance</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05123 Corporate Brand Management</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0512 Unternehmensführung II						Msn/PA	1	05121 Unternehmensethik/ CSR	1	1	0	0				05122 Corporate Governance & Compliance	0	1	0	0				05123 Corporate Brand Management	0	1	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																																		
0512 Unternehmensführung II						Msn/PA	1																																		
05121 Unternehmensethik/ CSR	1	1	0	0																																					
05122 Corporate Governance & Compliance	0	1	0	0																																					
05123 Corporate Brand Management	0	1	0	0																																					

<i>Modulname:</i>	Gesundheitssystem I	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0513	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	2
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden kennen die Grundprinzipien auf denen die staatliche Regulierung des Gesundheitswesens im deutschen Gesundheitssystem beruht. Sie kennen die Grundmodelle, an denen sich das Gesundheitssystem orientiert: staatliches Modell, marktwirtschaftliches Modell oder Sozialversicherungsmodell. Sie können diese Modelle nach Art der Regulierung, Finanzierung und Leistungserbringung unterscheiden. Die Vor- und Nachteile der Gesundheitssysteme verschiedener Staaten können sie erklären. Sie sind mit den Besonderheiten des deutschen Gesundheitswesens vertraut, sodass sie diese bei Entscheidungen und Handlungen berücksichtigen können.</p> <p>Die Studierenden kennen die spezifischen Akteursbeziehungen, die das Gesundheitssystem bestimmen, d.h. die Beziehungen zwischen Leistungsempfängern, Leistungserbringern, Leistungsfinanzierern, Gesundheitsunternehmen und gesundheitsbezogener Öffentlichkeit. Sie können die spezifischen Interessenlagen der Akteure des Gesundheitssystems analysieren und bewerten und in ihren oft konträren Positionen kritisch hinterfragen. Sie sind in der Lage, die staatliche und korporative Ordnung des Gesundheitswesens, die angestrebten Qualitätspartnerschaften zwischen den Leistungspartnern und die vertraglichen und informellen Regelungen, die die Aufgaben und Interessen zwischen den Akteuren bestimmen, in ihrer Komplexität und Auswirkung auf die gesundheitliche Versorgung zu begreifen.</p> <p>Die Studierenden verstehen die spezifischen Normen, institutionellen Strukturen und Akteursbeziehungen im Gesundheitswesen, die auf die Formulierung und Implementierung politischer Entscheidungen Einfluss nehmen. Sie sind fähig, Instrumente der politischen Gestaltung im Gesundheitswesen (rechtliche, exekutive, finanzielle, vertrags- oder marktpolitische Steuerungen) zu analysieren, in ihrer Wirkung auf das Gesamtsystem und auf einzelne Leistungsbereiche zu bewerten und anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden sind fähig, Aufgaben des Gesundheitsmanagements mit dem Ziel der Verbesserung der Effektivität und Effizienz der Versorgung und der Herstellung von mehr Qualität und Wettbewerb zu übernehmen. Sie sind in der Lage, moderne Konzepte und Modelle der Integrierten Versorgung, des Disease Managements und des Qualitätsmanagements zu analysieren, anzuwenden und zur Stärkung des qualitativen Wettbewerbs einzusetzen. Sie können Managementprozesse, die sich auf die Gestaltung von Verhältnissen und Verhaltensweisen im Gesundheits- und Versorgungsbereich beziehen, analysieren, organisieren, koordinieren und evaluieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Lehrinhalte umfassen die Strukturen und Akteure des Gesundheitssystems, die Grundprinzipien, die die staatliche und korporative Ordnung bestimmen, die Instrumente der politischen Steuerung und die Managementmodelle, nach denen Versorgungsprozesse effektiv und effizient organisiert werden. Die Studierenden reflektieren und diskutieren Maßnahmen und Regularien, die zu mehr Qualität und Wettbewerb bei Krankenkassen und Leistungserbringern beitragen. Erfolgskriterien für die Steuerung des Versorgungsmanagements, die Optimierung der Integrierten Versorgung, die Verknüpfung ambulanter und stationärer Leistungen, die Patientenorientierung und Kundenzufriedenheit, die Verbesserung der Lebensqualität chronisch Kranker u.a. werden erarbeitet.</p>		

Lernmethoden:	Den Studierenden werden durch interaktiven Unterricht umfassende Kenntnisse zur Struktur des Gesundheitswesens und zu den Grundprinzipien vermittelt, die die Ordnung des Systems bestimmen. Außerdem werden anhand von Diskussionen und gemeinsamen kritischen Reflexionen Fähigkeiten aufgebaut, moderne Managementsysteme im Gesundheitswesen zu analysieren, zu bewerten und anzuwenden. Die Studierenden erarbeiten zu ausgewählten Fallstudien Lösungen und bringen diese in Form von Recherchen, Analysen und Präsentationen in den Unterricht ein.							
Literatur:	1) Busse, Reinhard; Blümel, Myriam; Ognyanova, Diana: Das deutsche Gesundheitssystem im Überblick, Berlin, 2013 2) Simon, M.: Das Gesundheitssystem in Deutschland, KBT Huber & Partner, Bern, 2013 3) Stock, S.; Redaelli, M.; Lauterbach, K. W.: Disease Management als Grundlage integrierter Versorgungsstrukturen, Kohlhammer Stuttgart, 2005 4) Amelung, Volker E.: Managed Care. Neue Wege im Gesundheitsmanagement, Wiesbaden, 2011 5) Busse, R.; Gericke, C.; Schreyögg, J.: Management im Gesundheitswesen Berlin, Heidelberg, New York, 2006							
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. Kreyher, Volker J.							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0513 Gesundheitssystem I						Msn/PA	1
	05131 Gesundheitssystem und Akteure	1	1	0	0			
	05132 Gesundheitspolitik und Steuerung	1	1	0	0			

Modulname:	Kampagnen-Management	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0514	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	3
Ausbildungsziele:	Die Studierenden besitzen grundlegendes Wissen über crossmedial angelegte Kampagnenkommunikation und dabei eingesetzte Strategien, Instrumente und Medien. Die Studierenden sind qualifiziert, Kampagnen zu analysieren, Kampagnenkonzepte zu entwickeln, die Kommunikationsinstrumente und Medien crossmedial aufeinander abzustimmen sowie die Umsetzung zu planen und zu kontrollieren. Sie sind fähig, aktuelle Informations- und Markenkampagnen zu untersuchen, ihren strategischen und taktischen Aufbau zu analysieren und kritisch zu bewerten. Sie sind in der Lage, grundlegende Verfahren des Kampagnenmanagements und der Integrierten Kommunikation anzuwenden.		
Lehrinhalte:	In den Lehrveranstaltungen lernen die Studierenden Strategie, Ziele und Zielgruppen, taktische Umsetzung und Kontrolle von Kampagnenmanagement und Cross Media kennen. Zum Verstehen einer erfolgreichen Kampagne erhalten die Studierenden ein umfangreiches Wissen zur Beurteilung des Kampagnenmanagements. Sie erfahren die Bedeutung des crossmedialen Aufbaus von Marken- und Informationskampagnen: Dabei sind einerseits die Kommunikationsinstrumente, andererseits die eingesetzten Medien aufeinander abgestimmt und verweisen aufeinander. Die Verfahren des Kampagnenmanagements werden ausführlich behandelt. Hierbei werden die Studierenden in die thematische, formale und zeitliche Abstimmung der Kommunikationsmaßnahmen (einheitliche Leitidee, durchgängiges Design und terminliche Inszenierung) im Sinne der Integrierten Kommunikation eingeführt. Sie diskutieren und bewerten das moderne Verständnis von Kampagnenmanagement anhand aktueller Fallstudien.		
Lernmethoden:	Durch praxisorientierten Unterricht und interaktive Lernmethoden vermittelt das Modul fundierte Kenntnisse und Fähigkeiten zu Kampagnenmanagement, Cross Media und Integrierter Kommunikation. Praxisbezogene Kompetenzen zum Kampagnenmanagement, zu Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle, werden aufgebaut. Die Studierenden erstellen eine fallorientierte Projektarbeit, in der crossmediale Techniken der Kommunikationspolitik zur Anwendung kommen.		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Baetzgen, Andreas: Brand Planning. Starke Strategien für Marken und Kampagnen, Schäffer-Poeschel Stuttgart, 2011 2) Mahrtdt, Niklas : Crossmedia. Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen, Wiesbaden, 2009 3) Bernstorff, Andreas Graf von: Einführung in das Campaigning, Auer-System-Verlag Carl- Heidelberg, 2012 4) Piwinger, Manfred; Ansgar, Zerfaß: Handbuch Unternehmenskommunikation, Gabler Wiesbaden, 2007 5) Röttger, Ulrike: Kampagnen planen und steuern. Inszenierungsstrategien in der Öffentlichkeit, 2007 6) Bonfadelli, H.; Friemel, T.: Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich, UVK Konstanz, 2006 7) Tropp, Jörg: Moderne Marketing-Kommunikation, VS, Verl. für Sozialwiss. Wiesbaden, 2011 8) Röttger, Ulrike; Spiller, Ralf; Vaith-Baur, Christina; Scheurer, Hans: PR-Kampagnen, UVK-Verl.-Ges. Konstanz, 2011 		
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krah, Eckehard		

Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	75 LVS 75 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0514 Kampagnen-Management						Msn/PA	1
	05141 Grundlagen Campaigning	1	1	0	0			
	05142 Integrierte Kommunikation	1	1	0	0			
	05143 Cross Media	0	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Betriebswirtschaft III	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0515	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden kennen die internen und externen Rahmenbedingungen sowie die Aufgaben des Personalmanagements und können aktuelle Trends und Entwicklungen in strategische und operative Anforderungen an das Personalmanagement übersetzen. Weiterhin kennen die Studierenden die verschiedenen Funktionsbereiche des Personalmanagements sowie deren Aufgaben, Instrumente und Ziele. Zudem verfügen die Studierenden über Kenntnisse im europäischen und deutschen Arbeitsrecht und sind in der Lage, das Recht in der Praxis anzuwenden.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Studierenden setzen sich zunächst mit der Einordnung, Bedeutung und den zentralen Aufgaben des Personalmanagements innerhalb eines Unternehmens auseinander und lernen dabei auch verschiedene Rollenverständnisse sowie typische Fragen der Personalpolitik kennen. In diesem Kontext lernen die Studierenden auch die gesellschaftlichen und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen kennen, die einen wesentlichen Einfluss auf die Bedeutung und Funktionen des Personalmanagements nehmen. Dabei setzen sie sich mit relevanten Trends und Entwicklungen auseinander.</p> <p>Nach dieser Einführung lernen die Studierenden die verschiedenen Funktionen bzw. die Organisation innerhalb des Personalmanagements kennen und vertiefen dabei jeweils die Aufgaben, Ziele und Instrumente/Methoden innerhalb der jeweiligen Funktion. Die Funktionen sind z.B. Personalplanung, Personal-Controlling, Personalmarketing (inkl. Employer Branding), Personalbeschaffung, Personalauswahl, Personalentwicklung sowie die operative Personalbetreuung. Das theoretische Wissen der Studierenden zur Analyse und Bewertung von Praxislösungen verschiedener Unternehmen zu aktuellen Fragestellungen im Personalmanagement wird dabei angewendet und eingeübt. Darüber hinaus wird Wissen zu aktuellen Fragestellungen des Personalmanagements vermittelt. Im Modul Arbeitsrecht lernen die Studierenden die wesentlichen Rahmenbedingungen im europäischen und deutschen Arbeitsrecht kennen. Dabei werden die arbeitsrechtlichen Aspekte hinsichtlich folgender Funktionen des Personalmanagements betrachtet: Planung von Arbeitsverhältnissen, Personalbeschaffung, Durchführung des Arbeitsverhältnisses, Beendigung des Arbeitsverhältnisses und Personalfreisetzung.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Im interaktiven Unterricht eignen sich die Studierenden Kenntnisse des Personalmanagements an. Sie analysieren die Rahmenbedingungen inkl. der relevanten Trends und reflektieren anhand von Best-Practice-Beispielen Aufgaben und Rollenspielen, Instrumente und Ziele des Personalmanagements. Die Studierenden erarbeiten Analysen zu ausgewählten Fragestellungen und stellen diese in Form von Präsentationen und Referaten vor. Auf Basis dieser Reflexionen entwickeln die Studierenden Lösungsansätze für die relevanten Themenfelder, wie z.B. Personalbeschaffung, Personalmarketing, Personalplanung und -organisation.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Senne, P.: Arbeitsrecht: Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis, München, 2014 2) Erpenbeck, J.; v. Rosenstiel, L.: Handbuch Kompetenzmessung: Erkennen, verstehen und bewerten von Kompetenzen in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis, Stuttgart, 2007 3) Bartscher, T.; Stöckl, J.: Personalmanagement - Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis, München, 2012 4) Kolb, M.: Personalmanagement: Grundlagen und Praxis des Human Resources Managements, Wiesbaden, 2012 		

	<p>5) Scholz, C.: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München, 2013</p> <p>6) Beck, C.: Personalmarketing 2.0: Vom Employer Branding zum Recruiting, München, 2012</p> <p>7) Wunderer, R.; Jaritz, A.: Unternehmerisches Personalcontrolling: Evaluation der Wertschöpfung für das Personalmanagement, München, 2007</p>																																
Dozententeam:	Prof. Graßau, Günther (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. oec. Tolkmitt, Volker																																
Voraussetzungen:																																	
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0515 Betriebswirtschaft III</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05151 Human Resource Management</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05152 Arbeitsrecht</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0515 Betriebswirtschaft III						Ms/90	1	05151 Human Resource Management	1	1	0	0				05152 Arbeitsrecht	2	0	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0515 Betriebswirtschaft III						Ms/90	1																										
05151 Human Resource Management	1	1	0	0																													
05152 Arbeitsrecht	2	0	0	0																													

<i>Modulname:</i>	Gesundheitssystem II	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0516	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	4
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden kennen die Möglichkeiten der Steuerung des Gesundheitssystems durch verschiedene Finanzierungsmodelle und Abrechnungssysteme. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile prospektiver pauschaler Vergütungsformen (Kopfprämien, Fallpauschalen, DRGs) gegenüber retrospektiven leistungsbezogenen Vergütungsformen (Einzelleistungsvergütung) zu analysieren und die Wirkungen auf die verschiedenen Akteure und Interessenträger zu erkennen. Sie können Strategien zur Verbesserung der ökonomischen Lage im Gesundheitswesen reflektieren. Sie können zielgerichtete Verfahren der Organisation des Gesundheitswesens - durch den Einsatz spezieller Vergütungsformen - analysieren und bewerten. Sie können die Vor- und Nachteile öffentlicher und privater Organisations- und Finanzierungsformen von medizinischen Einrichtungen und Krankenhäusern abwägen, verstehen Pro- und Contra-Argumente vorzutragen und können Entscheidungen begründen. Sie verstehen die Abrechnungsverfahren kassen- und privatärztlicher Leistungen und kennen die Spezifika der Liquidation ärztlicher, heilberuflicher und pflegerischer Leistungen. Die Studierenden kennen die verfassungsrechtlichen Grundlagen des Sozialrechts, den Regelungen zur Sozialen Sicherung, den Rechts- und Unternehmensformen der Sozial- und Gesundheitswirtschaft, mit sozial- und gesundheitspezifischen Rechtsfragen sowie dem Krankenversicherungsrecht. Sie sind in der Lage, rechtliche Strukturen des Gesundheitswesens und Fallkonstellationen zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten. Sie sind fähig, managementbezogene Entscheidungen und Handlungen in der Sozial- und Gesundheitswirtschaft vor dem Hintergrund gesetzlicher und verbandlicher Regelungen nachzuvollziehen und mit diesen praxisbezogen umzugehen.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>In der Lehrveranstaltung werden die Studierenden eingeführt in die Besonderheiten der Finanzierung des Gesundheitswesens und den zielgerichteten Einsatz spezieller Vergütungsformen. Ihnen werden die Unterschiede zwischen leistungs- und fallbezogener Vergütung und deren Wirkung für die Steuerung der Versorgung und die Wirtschaftlichkeit vermittelt. Sie beschäftigen sich mit der Sozialgesetzgebung, den Rechts- und Unternehmensformen der Sozial- und Gesundheitswirtschaft und dem Krankenversicherungsrecht. Sie diskutieren und reflektieren kritisch die Auswirkungen der Gesundheitsreformen auf den Patienten, die Kassen und Versicherungen, die Ärzte und Kliniken und die Arzneimittelversorgung.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>In der Lehrveranstaltung werden die Studierenden durch interaktiven Unterricht in die Besonderheiten der Finanzierung, Vergütung und Gesetzgebung im Gesundheitswesen eingeführt. Die Studierenden beschäftigen anhand von praxisorientierten Fallstudien mit der Thematik und recherchieren, reflektieren und diskutieren aktuelle Aufgabenstellungen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Grünh, Corinna: Einführung in das Sozialrecht, Altenberge, 2013 2) Frodl, Andreas: Finanzierung und Investitionen im Gesundheitsbetrieb, Wiesbaden, 2011 3) Fleißa, Steffen: Grundlagen der Gesundheitsökonomie, Wiesbaden, 2013 4) Sodan, Helge: Handbuch des Krankenversicherungsrechts, München, 2013 5) Frodl, Andreas: Kostenmanagement und Rechnungswesen im Gesundheitsbetrieb, Wiesbaden, 2011 6) Kruse, Jürgen; Hänlein, Andreas: Sozialgesetzbuch V. Gesetzliche Krankenversicherung, Nomos, Baden-Baden, 2012 		
<i>Dozententeam:</i>	Prof. Graßau, Günther (Hauptverantwortlicher)		

	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0516 Gesundheitssystem II						Ms/90	1
	05161 Finanzierung und Abrechnung	1	1	0	0			
	05162 Gesundheit und Recht	1	1	0	0			

Modulname:	Reflexionsmodul	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0517	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	5					
Ausbildungsziele:	Das Reflexionsmodul dient der Wiederholung und Vertiefung aller Lehrinhalte vom 1. bis zum 4. Fachsemester der jeweiligen Studienrichtung. Das Lehrmodul überprüft die theoretischen und praktischen Fachkenntnisse der Studierenden im Bereich ihrer entsprechenden Studien-/ Forschungsfelder in schriftlicher Form. Ziel des Moduls ist es, den Studierenden einen fachlich-didaktischen Übergang vom Akademiestudium in die Hochschulphase zu ermöglichen. Der erfolgreiche Abschluss des Reflexionsmoduls in Form der Einstufungsprüfung befähigt die Studierenden zum Eintritt in die Hochschulphase. Die bestandene Einstufungsprüfung ist Voraussetzung für die Aufnahme des Studiums an der Hochschule Mittweida.							
Lehrinhalte:	Das Modul bietet die Möglichkeit der Festigung der Lehrinhalte der ersten bis vierten Fachsemester. Aufgabe der Lehrenden ist die Vermittlung von Fachwissen und -kompetenzen entsprechend der Modulbeschreibungen in den jeweiligen Studienrichtungen. In Vorbereitung auf das Reflexionsmodul werden wissenschaftliche Arbeitstechniken erprobt, inhaltliche Grundlagen- und spezialisierte Fachkenntnisse vermittelt sowie durch praktische Anwendung vertieft. Im Rahmen des reflektierten universitären Lernens werden die Lehrinhalte im vierten Semester durch die Lehrenden wiederholt und aufgefrischt. Im fünften Fachsemester erfolgt die schriftliche Überprüfung der Fachkenntnisse der Studierenden in Form einer Multiple Choice Prüfung.							
Lernmethoden:	Zur Vorbereitung auf das Reflexionsmodul werden semesterbegleitend Pflicht- und Grundlagenliteraturen für alle Lehrmodule der jeweiligen Studienrichtungen bearbeitet. Die in den Modulbeschreibungen aufgeführte Literatur dient als Grundlage und bestimmt den inhaltlich-methodischen Aufbau der einzelnen Lehrveranstaltungen. Zur Vertiefung des Textverständnisses werden Beispielaufgaben geübt und die Prüfungsmethode "Multiple Choice" erprobt.							
Dozententeam:	Prof. Dr. phil. Hilmer, Ludwig (Hauptverantwortlicher) Günther, Susanne							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0517 Reflexionsmodul						Ms	1
	05171 Reflektiertes interdisziplinäres Lernen	0	4	0	0			
	05172 Einstufungsprüfung							

Modulname:	Führung und Leadership	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0518	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4
Ausbildungsziele:	<p>Die Studierenden sind mit kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen bezogen auf die interpersonale Kommunikation vertraut und erfassen deren Bedeutung für die Führung. Sie kennen führungstheoretische Ansätze aus der Führungspsychologie. Die Studierenden verstehen den Unterschied zwischen Führung und Leadership. Die Studierenden sind mit den Grundlagen der strategischen und operativen Mitarbeiterführung vertraut und können Lösungsansätze für die Herausforderungen des gesellschaftlichen Wandels durch zielgerichtete Führung generieren. Sie begreifen die Analyse, Steuerung und Kontrolle von Veränderungsprozessen als Führungsaufgabe. Die Studierenden sind qualifiziert, die Funktion von Führung und Leadership für erfolgreiche Unternehmensentwicklung einzuschätzen.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Die Studierenden lernen die Grundlagen der Kommunikationswissenschaften bezogen auf die interpersonale Kommunikation. Die Studierenden befassen sich mit grundlegenden Erkenntnissen der Führungspsychologie und verschiedenen Führungstheorien. Dieses Wissen bildet die Basis für den umfassenden Wissenserwerb zu strategischer und operativer Führung. Im Rahmen der strategischen Führung beschäftigen sich die Studierenden mit strategischer Planung, Führungsstilen, der Leitung von Teams und den Rahmenbedingungen der Mitarbeiterführung aus Sicht der Führungskraft (z.B. Unternehmenskultur, wertebasierte Führung, Ziele, Führungskompetenz, Führungsstrukturen, Motivation, Selbstführung). Bezogen auf die operative Führung setzen sich die Studierenden mit dem Führungsprozess und den Führungsfunktionen sowie relevanten Führungsinstrumenten (z.B. Kommunikation, Gesprächs- und Verhandlungsführung, Selbstmarketing, Konfliktmanagement, Mediation, Team- und Personalentwicklung) auseinander. Die Studierenden werden in die Unterschiede zwischen Führung und Leadership eingeführt und lernen verschiedene Leadership-Konzepte kennen. Sie erlernen die Grundlagen des Changemanagements bezogen auf die Mitarbeiterführung und begreifen Veränderungsmanagement als notwendige Aufgabe von Führungskräften um Chancen zu erkennen und Wertschöpfung zu generieren. Die Studierenden analysieren herausfordernde Führungssituationen, die durch den gesellschaftlichen Wandel entstehen (z.B. Wertewandel, demografische Entwicklung, interkulturelle Aspekte).</p>		
Lernmethoden:	<p>In interaktiven und diskursiven Lehrveranstaltungen erwerben die Studierenden Kenntnisse aus den Bereichen Führung und Leadership, die kritisch reflektiert werden. Die Studierenden setzen sich mit den Lehrinhalten anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien auseinander, üben und reflektieren insbesondere die Anwendung der gesprächsbasierten Führungsinstrumente in Rollenspielen. Sie hinterfragen das eigene Verhalten in Gruppen- und Führungsprozessen. Die Studierenden entwickeln und präsentieren Lösungsansätze zu relevanten Fragestellungen der Mitarbeiterführung und von Leadership in Zeiten des gesellschaftlichen Wandels.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Malik, F.: Führen, Leisten, Leben - Wirksames Management für eine neue Welt, Frankfurt/Main, 2014 2) Ternes, D.: Kommunikation - eine Schlüsselqualifikation. Einführung zu wesentlichen Bereichen zwischenmenschlicher Kommunikation, Paderborn, 2008 3) Hinterhuber, H.; Krauthammer, E.: Leadership - mehr als Management - Was Führungskräfte nicht delegieren dürfen, Wiesbaden, 2015 4) Haller, R.: Mitarbeiterführung kompakt: Grundlagen, Praxistipps, Werkzeuge, St. Gallen, 2009 		

	<p>5) Kouzes, J.; Posner, B.: The Leadership Challenge: How to Make Extraordinary Things Happen in Organizations., San Francisco, 2012</p> <p>6) Felfe, J.: Trends der psychologischen Führungsforschung: Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse, Göttingen, 2015</p> <p>7) Pfannenber, J.: Veränderungskommunikation, Frankfurt/Main, 2013</p>																																								
Dozententeam:	Prof. Wiedemann, Heinrich (Hauptverantwortlicher) Prof. B.A. Graus, Herbert																																								
Voraussetzungen:																																									
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																								
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0518 Führung und Leadership</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05181 Führungspsychologie und -theorien</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05182 Strategische und operative Mitarbeiterführung</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05183 Leadership als Führungskonzept</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0518 Führung und Leadership						Ms/90	1	05181 Führungspsychologie und -theorien	1	0	0	0				05182 Strategische und operative Mitarbeiterführung	1	1	0	0				05183 Leadership als Führungskonzept	0	1	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																																		
0518 Führung und Leadership						Ms/90	1																																		
05181 Führungspsychologie und -theorien	1	0	0	0																																					
05182 Strategische und operative Mitarbeiterführung	1	1	0	0																																					
05183 Leadership als Führungskonzept	0	1	0	0																																					

<i>Modulname:</i>	Wissenschaftliche Theorien und Modelle	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0519	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	10	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	5
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Vorlesung führt in die Rahmenbedingungen von Innovations- und Changemanagement ein. Die Studierenden lernen theoretische und empirische Aspekte der Management-Bereiche kennen. Auf Grundlage der Ziele und Aufgaben von Informationsmanagement werden Kenntnisse und Fähigkeiten der Methodologie vorgestellt und erlernt. Die Studierenden werden befähigt, Informationsstrukturen systematisch zu planen und zu realisieren.</p> <p>Die Modulbereiche "Klassische und aktuelle Theorien" sowie "Anwendungsfälle und Diskurs" vermitteln wissenschaftliche, sprachliche und praktische Kenntnisse der jeweiligen Studienrichtungen. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, verschiedene Forschungs- und Praxisfelder von Wirtschaft und Industrie zu benennen und sich thematisch in Hinblick auf ihr Praxismodul zu orientieren. Das Modul führt in Entwicklungs- und Globalisierungstheorien ein, stellt konstruktivistische Ansätze der Organisationstheorie dar und gibt einen Überblick in Spieltheorie, Entscheidungstheorien sowie Attributionstheorie.</p> <p>Interkulturelle Kompetenz gehört zu den zentralen Schlüsselqualifikationen. Die Veranstaltung "Globale Strategien und internationale Kulturen" gibt einen Überblick über das Themenfeld der Interkulturellen Kommunikation und vermittelt Kenntnisse zu zentralen Grundbegriffen (Kultur, Kommunikation, Identität) und Theorien. Die Studierenden werden befähigt, kulturelle Unterschiede zu erkennen und lernen mit diesen - im Rahmen von Kommunikationshandlungen - umzugehen.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Studierenden lernen grundlegende Wissenschaftstheorie und Wissenschaftsmethodik im Rahmen der Forschungsfelder Innovations- und Changemanagement kennen. Dazu gehören die Erhebung und Auswertung von Daten im Rahmen des Informationsmanagements. Im Bereich des Managements von Innovationen werden Ziele, Strategien und Prozesse definiert. Die Vorlesung stellt die Grundlagen des Ideen-, Konzept- und Customer Relationship Management vor. Diese werden ergänzt durch eine Einführung on das Organisations- und Projektmanagement.</p> <p>Die Lehrinhalte der Modulbereiche "Klassische und aktuelle Theorien" sowie "Anwendungsfälle und Diskurs" umfassen die aktuell diskutierten Theorien, Konzepte und Modelle der Kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlichen Forschung. Der Lehrbereich gibt einen umfassenden Überblick des aktuellen Wissenschafts- und Praxisbetriebs der wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen. In wissenschaftlichen Präsentationen und Diskussionen werden spezielle wirtschaftswissenschaftliche Themen erörtert und anwendungsorientiert aufbereitet.</p> <p>Der Lehrmodulteil "Globale Strategien und internationale Kulturen" stellt praktische sowie interdisziplinäre Perspektiven auf die Phänomene Kultur, Internationalität und Interkulturalität vor und wendet diese auf konkrete Arbeitsfelder (z.B. wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Tourismus, Politik, Medien) an. Die Lehrveranstaltungen umfassen viele praktische Beispiele und die Möglichkeit, individuelle interkulturelle Kompetenzfähigkeit zu testen.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Die Vermittlung der Lehrinhalte im Modul erfolgt in Form von Vorlesungen. Zur anwendungsorientierten Vertiefung von Wissen, werden Fallstudien bearbeitet und Methoden zum Projektmanagement (Geschäftsprozess-Modellierung, Controlling, Organisationsmanagement) praktisch erprobt.</p>		

	<p>Anhand zahlreicher praktischer Beispiele werden Entwicklungslinien und Wirkungszusammenhänge der Wirtschaftswissenschaften erörtert. Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, Ihr Wissen anhand von Fallstudien und Übungen zu vertiefen und anzuwenden.</p> <p>Das Lehrmodul hat das Ziel methodisch-inhaltlich darzustellen, welche theoretischen und praktischen Aspekte die Disziplinen umfassen und wie diese wirken. Im Bereich der "Globale Strategien und internationale Kulturen" trainieren die Studierenden ihre Soft Skills im Rahmen von Übungen.</p>																																																
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Hofstede, Geert; Hofstede, Gert Jan; Minkov, Michael: Cultures and Organizations. Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival, McGraw-Hill, USA, 2010 2) Balzer, Wolfgang: Empirische Theorie: Modelle - Strukturen - Beispiele, Braunschweig und Wiesbaden, 1982 3) Grol, R. et al.: Improving Patient Care - The Implementation of Change in Health Care. Second Edition, 2012 4) Schirmer, Frank; Knödler, Daniel; Tasto, Michael: Innovationsfähigkeit durch Reflexivität. Neue Perspektiven auf Praktiken des Change Management, Wiesbaden, 2012 5) Gibson, Robert : Intercultural Business Communication, Berlin, 2000 6) Lüsebrink, Hans Jürgen : Interkulturelle Kommunikation. Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer, 3. Aktualisierte und erweiterte Auflage, Stuttgart, 2010 7) Broszinsky-Schwabe, Edith: Interkulturelle Kommunikation. Missverständnisse und Verständigung, Wiesbaden, 2011 8) Albers, Sönke et al. (Hrsg.) : Methodik der empirischen Forschung. 2., überarb. und erw. Aufl. , Wiesbaden, 2007 9) Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, Weinheim, 2010 10) Schwaiger, Manfred; Meyer, Anton (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende, München, 2009 11) Freund, Dirk: Wertschöpfende und innovationsorientierte Unternehmensführung, Heidelberg und Berlin, 2013 																																																
Dozententeam:	Prof. Dr. phil. Altendorfer, Otto (Hauptverantwortlicher) Günther, Susanne																																																
Voraussetzungen:																																																	
Arbeitslast: - workload	105 LVS 195 SSZ																																																
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0519 Wissenschaftliche Theorien und Modelle</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05191 Innovations- und Changemanagement</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05192 Klassische und aktuelle Theorien</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05193 Anwendungsfälle und Diskurs</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05194 Globale Strategien und internationale Kulturen</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0519 Wissenschaftliche Theorien und Modelle						Ms/90	1	05191 Innovations- und Changemanagement	2	0	0	0				05192 Klassische und aktuelle Theorien	2	0	0	0				05193 Anwendungsfälle und Diskurs	0	1	0	0				05194 Globale Strategien und internationale Kulturen	1	1	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																																										
0519 Wissenschaftliche Theorien und Modelle						Ms/90	1																																										
05191 Innovations- und Changemanagement	2	0	0	0																																													
05192 Klassische und aktuelle Theorien	2	0	0	0																																													
05193 Anwendungsfälle und Diskurs	0	1	0	0																																													
05194 Globale Strategien und internationale Kulturen	1	1	0	0																																													

Modulname:	Gründungsmanagement	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0520	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	5
Ausbildungsziele:	<p>Die Studierenden verstehen, dass der langfristige Erfolg eines Unternehmens auf der Entwicklung marktfähiger Innovationen, der Identifikation neuer Geschäftsfelder und der Umsetzung neuer Geschäftsmodelle beruht. Den Studierenden ist bewusst, dass Entrepreneurship sowohl von Unternehmensgründern als auch von Managern in Unternehmen (Corporate Entrepreneurship) gefordert ist. Die Studierenden sind in der Lage, Trends und neue Märkte zu erkennen und daraus Innovationen und neue Geschäftsideen zu entwickeln. Sie sind mit den Managementprozessen vertraut, die für die Gründung und Fortentwicklung eines Start-up-Unternehmens notwendig sind. Sie sind fähig, Businesspläne aufzustellen, die Finanzierung zu sichern und Gründungsideen realisierbar umzusetzen. Ziel der Lehrveranstaltung ist es, unternehmerische Fähigkeiten, Kreativität und Eigeninitiative der Studierenden zu fördern.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Den Studierenden wird vermittelt, dass unter den Bedingungen des globalen Wettbewerbs Produkt- und Marktinnovationen entscheidend sind für die Sicherung der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Die Studierenden lernen, Trends zu erkennen, daraus realistische Geschäftsideen herzuleiten und Innovationen als Marke im Markt zu etablieren. Die Studierenden werden herausgefordert, innovative Geschäftsmodelle zu entwickeln, als Businessplan zu präsentieren und zu verteidigen. Sie beschäftigen sich mit der Analyse von Gründerkulturen und Gründerpersönlichkeiten. Ihnen wird vermittelt, wie Markt- und Trendanalysen, Budgetplan und Timing, Personal- und Marketingpläne umsetzbar für die Businessplanung und die Existenzgründung entwickelt werden und wie mit unternehmerischen Chancen und Risiken umgegangen wird.</p>		
Lernmethoden:	<p>Den Studierenden werden durch interaktiven Unterricht praxisbezogene Kenntnisse und Fähigkeiten des unternehmerischen Denkens und Arbeitens im Unternehmen und für Unternehmensgründungen vermittelt. Die Studierenden erarbeiten eigene Geschäftsideen und präsentieren und verteidigen Konzeptionen und Businesspläne.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ottersbach, Jörg H.: Der Businessplan, München, 2012 2) Fueglistaller, Urs; Müller, Christoph; Müller, Susan; Volery, Thierry: Entrepreneurship, Wiesbaden, 2012 3) Grichnik, Dietmar; Brettel, Malte; Koropp, Christian : Entrepreneurship, Stuttgart, 2010 4) Gassmann, O.; Frankenberger, K.; Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, Carl Hanser, München, 2013 5) Hauschildt, Jürgen; Salomo, Sören: Innovationsmanagement, München, 2010 6) Fallgatter, Michael J.: Junge Unternehmen. Charakteristika, Potentiale, Dynamik, Stuttgart, 2007 7) Krause, Diana E.: Kreativität, Innovation, Entrepreneurship, Wiesbaden, 2014 8) Schwarz, Erich J.; Krajger, Ines; Dummer, Rita: Von der Geschäftsidee zum Markterfolg, Wien, 2012 		
Dozententeam:	<p>Prof. B.A. Graus, Herbert (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krah, Eckehard</p>		
Voraussetzungen:			
Arbeitslast: - workload	<p>60 LVS 90 SSZ</p>		

<i>Lerneinheitsformen:</i> - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0520 Gründungsmanagement						Msn/PA	1
	05201 Entrepreneurship	1	1	0	0			
	05202 Businessplan	1	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Wissenschaftliches Publizieren	<i>Sprache:</i>	deutsch					
<i>Modulnummer:</i>	0521	<i>Abschluss:</i>	B.A.					
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise					
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	1					
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	5					
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Das Lehrmodul "Wissenschaftliches Publizieren" vermittelt grundlegende Kenntnisse zur Dokumentation und Publikation von Arbeits- und Forschungsergebnissen. Das Lehrmodul befähigt die Studierenden, theoretische und praktische Fachkenntnisse im Bereich ihrer entsprechenden Studien-/ Forschungsfelder - in Form schriftlicher, wissenschaftlicher Arbeiten - darzustellen. Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Recherchetechniken zielgerichtet einzusetzen und praktisch anzuwenden. Die Kenntnisse aus dem Grundmodul "Wissenschaftliches Arbeiten" werden unter besonderer Berücksichtigung des Bachelorprojekts erweitert und eingeübt. Dazu gehören die Erstellung logischer Forschungsfragen und -designs, das Erproben wissenschaftlichen Schreibens/ Stils sowie die korrekte Verwendung von Quellenmaterial.</p>							
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Techniken zur Strukturierung und Organisation des wissenschaftlichen Arbeits- und Schreibprozesses. In Vorbereitung auf das Bachelorprojekt werden Richtlinien guter wissenschaftlicher Praxis erläutert sowie formale und inhaltliche Standards der Texterstellung eingeführt. Im Modul werden wesentliche Schritte der Erstellung einer Bachelorarbeit vorgestellt und praktisch erprobt. Im Fokus stehen Arbeits- und Zeitplanung, Themenfindung und -eingrenzung sowie die Textplanung. Das Kennenlernen von Textstrukturen und Argumentationsmustern sowie das Einüben von Zitierkonventionen und wissenschaftlicher Stilistik sind Bestandteile des Lehrinhalts. Aufgabe der Studierenden ist es, im Seminarverlauf einige Probearbeiten in Form von Textbausteinen wie Abstract, Exposé oder Bibliographie zu verfassen.</p>							
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Zur Vorbereitung auf das Bachelorprojekt werden die Grundlagen wissenschaftlicher Recherche wiederholt und anhand praktischer Übungen nachvollzogen. Weiterhin werden wissenschaftliche Textarten vorgestellt und in Übungen realisiert. Im Modul werden durch die Studierenden eigene Probearbeiten verfasst, deren Anfertigung grundlegende wissenschaftliche Arbeitstechniken wiederholen und vertiefen soll.</p>							
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Müller, Ragnar; Pliening, Jürgen; Rapp, Christian: Recherche 2.0. Finden und Weiterverarbeiten im Studium und Beruf, Wiesbaden, 2013 2) Esselborn-Krumbiegel, Helga: Richtig wissenschaftlich schreiben. Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen, Stuttgart, 2012 3) Kornmeier, Martin: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Bern, 2012 							
<i>Dozententeam:</i>	<p>Prof. Dr. phil. Altendorfer, Otto (Hauptverantwortlicher) Günther, Susanne</p>							
<i>Voraussetzungen:</i>								
<i>Arbeitslast:</i> - workload	<p>60 LVS 90 SSZ</p>							
<i>Lerneinheitenformen:</i> - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0521 Wissenschaftliches Publizieren						Msn/PA	1
	05211 Wissenschaftliches Schreiben	1	1	0	0			
	05212 Wissenschaftliche Recherche	1	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Gesundheitspsychologie, -förderung und Prävention	<i>Sprache:</i>	deutsch
<i>Modulnummer:</i>	0524	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	10	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden sind qualifiziert, Managementaufgaben in der Gesundheitsförderung und Prävention zu übernehmen. Sie verfügen über grundlegendes Wissen zur Organisation des Gesundheitswesens und zu den Disziplinen und Methoden der Gesundheitswissenschaften (Public Health), zu denen auch die Gesundheitspsychologie gehört. Sie sind in der Lage, Aufgaben der Prävention von Krankheiten und Risiken (Health Prevention) zu übernehmen und Aufgaben und Programme der Gesundheitsförderung (Health Promotion) umzusetzen, die in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen (Settings), wie Kommunen, Schulen, Betrieben etc., durchgeführt werden. Sie sind fähig, Ansätze und Modelle der Gesundheitsförderung und Prävention zu analysieren und zu bewerten und Strategien und operationale Verfahren anzuwenden, die einerseits auf Verhaltensänderung, andererseits auf Verhältnisänderung zielen. Die Studierenden sind fähig, die Qualität der Maßnahmen zu sichern und die Wirkungen zu evaluieren. Sie besitzen Kompetenzen, um Aufgaben des betrieblichen Gesundheitsmanagements zu übernehmen. Sie sind qualifiziert, Präventionskonzepte für spezielle Zielgruppen (Risikogruppen, chronisch Kranke, älter werdende Menschen etc.) zu entwickeln.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Lehrinhalte umfassen aktuelle Ansätze und Modelle der Gesundheitspsychologie, Gesundheitsförderung und Prävention. Die Studierenden analysieren und bewerten bestehende Programme zur Gesundheitsförderung und Prävention und entwickeln geeignete Konzeptionen für gesundheitsbezogene Aufgaben. Sie lernen Strategien und Methoden kennen, um Gesundheitsförderungs- und Präventionsprogramme durchführen zu können. Besonderes Gewicht wird auf gesundheitsorientierte Zielgruppenprogramme und auf das betriebliche Gesundheitsmanagement gelegt, um die Studierenden auf das praktische Berufsfeld vorzubereiten. Die Studierenden beschäftigen sich mit aktuellen Forschungsansätzen zur Qualitätssicherung und Evaluation von Präventionskonzepten. Sie lernen, Prävention und Gesundheitsförderung in ihrer jeweiligen Ausrichtung zu unterscheiden: pathogenetische und salutogenetische Orientierung. Sie lernen, wie die von der WHO empfohlenen Strategien praxiswirksam umgesetzt werden können: enabling, network forming und advocating (Ottawa-Charta). Sie erlernen Maßnahmen der Prävention, auch der Tertiärprävention (Förderung der Lebensqualität chronisch Kranker). Sie reflektieren kritisch die Wirkung verschiedener Anspracheformen in der Prävention: positive und negative appeal, Furchtappell etc. Sie beschäftigen sich mit der Rolle des Sports in der Prävention. Der Einsatz sport-, bewegungs- und erlebnisorientierter Programme wird von ihnen analysiert und bewertet.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Den Studierenden werden durch interaktiven Unterricht Kenntnisse und Fähigkeiten für die Entwicklung, Durchführung und Kontrolle von Präventions- und Gesundheitsförderungsprogrammen vermittelt. Sie diskutieren und reflektieren im Plenum aktuelle Ansätze, Modelle und Methoden zum Themenfeld. Sie beschäftigen sich mit praxisnahen Anwendungsfällen, die von ihnen in Form von Recherchen, Analysen und Referaten bearbeitet werden.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kerr, Jacqueline; Weitkunat, Rolf; Moretti, Manuel: ABC der Verhaltensänderung. Der Leitfaden für erfolgreiche Prävention und Gesundheitsförderung, München, 2007 2) Hurrelmann, K.; Laaser, U.; Razum, O.: Handbuch Gesundheitswissenschaften, Juventa Weinheim, München, 2006 3) Bonfadelli, H.; Friemel, T.: Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich, UVK, Konstanz, 2010 		

	<p>4) Hurrelmann, K.; Klotz, T.; Haisch, J.: Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung, Huber, Bern, Göttingen, Toronto, 2014</p> <p>5) Schwarzer, Ralf: Psychologie des Gesundheitsverhaltens. Einführung in die Gesundheitspsychologie, München, 2004</p> <p>6) Schwartz, F.W.; Walter, U.; Siegrist, J.: Public Health, München, 2012</p> <p>7) Vogt, L.; Neumann, A.: Sport in der Prävention, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln, 2011</p>																																								
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher)																																								
Voraussetzungen:																																									
Arbeitslast: - workload	120 LVS 180 SSZ																																								
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0524 Gesundheitspsychologie, -förderung und Prävention</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05241 Public Health, Health Prevention und Health Promotion</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05242 Prävention für spezielle Zielgruppen</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05243 Betriebliches Gesundheitsmanagement</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0524 Gesundheitspsychologie, -förderung und Prävention						Msn/PA	1	05241 Public Health, Health Prevention und Health Promotion	2	2	0	0				05242 Prävention für spezielle Zielgruppen	0	2	0	0				05243 Betriebliches Gesundheitsmanagement	0	2	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																																		
0524 Gesundheitspsychologie, -förderung und Prävention						Msn/PA	1																																		
05241 Public Health, Health Prevention und Health Promotion	2	2	0	0																																					
05242 Prävention für spezielle Zielgruppen	0	2	0	0																																					
05243 Betriebliches Gesundheitsmanagement	0	2	0	0																																					

<i>Modulname:</i>	Diagnostik und Versorgung	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0525	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verfügen über umfassende Kenntnisse zu Methoden der Diagnostik und zu medizinischen und sportwissenschaftlichen Testverfahren. Sie kennen sich mit Planung und Einsatz, Zeitbedarf und Kosten von diagnostischen Verfahren aus. Die Studierenden besitzen außerdem umfassendes Knowhow zum Versorgungsmanagement, so dass sie Aufgaben und Prozesse effektiv und effizient planen können. Im Sinne der Integrierten Versorgung können sie ihre Entscheidungen und Planungen an den grundlegenden Zielen des Gesundheitsmanagements ausrichten: der Qualitätssteigerung der Versorgung und der Wirtschaftlichkeit durch sektorenübergreifende Abstimmung der Leistungs- und Überleitungsprozesse. Sie können mit aktuellen Ansätzen der Managementsteuerung von Versorgungsprozessen, wie Disease Management, Case Management und Managed Care, umgehen, kennen die Vor- und Nachteile der Konzepte und Programme und können diese kritisch reflektieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Den Studierenden werden Kompetenzen für die Anwendung und Interpretation der gängigen Test- und Diagnoseverfahren vermittelt, die sie für die Planung und Steuerung von Maßnahmen der Prävention, Therapie und Rehabilitation nutzen können. In der Lehrveranstaltung werden die Grundlagen der verschiedenen diagnostischen Verfahren erarbeitet. Ausgewählte funktionelle und labortechnische Methoden werden in der Praxis erprobt. Vorgestellt werden sportwissenschaftliche und sportmedizinische Testverfahren, wie Anamnese, Anthropometrie, Puls- und Blutdruckmessung, Beweglichkeits- und Muskelfunktionstest, bildgebende Diagnostik, wie Röntgen, MRT, Ultraschall, EKG, CT, und labortechnische Verfahren, wie Blutbild mit Blutzucker-, Triglyzerid- und Cholesterinspiegel. Die Studierenden werden außerdem in aktuelle Modelle und Programme des Versorgungsmanagements eingeführt: Disease Management als koordinierte, leitliniengestützte und evidenzbasierte Betreuung chronisch Kranker; Case Management als durch den Fallmanager koordinierte ganzheitliche Versorgung kranker Menschen; Managed Care als durch die Kostenträger unter Qualitäts- und Wirtschaftlichkeitsgesichtspunkten gesteuerte Versorgung. Die Studierenden reflektieren kritisch die Ziele der Programme: Koordination der Leistungen, Wirtschaftlichkeit der Leistungserbringung, Standardisierung der Therapieprozesse, Qualitätssicherung und Effektivität der Versorgung. Sie beschäftigen sich auch mit dem Qualitätsmanagement in den Versorgungseinrichtungen (Kliniken, Praxen, MVZ etc.). Aufgabenstellungen und Leistungsprozesse der Integrierten Versorgung und des Qualitätsmanagements werden anhand aktueller Fallstudien praxiswirksam vermittelt. Vor- und Nachteile der Programme und die unterschiedlichen Interessen der beteiligten Leistungspartner werden aufgezeigt und kritisch reflektiert.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Kenntnisse und Methoden der Diagnostik werden in praxisorientierter Form vermittelt und Testverfahren erprobt. Anhand aktueller Fälle und Modelle werden Aufgaben und Prozesse des Versorgungsmanagements praxiswirksam vermittelt und kritisch reflektiert. Die Studierenden analysieren und bewerten aktuelle Programme und Konzepte und stellen die Ergebnisse in Form von Referaten und Ausarbeitungen vor.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dössel, Olaf: Bildgebende Verfahren in der Medizin, Springer Berlin, Heidelberg, 2000 2) Stock, S.; Redaelli, M.; Lauterbach, K. W.: Disease Management als Grundlage integrierter Versorgungsstrukturen, Kohlhammer Stuttgart, 2005 3) Banzer, W.; Pfeiffer, K.; Vogt, L.: Funktionsdiagnostik des Bewegungssystems in der Sportmedizin, Springer Berlin, 2004 		

	<p>4) Amelung, Volker Eric; Eble, Susanne: Innovatives Versorgungsmanagement, Berlin, 2011</p> <p>5) Mühlbacher, Axel: Integrierte Versorgung. Management und Organisation, Bern, 2002</p> <p>6) Hahne, Bettina: Qualitätsmanagement im Krankenhaus, 2011, Düsseldorf</p> <p>7) Hollmann, W.; Predel, H. G.; Strüder, H. K.: Spiroergometrie. Kardiopulmonale Leistungsdiagnostik des Gesunden und Kranken, Stuttgart, 2006</p>																																
<i>Dozententeam:</i>	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. Kreyher, Volker J.																																
<i>Voraussetzungen:</i>																																	
<i>Arbeitslast:</i> - workload	60 LVS 90 SSZ																																
<i>Lerneinheitenformen:</i> - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0525 Diagnostik und Versorgung</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05251 Diagnostik</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05252 Versorgungsmanagement</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0525 Diagnostik und Versorgung						Ms/90	1	05251 Diagnostik	2	0	0	0				05252 Versorgungsmanagement	0	2	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0525 Diagnostik und Versorgung						Ms/90	1																										
05251 Diagnostik	2	0	0	0																													
05252 Versorgungsmanagement	0	2	0	0																													

Modulname:	Gesundheitskommunikation	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0526	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	3					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden sind fähig, Kommunikationskonzeptionen zu entwickeln, zu organisieren und zu kontrollieren, die sich auf das Gesundheitsfeld beziehen. Sie sind qualifiziert, Aufgaben des Kommunikationsmanagements in der Gesundheitsbranche zu übernehmen. Sie sind fähig, Kommunikationskonzepte für die Förderung der Gesundheitsaufklärung, Selbstverantwortung, Kompetenz und Selbsthilfe im Gesundheitswesen (Enabling und Empowerment) zu entwickeln. Sie sind in der Lage, Kommunikationskonzepte für verschiedene Formen der Gesundheitskommunikation zu entwickeln und umzusetzen: Kommunikationskampagnen zur Gesundheitsaufklärung und -förderung (Health Campaigning); Konzepte der institutionellen Kommunikation für Krankenkassen, Kliniken, Arztpraxen und Gesundheitsunternehmen (Gesundheitsmarketing); Kommunikationskonzepte für gesundheitsbezogene Produkte und Leistungen; Kommunikationsaktionen zur Aufklärung und Betreuung von Patienten und Angehörigen durch das persönliche Gespräch (Arzt-Patienten-Kommunikation) oder über Medien, wie interaktive Gesundheitsforen und Online-Anwendungen (e-Health, mobile Apps).							
Lehrinhalte:	Die Lehrinhalte umfassen alle Formen der Gesundheitskommunikation. Aktuelle Methoden der Gesundheitskommunikation werden vermittelt. Die Studierenden lernen die verschiedenen Formen der Gesundheitskommunikation (institutionelle, produktbezogene, themenbezogene, interpersonale und mediale Kommunikation) kennen, analysieren und entwickeln zielgruppengerechte Konzepte und werden so auf den Einsatz im Berufsfeld vorbereitet.							
Lernmethoden:	Die Studierenden erhalten in interaktivem Unterricht umfangreiche Kenntnisse zu Methoden der Gesundheitskommunikation. Sie recherchieren und analysieren Konzepte und Fallstudien, reflektieren und diskutieren aktuelle Anwendungen und erarbeiten Referate und Präsentationen.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Jähn, K.; Nagel, E.: e-Health Berlin, Heidelberg, New York, 2004 2) Krause, R.; Eisele, H.; Lauer, R. J.: Gesundheit verkaufen - Praxis der Gesundheitskommunikation Sankt Augustin, 1989 3) Kreyher, V. J.: Handbuch Gesundheits- und Medizinmarketing, R.v. Decker Verlag Heidelberg, 2001 4) Bonfadelli, H.; Friemel, T.: Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich, UVK, Konstanz, 2010 5) Papenhoff, Mike; Platzköster, Clemens: Marketing für Krankenhäuser und Reha-Kliniken, Berlin, 2009 6) Frodl, Andreas : Marketing im Gesundheitsbetrieb, Wiesbaden, 2011 7) Hurrelmann, K.; Leppin, A.: Moderne Gesundheitskommunikation, Huber Bern, Göttingen, Toronto, 2001 							
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0526 Gesundheitskommunikation						Msn/PA	1
	05261 Gesundheitsaufklärung, Selbstverantwortung und Empowerment	1	1	0	0			

	05262 Health Communication und Health Campaigning	0	1	0	0
	05263 Gesundheitskommunikation und -marketing	0	1	0	0

<i>Modulname:</i>	Gesundheitssport und Sporttherapie	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0527	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	10	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	4
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden sind sich bewusst, dass sportliche Aktivität wesentlich zur Förderung, Erhaltung und Wiederherstellung physischer und psychosozialer Gesundheit beiträgt. Sie sind in der Lage, gesundheitssportliche Programme zu analysieren und zu bewerten, zu planen und zu kontrollieren, die mit dem Ziel durchgeführt werden, die physischen und psychosozialen Ressourcen zu stärken, Risikofaktoren, wie Übergewicht und Störungen des Fettstoffwechsels, zu mindern und Beschwerden, wie Rückenschmerzen, zu bewältigen. Sie sind fähig, geeignete Maßnahmen zu entwickeln, die zur Bindung an gesundheitssportliche Aktivität und zur regelmäßigen Teilnahme am Gesundheitssport beitragen. Sie sind in der Lage, gesundheitssportliche Planungen und Aufgaben an den strategischen Zielen der Verhaltensänderung und der Verhältnisänderung (Optimierung der Angebote im Verein, im Betrieb und in der Kommune, Qualitätssicherung der Maßnahmen) auszurichten. Sie erkennen den Gesundheitssport als Chance zum Aufbau eines positiven Körperkonzeptes, zur Aneignung eines aktiven Lebensstils, zur Verbesserung der Lebensqualität auch bei chronisch Kranken und zur Kompetenzförderung besonders bei jungen und älter werdenden Menschen. Die Studierenden verstehen die Sporttherapie als bewegungstherapeutische Maßnahme, um mit geeigneten Mitteln des Sports gestörte körperliche und psychische Funktionen zu kompensieren und zu regenerieren, Risiken und Schäden vorzubeugen, Koordination und Kondition, Fitness und Leistungsfähigkeit zu steigern und gesundheitliche Kompetenzen zu fördern. Sie sind fähig, Anwendungsbereiche und Wirkungen bewegungsbezogener Interventionen mit differenzierten Zielgruppen (bspw. Diabetes, Osteoporose, Adipositas, Suchterkrankungen) zu erfassen und sie adressatengerecht umzusetzen.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Den Studierenden werden fundierte Kenntnisse zum gezielten Einsatz von Gesundheitssport und von sporttherapeutischen Maßnahmen in Prävention, Therapie und Rehabilitation vermittelt. Sie werden mit der Analyse und Entwicklung von sportbezogenen Gesundheitsprogrammen und -angeboten sowie bewegungsbezogenen Interventionen vertraut gemacht. Sie beschäftigen sich mit den Möglichkeiten der Qualitätssicherung sportbezogener gesundheitlicher Maßnahmen. Modelle der sportbezogenen Prävention und der Rehabilitation des Bewegungssystems werden diskutiert und mit praktischen Beispielen belegt. Gesundheitssport in verschiedenen Formen, gesundheitsbezogenes Training sowie Grundlagen der Verhaltens- und Verhältnisprävention (Rückenschule, Arbeitsplatzanalyse) werden dargestellt und anhand ausgewählter Beispiele, u.a. aus dem betrieblichen Gesundheitsmanagement, veranschaulicht. Der Mensch als bio-psychosoziale Einheit, die Stärkung seiner Gesundheitsressourcen und die Faktoren zur Entwicklung einer gesundheitssportlichen Motivationsstruktur bilden wichtige Schwerpunkte des Moduls.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>In der Lehrveranstaltung werden in interaktiver Form Kenntnisse, Methoden und Fähigkeiten zum Einsatz von sportbezogenen Programmen und Maßnahmen in Prävention, Therapie und Rehabilitation vermittelt. Sporttherapeutische Verfahren werden in der Praxis erprobt und diskutiert. Die Studierenden analysieren aktuelle Modelle und Programme und entwickeln geeignete Konzepte für die Förderung, Erhaltung und Wiederherstellung der Gesundheit und die Verbesserung der Lebensqualität durch sportliche Maßnahmen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Fuchs, Reinhard; Göhner, Wiebke; Seelig, Harald: Aufbau eines körperlich-aktiven Lebensstils, Wien, 2007 2) Schüle, K.; Huber, G.: Grundlagen der Sport- und Bewegungstherapie, Köln, 2012 		

	<p>3) Bös, K.; Brehm, W.: Handbuch Gesundheitssport, Hofmann Schorndorf, 2006</p> <p>4) Schlicht, W.; Brand, R.: Körperliche Aktivität, Sport und Gesundheit, Juventa Weinheim, 2007</p> <p>5) Vogt, L.; Neumann, A.: Sport in der Prävention, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln, 2011</p> <p>6) Halle, Martin: Sporttherapie in der Medizin. Evidenzbasierte Prävention und Therapie, Stuttgart, 2008</p> <p>7) Froböse, I.: Training in der Therapie, Urban & Fischer bei Elsevier München, 2003</p>																																
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher)																																
Voraussetzungen:																																	
Arbeitslast: - workload	120 LVS 180 SSZ																																
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0527 Gesundheitssport und Sporttherapie</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05271 Gesundheitssport</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05272 Sporttherapie</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0527 Gesundheitssport und Sporttherapie						Msn/PA	1	05271 Gesundheitssport	1	3	0	0				05272 Sporttherapie	1	3	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0527 Gesundheitssport und Sporttherapie						Msn/PA	1																										
05271 Gesundheitssport	1	3	0	0																													
05272 Sporttherapie	1	3	0	0																													

Modulname:	Anatomie, Physiologie, Trainings- und Bew. -lehre	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0528	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden besitzen grundlegendes Wissen in funktioneller Anatomie und Physiologie sowie in Trainings- und Bewegungslehre. Sie besitzen Kenntnisse über die funktionell-anatomischen Gegebenheiten sportlicher Bewegung und pathophysiologischer Vorgänge als Basis für die Planung und Gestaltung adäquater Präventions- und Interventionsmaßnahmen. Durch Kenntnisse über physiologische Systeme sind sie in der Lage, Wirkungsweise, Veränderungen und Regulationsmechanismen von Organen, Geweben und Zellen zu begreifen. Sie sind qualifiziert, Adaptationsprozesse, Störungen integrierter Körpersysteme und pathogene Entwicklungen zu verstehen. Sie kennen die präventiven und rehabilitativen Möglichkeiten einer gesundheitssportlich orientierten Trainings- und Bewegungslehre.							
Lehrinhalte:	Die Lehrinhalte umfassen die funktionelle Anatomie und Physiologie des menschlichen Körpers als Gesamtsystem. Körpersysteme in Ruhe und unter Belastung bilden einen wichtigen Themenschwerpunkt. Neben Informationen über Zytologie, Histologie, Organe, Neuromotorik und Hormone spielen Metabolismus, Atmung, Herz-Kreislauf-System sowie der Stütz- und Bewegungsapparat eine besondere Rolle. Bei der Darstellung der Körpersysteme werden Interaktion und Zusammenspiel der Funktionen analysiert, mögliche pathogene Veränderungen charakterisiert und entsprechende Präventionsmaßnahmen diskutiert. In der Trainings- und Bewegungslehre werden folgende Themenbereiche angesprochen und anhand praktischer Beispiele einzelner Sportdisziplinen verdeutlicht: Grundlagen einer gesundheitssportlich orientierten Trainingslehre, Adaptationen durch körperliche Aktivität sowie die Entwicklung der motorischen Fähigkeiten im Lebenslauf.							
Lernmethoden:	In den Lehrveranstaltungen zur funktionellen Anatomie und Physiologie werden in interaktiver Form die jeweiligen Grundlagen vermittelt. Die Studierenden bearbeiten spezielle Fragestellungen und Fallbeispiele zur Trainings- und Bewegungslehre und erarbeiten Recherchen und Praxisstudien.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Meinel, Kurt; Schnabel, Günter: Bewegungslehre Sportmotorik, Stuttgart, 2014 2) Schüle, K.; Huber, G.: Grundlagen der Sport- und Bewegungstherapie, Köln, 2012 3) Speckmann, E. J.; Wittkowski, W.: Handbuch Anatomie, München, 2012 4) Pape, Hans-Christian; Kurtz, Armin; Silbernagl, Stefan : Physiologie, Stuttgart, 2014 5) Schünke, Michael; Schulte, Erik; Schumacher, Udo: Prometheus. Allgemeine Anatomie und Bewegungssysteme, Stuttgart, 2014 6) Gehrke, Thorsten: Sportanatomie, Hamburg, 2009 7) Froböse, I.: Training in der Therapie, Urban & Fischer bei Elsevier München, 2003 							
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher)							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0528 Anatomie, Physiologie, Trainings- und Bew. -lehre						Ms/90	1
	05281 Grundlagen der Anatomie	1	0	0	0			

	05282 Grundlagen der Physiologie	1	0	0	0
	05283 Trainings- und Bewegungslehre	0	2	0	0

<i>Modulname:</i>	Spa und Wellness	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0529	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	4
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verstehen Spa und Wellness als ganzheitliches Gesundheitskonzept, wobei der Präventions-, Erholungs- und Entspannungscharakter der Angebote im Vordergrund steht. Die Studierenden sind in der Lage, Managementaufgaben und Marketingkonzepte im Spa- und Wellnessmarkt zu analysieren, zu planen, zu organisieren und zu kontrollieren. Sie verfügen über ein umfassendes Wissen zu dem sich ausdifferenzierenden Spa- und Wellnessmarkt und den angebotenen Spa- und Wellnesskonzepten und -produkten. Sie kennen die Anwendungsbereiche, Verfahren und Wirkungen der Therapien und Angebote. Sie sind fähig, beim Management von Spa- und Wellnessanlagen und bei der Konzeption von Gesundheits- und Präventionsprogrammen auf die aktuellen Entwicklungen zu reagieren, markt und qualitätsgerechte Angebote zu entwickeln und zielgruppengerecht zu vermarkten. Sie sind qualifiziert, lebensstil- und ernährungsbedingte Erkrankungen und Probleme zu erkennen und ernährungs- und bewegungsbezogene Maßnahmen in ein ganzheitliches Gesundheitsmodell zu integrieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Den Studierenden werden die Zukunftsperspektiven des Spa- und Wellnessmarktes vermittelt. Sie beschäftigen sich mit der Produktentwicklung und dem Qualitätsmanagement. Sie entwickeln Marketing- und Kommunikationskonzepte für die Erschließung geeigneter Zielgruppen. Sie entwickeln Bestandsanalysen zu den Institutionen, Produkten und Märkten im touristischen und regionalen Bereich (Hotels, Thermen, Vitalzentren etc.). Sie analysieren und reflektieren die Motive, Erwartungen und Lebensstile moderner gesundheitsorientierter Zielgruppen. Folgende Themengebiete werden mit den Studierenden in praxisorientierter Form entwickelt: Produkt- und Qualitätspolitik sowie Marketing- und Kommunikationspolitik von Spa und Wellnessangeboten; Medical Wellness; klassisches Kur- und Bäderwesen; ganzheitliche Heilverfahren; Selbstzahlermedizin; Ernährung, Lebensstil und Gesundheit. Den Studierenden werden Kenntnisse über die physiologischen Grundlagen von Nahrungsstoffen, ihr Vorkommen und Bedarf, den Energiehaushalt, die Zusammenhänge von Ernährung, Bewegung und Gesundheit, Essgewohnheiten und Essstörungen (Adipositas, Obesität, Anorexia etc.) sowie alternative Ernährungsformen vermittelt. Sie entwickeln Spa- und Wellnesskonzepte und erarbeiten Maßnahmen zur Prävention ernährungs-, bewegungs- und lebensstilabhängiger Erkrankungen.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>In den Lehrveranstaltungen werden den Studierenden in interaktiver und praxisorientierter Form umfassende Kenntnisse zum Spa- und Wellnessmarkt sowie geeignete Fähigkeiten zur Übernahme von Managementaufgaben vermittelt. Die Studierenden entwickeln praxisorientierte Analysen und Konzepte für Spa- und Wellnessangebote und geeignete Präventionsmaßnahmen zu lebensstil- und ernährungsbedingten Problemstellungen. Ihre Ergebnisse stellen sie in Studien und Referaten vor und diskutieren kritisch die erarbeiteten Lösungen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Leitzmann, C.; Müller, C.; Michel, P.: Ernährung in Prävention und Therapie, Hippokrates Stuttgart, 2003 2) Illing, Kai-Torsten: Gesundheitstourismus und Spa-Management, München, 2008 3) Berg, Waldemar: Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München, 2008 4) Hentschel, Candy: Modernes Kurort-Marketing, Saarbrücken, 2008 5) Geiger, A.; Gindhard, T.; Neuhaus, G.: Unternehmen Wellness, Dustri München, 2005 		

	6) Eberle, B.: Wellness und Gesundheit als Marketingimpuls, Moderne Industrie Frankfurt (a.M), 2004 7) Hermes, Kirsten: Wellness und Medical Wellness. Vom Gesundheitskonzept zum Lifestyleprodukt, Hamburg, 2015																																
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. phil. Huhle, Tamara																																
Voraussetzungen:																																	
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0529 Spa und Wellness</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05291 Spa- und Wellnessmarkt</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0529 Spa und Wellness						Ms/90	1	05291 Spa- und Wellnessmarkt	1	1	0	0				05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit	1	1	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0529 Spa und Wellness						Ms/90	1																										
05291 Spa- und Wellnessmarkt	1	1	0	0																													
05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit	1	1	0	0																													

<i>Modulname:</i>	Versorgung und Qualität	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0530	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	10	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden besitzen umfassendes Knowhow zum Versorgungsmanagement und können Aufgaben und Prozesse der Leistungserbringung effektiv und effizient planen, organisieren und umsetzen sowie kontrollieren. Im Sinne der Integrierten Versorgung können sie ihre Entscheidungen und Planungen an den grundlegenden Zielen des Gesundheitsmanagements ausrichten: der Qualitätssteigerung der Versorgung und der Wirtschaftlichkeit durch sektorenübergreifende Abstimmung der Leistungs- und Überleitungsprozesse. Sie können mit aktuellen Ansätzen der Managementsteuerung von Versorgungsprozessen, wie Disease Management, Case Management und Managed Care, umgehen, kennen die Vor- und Nachteile der Konzepte und Programme und können diese kritisch reflektieren. Sie verstehen Qualitätsmanagement als Aufgabe der Evaluierung, Qualitätssicherung und Zertifizierung. Sie sind befähigt, Qualitätsmanagementmodelle und -instrumente zu beurteilen und einzusetzen. Sie sind in der Lage, Maßnahmen der Zertifizierung von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen zu planen und zu organisieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Lehrinhalte umfassen das Versorgungsmanagement in allen Sektoren des Gesundheits- und Sozialwesens (Kliniken, MVZ, Arztpraxen, Apotheken, Alten- und Pflegeheime, ambulante Pflegedienste, Sozialstationen, Wohlfahrtsverbände, Rettungsdienste etc.). Die Studierenden werden in aktuelle Modelle und Programme des Versorgungsmanagements eingeführt: Disease Management als koordinierte, leitliniengestützte und evidenzbasierte Betreuung chronisch Kranker; Case Management als durch den Fallmanager koordinierte ganzheitliche Versorgung kranker Menschen; Managed Care als durch die Kostenträger unter Qualitäts- und Wirtschaftlichkeitsgesichtspunkten gesteuerte Versorgung. Die Studierenden reflektieren kritisch die Ziele der Programme: Koordination der Leistungen, Wirtschaftlichkeit der Leistungserbringung, Standardisierung der Therapieprozesse, Qualitätssicherung und Effektivität der Versorgung. Sie beschäftigen sich auch mit dem Qualitätsmanagement in den Versorgungseinrichtungen (Kliniken, Praxen, MVZ, Alten- und Pflegeheime etc.). Aufgabenstellungen und Leistungsprozesse der Integrierten Versorgung und des Qualitätsmanagements werden anhand aktueller Fallstudien praxiswirksam vermittelt. Vor- und Nachteile der Programme und die unterschiedlichen Interessen der beteiligten Leistungspartner werden aufgezeigt und kritisch reflektiert. Die Studierenden beschäftigen sich mit Qualitätsmanagement zur Steigerung der Potenzial-, Prozess- und Ergebnisqualität in den Versorgungseinrichtungen (Zertifizierung von Kliniken, Pflegeeinrichtungen etc.). Aufgabenstellungen und Leistungsprozesse des Qualitätsmanagements werden anhand aktueller Beispiele vermittelt.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Anhand aktueller Fallstudien werden Aufgaben und Prozesse des Versorgungsmanagements praxiswirksam vermittelt und kritisch reflektiert. Die Studierenden analysieren und bewerten aktuelle Qualitätssicherungsprogramme und -konzepte. Sie stellen die Ergebnisse in Form von Referaten und Ausarbeitungen vor.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Weigert, Johann: Der Weg zum leistungsstarken Qualitätsmanagement, Hannover, 2008 2) Stock, S.; Redaelli, M.; Lauterbach, K. W.: Disease Management als Grundlage integrierter Versorgungsstrukturen, Kohlhammer Stuttgart, 2005 3) Pfaff, H.; Schrappe, M.; Lauterbach, K. W.: Gesundheitsversorgung und Disease Management, Huber Bern, Göttingen, Toronto, 2003 		

	<p>4) Amelung, Volker Eric; Eble, Susanne: Innovatives Versorgungsmanagement, Berlin, 2011</p> <p>5) Mühlbacher, Axel: Integrierte Versorgung. Management und Organisation, Bern, 2002</p> <p>6) Busse, R.; Gericke, C.; Schreyögg, J.: Management im Gesundheitswesen Berlin, Heidelberg, New York, 2006</p> <p>7) Hahne, Bettina: Qualitätsmanagement im Krankenhaus, 2011, Düsseldorf</p>																																
<i>Dozententeam:</i>	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard																																
<i>Voraussetzungen:</i>																																	
<i>Arbeitslast:</i> - workload	120 LVS 180 SSZ																																
<i>Lerneinheitenformen:</i> - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th><i>Bezeichnung des Modulelementes</i></th> <th><i>V</i></th> <th><i>S</i></th> <th><i>P</i></th> <th><i>T</i></th> <th><i>PVL</i></th> <th><i>PL</i></th> <th><i>W</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0530 Versorgung und Qualität</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05301 Versorgungsmanagement</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05302 Qualitätsmanagement</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>	0530 Versorgung und Qualität						Ms/90	1	05301 Versorgungsmanagement	2	2	0	0				05302 Qualitätsmanagement	2	2	0	0			
<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>																										
0530 Versorgung und Qualität						Ms/90	1																										
05301 Versorgungsmanagement	2	2	0	0																													
05302 Qualitätsmanagement	2	2	0	0																													

<i>Modulname:</i>	Therapie - Pflege - Diagnostik	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0531	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verfügen über grundlegendes Wissen in Anatomie und Physiologie. Sie haben Kenntnisse über die funktionell-anatomischen Gegebenheiten, pathophysiologische Vorgänge und die Planung und Gestaltung von adäquaten Therapie-, Interventions- und Rehabilitierungsmaßnahmen. Durch die Vermittlung von Kenntnissen über physiologische Systeme sind die Studierenden in der Lage, Wirkungsweise, Veränderungen und Regulationsmechanismen von Organen, Geweben und Zellen zu begreifen. Sie sind qualifiziert, Adaptationsprozesse, Störungen integrierter Körpersysteme und pathogene Entwicklungen zu verstehen. Die Studierenden kennen die Pflegestandards für Krankenhäuser, Pflege-, Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen (Ernährungsstandards, Schmerzmanagement, Sturzprophylaxe etc.). Sie verfügen über umfassende Kenntnisse zu Methoden der Diagnostik und medizinischen Testverfahren. Sie kennen sich aus mit Planung und Einsatz, Zeitbedarf und Kosten von diagnostischen Verfahren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Lehrinhalte umfassen Anatomie und Physiologie des menschlichen Körpers. Neben Informationen über Zytologie, Histologie, Organe, Neuromotorik und Hormone spielen Metabolismus, Atmung, Herz-Kreislaufsystem sowie der Stütz- und Bewegungsapparat eine wichtige Rolle. Interaktion und Zusammenspiel der Funktionen des Körpers werden analysiert, mögliche pathogene Veränderungen charakterisiert und Therapiemaßnahmen diskutiert. Die Studierenden werden eingeführt in die evidenzbasierte Standardisierung im Bereich der Pflege und beschäftigen sich mit dem Spannungsfeld von individuellem Pflegebedarf und standardisierten Handlungsabläufen. Den Studierenden werden Kompetenzen für die Anwendung und Interpretation gängiger Test- und Diagnoseverfahren vermittelt, die zur Planung und Steuerung von Maßnahmen der Therapie und Rehabilitation genutzt werden. Ausgewählte funktionelle und labortechnische Methoden werden in der Praxis erprobt. Vorgestellt werden verschiedene Testverfahren, wie Anamnese, Anthropometrie, Puls- und Blutdruckmessung, Beweglichkeits- und Muskelfunktionstest, bildgebende Diagnostik, wie Röntgen, MRT, Ultraschall, EKG, CT, und labortechnische Verfahren, wie Blutbild mit Blutzucker-, Triglyzerid- und Cholesterinspiegel. Die Studierenden machen sich vertraut mit der Durchführung, dem Zeitbedarf und den Kosten diagnostischer Verfahren.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>In der Lehrveranstaltung werden in interaktiver Form Kenntnisse, Methoden und Fähigkeiten zur Intervention, Pflege und Diagnostik vermittelt. Die Studierenden analysieren aktuelle Modelle und Programme und entwickeln themenrelevante Konzepte.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dahmer, Jürgen: Anamnese und Befund. Die symptom-orientierte Patientenuntersuchung als Grundlage klinischer Diagnostik, Stuttgart, 2006 2) Grüne, Stefan; Schölmerich, Jürgen: Anamnese - Untersuchung - Diagnostik, Heidelberg, 2007 3) Dössel, Olaf: Bildgebende Verfahren in der Medizin, Springer Berlin, Heidelberg, 2000 4) Schmidt, Simone: Expertenstandards in der Pflege, Berlin, 2012 5) Brock, Andrea; Kany, Anke; Knipfer, Eva: Handbuch Intensivpflege. Medizinische und pflegerische Grundlagen, München, 2014 6) Hollmann, W.; Predel, H. G.; Strüder, H. K.: Spiroergometrie. Kardiopulmonale Leistungsdiagnostik des Gesunden und Kranken, Stuttgart, 2006 		

	7) Bölicke, Claus; Ritter, Susanne; Stenzel, Carola: Standards in der Pflege. Entwickeln - Einführen - Überprüfen, München, 2006							
<i>Dozententeam:</i>	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. Kreyher, Volker J.							
<i>Voraussetzungen:</i>								
<i>Arbeitslast:</i> - workload	60 LVS 90 SSZ							
<i>Lerneinheitsformen:</i> - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0531 Therapie - Pflege - Diagnostik						Ms/90	1
	05311 Therapeutische Intervention	1	1	0	0			
	05312 Standards in der Pflege	1	0	0	0			
	05313 Diagnostik und Testverfahren	1	0	0	0			

Modulname:	Gesundheitsförderung und Prävention	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0532	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	3					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden verfügen über grundlegendes Wissen zur Organisation des Gesundheitswesens und zu den Disziplinen und Methoden der Gesundheitswissenschaften (Public Health). Sie sind in der Lage, Aufgaben der Prävention von Krankheiten und Risiken (Health Prevention) zu übernehmen und Aufgaben und Programme der Gesundheitsförderung (Health Promotion) umzusetzen. Sie sind fähig, zukunftsgerichtete Ansätze und Modelle der Gesundheitsförderung und Prävention zu analysieren und zu evaluieren. Sie sind befähigt, Strategien und operationale Verfahren anzuwenden, die auf Verhaltensänderung und Verhältnisänderung zielen. Sie sind in der Lage, Konzepte für die Prävention spezieller Zielgruppen (chronisch Kranke, älter werdende Menschen, Risikogruppen etc.) zu entwickeln. Sie sind fähig, die Qualität der Maßnahmen zu sichern und die Wirkungen zu bewerten.							
Lehrinhalte:	Die Studierenden analysieren und bewerten bestehende Programme zur Gesundheitsförderung und Prävention. Sie entwickeln geeignete Konzeptionen für gesundheitsbezogene Aufgaben. Dabei werden aktuelle Ansätze und Modelle der Prävention und Gesundheitsförderung einbezogen. Die Studierenden lernen Strategien und Methoden kennen, um Gesundheitsförderungs- und Präventionsprogramme durchführen zu können. Gesundheitsorientierte Zielgruppenprogramme finden ein besonderes Gewicht. Die Studierenden beschäftigen sich mit aktuellen Forschungsansätzen zur Qualitätssicherung und Evaluation von Präventionskonzepten.							
Lernmethoden:	In interaktiven Lehrveranstaltungen werden den Studierenden Kenntnisse und Fähigkeiten für die Entwicklung, Durchführung und Kontrolle von Präventions- und Gesundheitsförderungsprogrammen vermittelt. Sie diskutieren und reflektieren aktuelle Ansätze, Modelle und Methoden zum Themenfeld. Sie beschäftigen sich mit praxisnahen Anwendungsfällen, die von ihnen in Form von Recherchen, Analysen und Referaten bearbeitet werden.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kerr, Jacqueline; Weitkunat, Rolf; Moretti, Manuel: ABC der Verhaltensänderung. Der Leitfaden für erfolgreiche Prävention und Gesundheitsförderung, München, 2007 2) Bonfadelli, H.; Friemel, T.: Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich, UVK, Konstanz, 2010 3) Hurrelmann, K.; Klotz, T.; Haisch, J.: Lehrbuch Prävention und Gesundheitsförderung, Huber, Bern, Göttingen, Toronto, 2014 4) Schwartz, F.W.; Walter, U.; Siegrist, J.: Public Health, München, 2012 5) Vogt, L.; Neumann, A.: Sport in der Prävention, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln, 2011 6) Reifegerste, Doreen: Zielgruppenspezifische Präventionsbotschaften, Baden-Baden, 2012 							
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. Kreyher, Volker J.							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0532 Gesundheitsförderung und Prävention						Msn/PA	1
	05321 Public Health, Health Prevention und Health Promotion	1	1	0	0			

	05322 Zielgruppenprävention	1	1	0	0
--	-----------------------------	---	---	---	---

<i>Modulname:</i>	Mgmt. v. Gesundheits- und Sozialunternehmen	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0533	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	4
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse der Organisation und Führung von Unternehmen im Gesundheits- und Sozialbereich. Sie kennen die verschiedenen Trägerschaften und Rechtsformen dieser Unternehmen, Organisationen und Einrichtungen. Sie können strategische Aufgaben im Kontext des Gesundheits- und Sozialwesens bearbeiten. Sie sind fähig, das Unternehmen auf Effektivität, Effizienz und Qualität sowie auf Wettbewerb auszurichten, soweit dies im Rahmen des Solidarprinzips möglich ist. Sie sind in der Lage, Managementprozesse in Gesundheits- und Sozialunternehmen zu analysieren, zu planen, zu organisieren und zu kontrollieren. Sie sind befähigt, die sich aus den spezifischen Gegebenheiten im Gesundheits- und Sozialbereich entwickelnden strategischen Chancen und operationalen Handlungsoptionen zu erkennen, zu reflektieren und zu analysieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Lehrinhalte umfassen das spezifische Wissen für das Management von Profit- und Non-Profit-Unternehmen im Gesundheits- und Sozialwesen (Kliniken und Krankenhäuser, Arztpraxen, MVZ, Alten- und Pflegeheime, ambulante Pflegedienste, Rehabilitationseinrichtungen, Sozialstationen, Einrichtungen der Wohlfahrtsverbände, Rettungsdienste etc.). Die Studierenden erhalten einen grundlegenden Überblick über mögliche Träger (öffentlich, privat-gemeinnützig, privat-gewerblich) und Rechtsformen von Unternehmen im Gesundheits- und Sozialwesen (vom gemeinnützigen Verein bis zur Aktiengesellschaft), Kooperationsformen zwischen den Unternehmen sowie Netzwerken der Integrierten Versorgung. Im strategischen Management beschäftigen sich die Studierenden mit der Einbettung des Unternehmens in den Gesundheits- und Sozialbereich, Unternehmenszweck und -ziele. Sie reflektieren kritisch die Privatisierung von Einrichtungen und die Auswirkungen des Wettbewerbs. Die Beschaffung von Finanzierungsmitteln und die Interessen der Investoren werden erörtert. Die Studierenden erhalten das notwendige Fachwissen zur Gestaltung der speziellen Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen des Gesundheits- und Sozialbereichs. Hierzu gehören Rechnungswesen, Finanzmanagement, Personalmanagement, Risikomanagement, Berichtswesen und Controlling - spezifisch zugeschnitten auf die Bedingungen des Gesundheits- und Sozialwesens. Spezielle Kenntnisse und Kompetenzen gewinnen die Studierenden im Dienstleistungs-, Kunden- und Patientenmanagement. Die Studierenden analysieren, entwickeln und evaluieren Informations- und Kommunikationsprozesse in Gesundheits- und Sozialunternehmen. Hierbei werden sie insbesondere für die Kommunikation mit dem Patienten/Kunden und den Angehörigen sensibilisiert. Den Studierenden wird vermittelt, wie aus den Entwicklungen im Gesundheits- und Sozialbereich neue Geschäftsfelder erschlossen, Marktinnovationen generiert und erweiterte Handlungsoptionen geleitet werden können.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>In der Lehrveranstaltung werden die Studierenden durch interaktiven Unterricht in die Besonderheiten des Managements von Gesundheits- und Sozialunternehmen eingeführt. Die Studierenden beschäftigen sich mit praxisorientierten Fallstudien und recherchieren, reflektieren und diskutieren aktuelle Aufgabenstellungen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Frodl, Andreas: Betriebsführung im Gesundheitswesen, Wiesbaden, 2012 2) Haubrock, Manfred; Schär, Walter: Betriebswirtschaft und Management in der Gesundheitswirtschaft, Bern, 2009 3) Frodl, Andreas: Controlling im Gesundheitsbetrieb, Wiesbaden, 2011 4) Frodl, Andreas: Finanzierung und Investitionen im Gesundheitsbetrieb, Wiesbaden, 2011 5) Fleißa, Steffen: Grundlagen der Gesundheitsökonomie, Wiesbaden, 2013 		

	<p>6) Frodl, Andreas: Kostenmanagement und Rechnungswesen im Gesundheitsbetrieb, Wiesbaden, 2011</p> <p>7) Busse, R.; Gericke, C.; Schreyögg, J.: Management im Gesundheitswesen Berlin, Heidelberg, New York, 2006</p> <p>8) Tewes, Renate; Stockinger, Alfred: Personalentwicklung in Pflege- und Gesundheitseinrichtungen, Berlin, 2014</p>																																
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard																																
Voraussetzungen:																																	
Arbeitslast: - workload	120 LVS 30 SSZ																																
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0533 Mgmt. v. Gesundheits- und Sozialunternehmen</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05331 Unternehmensorganisation</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05332 Unternehmensführung</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0533 Mgmt. v. Gesundheits- und Sozialunternehmen						Ms/90	1	05331 Unternehmensorganisation	1	3	0	0				05332 Unternehmensführung	1	3	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0533 Mgmt. v. Gesundheits- und Sozialunternehmen						Ms/90	1																										
05331 Unternehmensorganisation	1	3	0	0																													
05332 Unternehmensführung	1	3	0	0																													

<i>Modulname:</i>	Spa und Wellness	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0529	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	4
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verstehen Spa und Wellness als ganzheitliches Gesundheitskonzept, wobei der Präventions-, Erholungs- und Entspannungscharakter der Angebote im Vordergrund steht. Die Studierenden sind in der Lage, Managementaufgaben und Marketingkonzepte im Spa- und Wellnessmarkt zu analysieren, zu planen, zu organisieren und zu kontrollieren. Sie verfügen über ein umfassendes Wissen zu dem sich ausdifferenzierenden Spa- und Wellnessmarkt und den angebotenen Spa- und Wellnesskonzepten und -produkten. Sie kennen die Anwendungsbereiche, Verfahren und Wirkungen der Therapien und Angebote. Sie sind fähig, beim Management von Spa- und Wellnessanlagen und bei der Konzeption von Gesundheits- und Präventionsprogrammen auf die aktuellen Entwicklungen zu reagieren, markt und qualitätsgerechte Angebote zu entwickeln und zielgruppengerecht zu vermarkten. Sie sind qualifiziert, lebensstil- und ernährungsbedingte Erkrankungen und Probleme zu erkennen und ernährungs- und bewegungsbezogene Maßnahmen in ein ganzheitliches Gesundheitsmodell zu integrieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Den Studierenden werden die Zukunftsperspektiven des Spa- und Wellnessmarktes vermittelt. Sie beschäftigen sich mit der Produktentwicklung und dem Qualitätsmanagement. Sie entwickeln Marketing- und Kommunikationskonzepte für die Erschließung geeigneter Zielgruppen. Sie entwickeln Bestandsanalysen zu den Institutionen, Produkten und Märkten im touristischen und regionalen Bereich (Hotels, Thermen, Vitalzentren etc.). Sie analysieren und reflektieren die Motive, Erwartungen und Lebensstile moderner gesundheitsorientierter Zielgruppen. Folgende Themengebiete werden mit den Studierenden in praxisorientierter Form entwickelt: Produkt- und Qualitätspolitik sowie Marketing- und Kommunikationspolitik von Spa und Wellnessangeboten; Medical Wellness; klassisches Kur- und Bäderwesen; ganzheitliche Heilverfahren; Selbstzahlermedizin; Ernährung, Lebensstil und Gesundheit. Den Studierenden werden Kenntnisse über die physiologischen Grundlagen von Nahrungsstoffen, ihr Vorkommen und Bedarf, den Energiehaushalt, die Zusammenhänge von Ernährung, Bewegung und Gesundheit, Essgewohnheiten und Essstörungen (Adipositas, Obesität, Anorexia etc.) sowie alternative Ernährungsformen vermittelt. Sie entwickeln Spa- und Wellnesskonzepte und erarbeiten Maßnahmen zur Prävention ernährungs-, bewegungs- und lebensstilabhängiger Erkrankungen.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>In den Lehrveranstaltungen werden den Studierenden in interaktiver und praxisorientierter Form umfassende Kenntnisse zum Spa- und Wellnessmarkt sowie geeignete Fähigkeiten zur Übernahme von Managementaufgaben vermittelt. Die Studierenden entwickeln praxisorientierte Analysen und Konzepte für Spa- und Wellnessangebote und geeignete Präventionsmaßnahmen zu lebensstil- und ernährungsbedingten Problemstellungen. Ihre Ergebnisse stellen sie in Studien und Referaten vor und diskutieren kritisch die erarbeiteten Lösungen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Leitzmann, C.; Müller, C.; Michel, P.: Ernährung in Prävention und Therapie, Hippokrates Stuttgart, 2003 2) Illing, Kai-Torsten: Gesundheitstourismus und Spa-Management, München, 2008 3) Berg, Waldemar: Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München, 2008 4) Hentschel, Candy: Modernes Kurort-Marketing, Saarbrücken, 2008 5) Geiger, A.; Gindhard, T.; Neuhaus, G.: Unternehmen Wellness, Dustri München, 2005 		

	6) Eberle, B.: Wellness und Gesundheit als Marketingimpuls, Moderne Industrie Frankfurt (a.M), 2004 7) Hermes, Kirsten: Wellness und Medical Wellness. Vom Gesundheitskonzept zum Lifestyleprodukt, Hamburg, 2015																																
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. phil. Huhle, Tamara																																
Voraussetzungen:																																	
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0529 Spa und Wellness</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05291 Spa- und Wellnessmarkt</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0529 Spa und Wellness						Ms/90	1	05291 Spa- und Wellnessmarkt	1	1	0	0				05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit	1	1	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0529 Spa und Wellness						Ms/90	1																										
05291 Spa- und Wellnessmarkt	1	1	0	0																													
05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit	1	1	0	0																													

<i>Modulname:</i>	Marketing in Gesundheits- und Sozialwirtschaft	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0534	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	4
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden sind fähig, Marketingkonzeptionen zu entwickeln, zu organisieren und zu kontrollieren, die sich auf die Gesundheits- und Sozialwirtschaft beziehen. Sie sind qualifiziert, Aufgaben des Marketingmanagements in der Gesundheits- und Sozialbranche zu übernehmen. Sie verfügen über vertiefte Kenntnisse im Dienstleistungsmarketing und können Strategien zur Entwicklung des Leistungsversprechens erarbeiten. Sie können die Instrumente des Dienstleistungsmarketings im Gesundheits- und Sozialbereich anwenden. Sie sind fähig, Kommunikationskonzepte zur Förderung der Gesundheitsaufklärung, Selbstverantwortung, Kompetenz und Selbsthilfe (Enabling und Empowerment) zu entwickeln. Sie sind in der Lage, Marketingkonzepte für die Gesundheits- und Sozialwirtschaft zu entwickeln und umzusetzen: für Kliniken, Arztpraxen, Gesundheits- und Sozialunternehmen; für gesundheitsbezogene Produkte und Leistungen; für Kommunikationsaktionen zur Aufklärung und Betreuung von Patienten und Angehörigen durch das persönliche Gespräch (Arzt-Patienten-Kommunikation) oder über Medien, wie interaktive Foren und Online-Anwendungen (e-Health, mobile Apps). Die Studierenden kennen die Bedeutung der Kommunikation mit Angehörigen in Versorgung, Therapie und Pflege. Sie sind fähig, Kooperationen zu den überweisenden Ärzten (Überweisermarketing) und Versorgungsnetzwerke aufzubauen und zu pflegen. Sie sind sich der wachsenden Bedeutung des Markenmanagements in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft und der Rolle der Dienstleistungsqualität für den Markenaufbau bewusst.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Die Lehrinhalte umfassen alle Formen des Marketings in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft. Die Studierenden analysieren aktuelle Marketingkonzepte von Gesundheits- und Sozialunternehmen und entwickeln zukunftsorientierte Marketingstrategien. Sie beschäftigen sich mit dem Marketing gesundheitsbezogener Produkte und Leistungen und sozialer Angebote. Sie reflektieren und diskutieren Aufgaben und Verfahren der Arzt-Patienten-Kommunikation und der Kommunikation mit Angehörigen. Hierzu zählen die Einbeziehung des Leistungsempfängers in die Leistungserbringung, die zeitnahe Information, die Berücksichtigung der Bedürfnisse und der respektvolle Umgang. Die Studierenden beschäftigen sich mit Strategien und Aufgaben des Qualitäts- und Markenmanagements in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft, besonders bei Klinik- und Sozialkonzernen sowie bei karitativen Dachorganisationen. Sie reflektieren und diskutieren die mit der Marke verbundenen Visionen, Werte und Qualitätsstandards und die Umsetzung in die managementbezogene Praxis.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Den Studierenden werden durch interaktiven Unterricht umfassende Kenntnisse zu den Strategien und Aufgaben des Marketings in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft vermittelt. Sie recherchieren und analysieren Fallstudien, reflektieren und diskutieren aktuelle Anwendungen, beschäftigen sich mit Konzepten des Qualitäts- und Markenmanagements und erarbeiten Referate und Präsentationen zu themenspezifischen Fragestellungen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Nemeč, Sabine; Fritsch, Hans Jürgen: Die Klinik als Marke, Berlin, 2012 2) Meffert, Heribert; Bruhn, Manfred: Dienstleistungsmarketing, Gabler Wiesbaden, 2006 3) Urban, Annika: Gesunde Netze pflegen. Öffentlichkeitsarbeit für Kliniken, Praxen und Pflegeeinrichtungen, Bremen, 2007 		

	<p>4) Hurrelmann, Klaus; Baumann, Eva: Handbuch Gesundheitskommunikation, Bern, 2014</p> <p>5) Kreyher, V. J.: Handbuch Gesundheits- und Medizinmarketing, R.v. Decker Verlag Heidelberg, 2001</p> <p>6) Bonfadelli, H.; Friemel, T.: Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich, UVK, Konstanz, 2010</p> <p>7) Frodl, Andreas : Marketing im Gesundheitsbetrieb, Wiesbaden, 2011</p>																																
<i>Dozententeam:</i>	<p>Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher)</p> <p>Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard</p>																																
<i>Voraussetzungen:</i>																																	
<i>Arbeitslast:</i> - workload	<p>60 LVS</p> <p>90 SSZ</p>																																
<i>Lerneinheitenformen:</i> - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th><i>Bezeichnung des Modulelementes</i></th> <th><i>V</i></th> <th><i>S</i></th> <th><i>P</i></th> <th><i>T</i></th> <th><i>PVL</i></th> <th><i>PL</i></th> <th><i>W</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0534 Marketing in Gesundheits- und Sozialwirtschaft</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05341 Marketingstrategien und -aufgaben</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05342 Kommunikationsmanagement</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>	0534 Marketing in Gesundheits- und Sozialwirtschaft						Msn/PA	1	05341 Marketingstrategien und -aufgaben	1	1	0	0				05342 Kommunikationsmanagement	1	1	0	0			
<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>																										
0534 Marketing in Gesundheits- und Sozialwirtschaft						Msn/PA	1																										
05341 Marketingstrategien und -aufgaben	1	1	0	0																													
05342 Kommunikationsmanagement	1	1	0	0																													

<i>Modulname:</i>	Grdl. Betriebliches Gesundheitsmanagement	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0535	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) im Rahmen des Feldes Gesundheitsmanagement einzuordnen. Sie können Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) von Betrieblicher Gesundheitsförderung (BGF) abgrenzen und sind sich der Differenzierung von Verhaltens- und Verhältnisprävention bewusst. Sie kennen wesentliche Prozessschritte und können diese grundsätzlich planen und die Umsetzung managen. Sie kennen die zentralen Herausforderungen im Rahmen der Planung und Implementierung von BGM, sie sind befähigt Eckpunkte einer BGM-Evaluation zu benennen und anzuwenden. Insbesondere Kosten-Nutzen-Aspekte sind ihnen bekannt.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Einführend werden zentrale Begriffe des Gegenstandsbereich, aktuelle Entwicklungen einschließlich der Daten- und Faktenlage, wesentliche Argumente für BGM in Unternehmen (Nutzen) und Kernprozesse eines ganzheitlichen BGM betrachtet. Unterschiedliche Erscheinungsformen gesundheitsförderlicher Maßnahmen werden betrachtet und differenziert. Charakteristika der unterschiedlichen Maßnahmen (BGM / BGF) werden definiert und im weiteren Schritt deren Zielstellung analysiert: Verhaltens- oder Verhältnisänderung oder beides. Damit einher gehen die Diskussion über Voraussetzungen für gelungenes BGM - beispielsweise "Welcher organisatorische Rahmen sollte gegeben sein?" und "Welche Prozessschritte durchlaufen werden?". Dabei werden wiederkehrende zu erwartende Schwierigkeiten bei der Realisierung von BGM beleuchtet - branchenspezifische sowie betriebstypische Herausforderungen benannt und diskutiert. Als weiterer Schritt werden Methoden und Anforderungen der betrieblichen (Bedarfs-)Analyse behandelt. Darauf folgen die Genese von Zielen aus den Analyseergebnissen sowie die Entwicklungen von Maßnahmen zur Zielerreichung. Grundlegend werden weiter Pläne zur Implementierung und der abschließenden Evaluation aufgezeigt. Vertiefend wird hier auf Kosten- und Nutzenaspekte im BGM eingegangen. Zentrale Akteure des BGM werden benannt und die Bedeutung eines betrieblichen Prozessmanagers, der/dem GesundheitsmanagerIn, aufgezeigt. Abschließend entwerfen die Studierenden ein erstes Design für ein BGM-Projekt anhand vorgegebener Analyseergebnisse.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Neben klassischer Grundlagenvermittlung erfolgt die Lehre in Form einer Kombination aus Vorlesung und Übung, um theoretisches Wissen im eigenen Handeln zu verankern. Die Studierenden werden an die Anwendungsfelder herangeführt und zur Praxis animiert. Die theoretische Perspektive wird durch praxisbezogene Fallstudien erweitert, die von den Studierenden in Form von kürzeren Recherchen, Analysen, Konzeptionen, Präsentationen oder Referaten bearbeitet werden.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kaminski, M.: Betriebliches Gesundheitsmanagement für die Praxis: ein Leitfaden zur systematischen Umsetzung der DIN SPEC 91020, Wiesbaden, 2013 2) Akkermann, I.: Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Praxis: von der Analyse bis zur Umsetzung, Hamburg, 2013 3) Elsholz, P.; Ruschmann, S.: Betriebliches Gesundheitsmanagement: Leitfaden und Praxisbeispiele, Hamburg, 2012 4) DIN Deutsches Institut für Normung e. V.: DIN SPEC 91020:2012-07 Betriebliches Gesundheitsmanagement, Berlin, 2012 		

	5) Stierle, J.: Handbuch betriebliches Gesundheitsmanagement: Unternehmenserfolg durch Gesundheits- und Leistungscontrolling, Stuttgart, 2014 6) Ruschmann, S.: Wettbewerbsfaktor Gesundheit: betriebliches Gesundheitsmanagement im Hamburger Mittelstand, Hamburg, 2014							
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. Kreyher, Volker J.							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0535 Grdl. Betriebliches Gesundheitsmanagement						Msn/PA	1
	05351 Einführung gBGM	1	0	0	0			
	05352 Projektzyklus gBGM	0	2	0	0			
	05353 Kosten-Nutzen-Analyse	1	0	0	0			

<i>Modulname:</i>	Unternehmensgesundheit	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0536	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Zum Ende dieses Moduls können die Studierenden die Bedeutung von BGM für zukunftsgewandte Unternehmen und deren Unternehmenspolitik einordnen. Sie kennen Merkmale "gesunder Unternehmen" und wissen, welche Mehrwerte sich sowohl auf individueller Arbeitnehmerebene sowie auf betrieblicher Ebene durch BGM einstellen können. Hierbei erstreckt sich ihr Wissen auch auf die Anforderungen und Wirkungsweisen erfolgreicher interner und externer Kommunikation im Rahmen von Implementierung und Durchführung von BGM. Sie kennen Kernprobleme der Akzeptanz, der Erwartungen und der Implementierung. Ihnen sind Best Practices der unterschiedlichen Aspekte geläufig und sie sind in der Lage diese auf Grundlage von Daten- und Faktenlagen auf individuelle betriebliche Realitäten zu übertragen sowie anzuwenden.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Im Modul wird das Grundwissen aus dem Modul Grundlagen des BGM ergänzt und vertieft. Zunächst werden die Charakteristika "gesunder Unternehmen" dargestellt und auf bestehende Bewertungssysteme am Markt und in der Literatur eingegangen. Die Bedeutung der Veränderung des Arbeitsmarktes u.a. wegen des demografischen Wandels zum sogenannten "Bewerbermarkt" und den damit verbundenen Herausforderungen für Unternehmen sowie Chancen durch BGM die Stellung des Unternehmens am Markt zu verbessern werden behandelt. Die Auswirkungen auf und Relationen zwischen BGM und Unternehmenspolitik sind in diesem Zusammenhang Teil der Diskussion. Im Zuge dessen wird auch die Rolle von BGM im Kontext von Corporate Social Responsibility (CSR - aufbauend auf Modul Unternehmensführung II) besprochen. Darauf aufbauend werden Verknüpfungen zu weiteren Aspekten der gesundheitsorientierten Betriebsführung wie z. B. Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM) oder Gefährdungsbeurteilungen hergestellt und das Erfordernis eines ganzheitlichen Verständnisses aller Einzelaspekte unterstrichen. Im weiteren Verlauf wird auf die erfolgreiche Kommunikation von BGM behandelt. Hierbei wird jeweils auf die Anforderungen und Herausforderungen interner und externer Kommunikation eingegangen. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf dem Wert gewisse Gesundheitskompetenz im Unternehmen vorzuhalten. Weiter wird auf die zentrale betriebliche Herausforderung von Widerständen gegenüber der BGM-Implementierung und -Vorhaltung behandelt. Das Modul schließt mit der eingehenden Diskussion der Kernproblemfelder heutiger Unternehmen hinsichtlich BGM ab. Hierzu zählen exemplarisch die zunehmenden psychischen Erkrankungen und damit verbundene vorgelagerte psychische Belastungsfaktoren sowie Präsentismus und Absentismus. Daneben werden auch Inhaltliche Schwierigkeiten wie mangelnde Differenzierung zwischen BGM und BGF und die jeweiligen Erwartungen Beteiligter (z.B. Geschäftsführung) an die präventiven Wirkungen unterschiedlicher Maßnahmen behandelt.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Die Kombination von Vorlesung und Übung vermittelt das erforderliche Grundwissen für die Arbeit an Hand von Beispielen und aktiviert zu eigenen Beiträgen. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert. Die theoretische Perspektive wird durch praxisbezogene Fallstudien erweitert, die von den Studierenden in Form von kürzeren Recherchen, Analysen, Konzeptionen, Präsentationen oder Referaten bearbeitet werden.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dahrendorf, K.: BEM - Betriebliches Eingliederungsmanagement: Leitfaden für alle Beschäftigten, Hamburg, 2013 2) Akkermann, I.: Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Praxis: von der Analyse bis zur Umsetzung, Hamburg, 2013 		

	<p>3) Elsholz, P.; Ruschmann, S.: Betriebliches Gesundheitsmanagement: Leitfaden und Praxisbeispiele, Hamburg, 2012</p> <p>4) Buchenau, P.: Chefsache Prävention I: Wie Prävention zum unternehmerischen Erfolgsfaktor wird, Wiesbaden, 2014</p> <p>5) DIN Deutsches Institut für Normung e. V.: DIN SPEC 91020:2012-07 Betriebliches Gesundheitsmanagement, Berlin, 2012</p> <p>6) Ulich, E.: Gesundheitsmanagement in Unternehmen: Arbeitspsychologische Perspektiven, Wiesbaden, 2012</p> <p>7) Stierle, J.: Handbuch betriebliches Gesundheitsmanagement: Unternehmenserfolg durch Gesundheits- und Leistungscontrolling, Stuttgart, 2014</p> <p>8) Roschker, N.: Psychische Gesundheit als Tabuthema in der Arbeitswelt, Wiesbaden, 2013</p> <p>9) Giesert, M.: Sucht im Betrieb: von der Suchtprävention zum Betrieblichen Eingliederungsmanagement, Hamburg, 2012</p> <p>10) Ruschmann, S.: Wettbewerbsfaktor Gesundheit: betriebliches Gesundheitsmanagement im Hamburger Mittelstand, Hamburg, 2014</p>																																								
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krah, Eckehard																																								
Voraussetzungen:																																									
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																								
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0536 Unternehmensgesundheit</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05361 gBGM und Unernehmenspolitik</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05362 Chancen und Risiken</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05363 Kernprobleme des gBGM</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0536 Unternehmensgesundheit						Ms/90	1	05361 gBGM und Unernehmenspolitik	1	0	0	0				05362 Chancen und Risiken	0	2	0	0				05363 Kernprobleme des gBGM	1	0	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																																		
0536 Unternehmensgesundheit						Ms/90	1																																		
05361 gBGM und Unernehmenspolitik	1	0	0	0																																					
05362 Chancen und Risiken	0	2	0	0																																					
05363 Kernprobleme des gBGM	1	0	0	0																																					

Modulname:	Führung und Gesundheit	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0537	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	3
Ausbildungsziele:	<p>Nach Abschluss des Moduls ist den Studierenden die herausragende Stellung von Führungskräften hinsichtlich des Gelingens von BGM-Projekten bekannt. Sie kennen zentrale Mechanismen, die eng mit dem Führungsverhalten und dabei vorliegenden oder fehlenden Gesundheitskompetenzen zusammen hängen und von elementarer Bedeutung für erfolgreiche BGM-Projekte sind. Sie können Anforderungen und Best Practices gesunder Führung formulieren und Ableitungen hinsichtlich der konkreten Projektplanung treffen. Sie verfügen über verschiedene gesundheitsförderliche Instrumente zur Realisierung "gesunder Führung" im Unternehmen.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Im Rahmen des Moduls wird zunächst die zentrale Bedeutung von gesunder Führung für die Arbeitsfähigkeit von ArbeitnehmerInnen/Teams und damit für die erfolgreiche Implementierung und Durchführung von BGM herausgestellt. Wissenschaftliche Erkenntnisse hinsichtlich der Auswirkungen unterschiedlicher Führungsstile auf die individuelle Gesundheit werden behandelt. Im Zuge dessen werden Aspekte wie z. B. "Fehlzeitenmitnahme" oder "worst leadership practices" im Kontext misslungener BGM-Projekte analysiert. Die Studierenden werden für notwendige Führungskompetenzen in Form von Gesundheitskompetenzen sensibilisiert. Mittels systematischer Betrachtung werden hierbei unterschiedliche Dimensionen beleuchtet. Hierzu zählen beispielsweise das Erkennen von Be- und Überlastungen bei MitarbeiterInnen, die sogenannte innere Kündigung sowie die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf "Work-Life-Balance". Die Relevanz einer ganzheitlichen Projektplanung, organisiertem Personalmanagement und Aspekte von Kommunikation und Moderation und deren Auswirkungen auf die Unternehmensgesundheit werden ebenfalls aufgezeigt. Neben der Sensibilisierung für die unterschiedlichen Gesundheitskompetenzen werden gesundheitsförderliche Führungsinstrumente an die Hand gegeben. Es werden verschiedene Analysemöglichkeiten für Führungskräfte besprochen. Im Rahmen der Diskussion von Best Practices und Anforderungen an eine gelungene Implementierung werden unterschiedliche Gesprächssituationen simuliert. Abschließend wird das neue Wissen in die bereits aufgestellten ersten BGM-Projektdesigns (Modul Grundlagen BGM) übertragen und die Projektplanung entsprechend ergänzt sowie zusätzliche Maßnahmen formuliert.</p>		
Lernmethoden:	<p>Die Kombination von Vorlesung und Übung vermittelt das erforderliche Grundwissen für die Arbeit an Hand von Beispielen und aktiviert zu eigenen Beiträgen. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Fengler, J.; Sanz, A.: Ausgebrannte Teams: Burnout-Prävention und Salutogenese, Stuttgart, 2011 2) Buchenau, P.: Chefsache Gesundheit: Der Führungsratgeber fürs 21. Jahrhundert, Wiesbaden, 2013 3) Buchenau, P.: Chefsache Prävention I: Wie Prävention zum unternehmerischen Erfolgsfaktor wird, Wiesbaden, 2014 4) Thalmaier, A.: Eine ökonomische Analyse von Fehlzeiten, Frankfurt/Main, 2002 5) Lohmer, M.; Sprenger, B.; Wahlert, J. v.: Gesundes Führen: Life-Balance versus Burnout in Unternehmen. Verlag für Medizin und Naturwissenschaften, 2012 6) Gratz, W.; Röthel, H.; Sattler-Zisser, S.: Gesund führen: Mitarbeitergespräche zur Erhaltung von Leistungsfähigkeit und Gesundheit im Unternehmen, Wien, 2014 		

	7) Mentzel, W.: Mitarbeitergespräche erfolgreich führen: Einzelgespräche, Meetings, Zielvereinbarungen und Mitarbeiterbeurteilungen, München, 2013							
<i>Dozententeam:</i>	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard							
<i>Voraussetzungen:</i>								
<i>Arbeitslast:</i> - workload	75 LVS 75 SSZ							
<i>Lerneinheitenformen:</i> - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0537 Führung und Gesundheit						Ms/90	1
	05371 Rolle der Führungskraft	1	0	0	0			
	05372 Gesundheitskompetenz entwickeln	1	1	0	0			
	05373 Gesundheitsförderliche Führungsinstrumente	0	2	0	0			

Modulname:	Stress- und Suchtprävention	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0538	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	3
Ausbildungsziele:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden mit wesentlichen Aspekten der Stress- und Suchtprävention im BGM vertraut. Sie sind in der Lage Stress zu definieren und zu differenzieren sowie zentrale Stressoren moderner Betriebsrealitäten zu benennen. Daneben kennen sie die Besonderheiten betrieblicher Suchtprävention, Chancen und Grenzen sowie zentrale Schwierigkeiten. Sie sind befähigt das theoretische Wissen in konkrete betriebliche Realitäten zu übertragen und Ableitungen für gelungene Projekt- und Maßnahmenplanung vorzunehmen. Sie können daneben bestehende Maßnahmen analysieren und bewerten.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Im Modul werden die zwei Gegenstandsbereiche jeweils in einem Untermodul behandelt.</p> <p>Zunächst wird auf Stressprävention eingegangen. Hier erfolgt einleitend eine Klassifizierung von Stress in sogenannten positiven und negativen Stress sowie deren Erkennungsmerkmale. Individuelle Strategien zur Stressbewältigung werden betrachtet und Optimale Voraussetzungen bzw. Herangehensweisen dargestellt. Resilienz als Eigenschaft für den Umgang mit Stress wird in ihren Facetten betrachtet und kontextualisiert. Die Individualität von Stressempfinden sowie die Möglichkeiten und Grenzen von betrieblichen Unterstützungssystemen werden aufgezeigt und diskutiert. Im Zuge dessen werden Best Practice-Beispiele betrachtet, analysiert und bewertet sowie die jeweilige Übertragbarkeit in unterschiedliche Betriebssettings aufgezeigt.</p> <p>Im zweiten Untermodul wird grundlegend die Frage der Notwendigkeit von Suchtprävention behandelt. Hierbei anhand von Betrachtungen betrieblicher Realitäten die Bedeutung von Sucht für die Unternehmensgesundheit verdeutlicht. Der Aspekt der allgemeinen Unterschätzung dieses Bereichs wird problematisiert und aktuelle Zahlen und Fakten zum Thema in die Diskussion mit einbezogen. Im weiteren Verlauf werden Konzepte zur Suchtprävention betrachtet und dabei insbesondere auch Infrastrukturen von Unterstützungsnetzwerken vorgestellt. Im Zuge dessen wird auch auf die Bedeutung eines betriebsbezogenen Netzwerkes in diesem Thema unterstrichen. Abschließend werden die neu gewonnenen Kenntnisse vor dem Hintergrund konkreter Ausgangslagen in die Projektplanung und die Entwicklung von Maßnahmen mit einbezogen und übertragen.</p>		
Lernmethoden:	<p>Der Lehrstoff wird den Studierenden in zwei sich ergänzenden Lehrveranstaltungen Nahe gebracht. Im seminaristischen Diskurs und daneben in Übungen werden praxisnahe Problemstellungen und fachliche Einzelfragen behandelt und Lösungswege induktiv auf den Gegenstandsbereich übertragen.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menning, H.: Das psychische Immunsystem: Schutzschild der Seele, Göttingen, 2015 2) Mainka-Riedel, M.: Stressmanagement - stabil trotz Gegenwind: Wie Sie Ihren eigenen Weg zu gesunder Leistungsfähigkeit finden, Wiesbaden, 2013 3) Haurand, Ch.: Stressmedizin: Beratung, Vorbeugung, Behandlung, Berlin, 2015 4) Bernhard, H.; Wermuth, J.: Stressprävention und Stressabbau: Praxisbuch für Beratung, Coaching und Psychotherapie, Weinheim, 2011 5) Giesert, M.: Sucht im Betrieb: von der Suchtprävention zum Betrieblichen Eingliederungsmanagement, Hamburg, 2012 6) Brandl, G.; Ziegler, H.: Suchtprävention als Führungsaufgabe: lösungsorientierte Strategien für den Betrieb, Wiesbaden, 2001 		

	7) Brechtel, Ch.: Was Stress und Burnout mit uns machen und was wir dagegen tun können: Übersichten und Strategien zur psycho-physischen Gesundheit, Hamburg, 2014							
<i>Dozententeam:</i>	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard							
<i>Voraussetzungen:</i>								
<i>Arbeitslast:</i> - workload	60 LVS 90 SSZ							
<i>Lerneinheitenformen:</i> - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0538 Stress- und Suchtprävention						Msn/PA	1
	05381 Stressprävention	1	1	0	0			
	05382 Suchtprävention	1	1	0	0			

Modulname:	Ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse	Sprache:	deutsch
Modulnummer:	0539	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4
Ausbildungsziele:	Die Studierenden besitzen nach Abschluss des Moduls ein Verständnis für die Bedeutung von Ernährung für Gesundheit sowie der positiven und negativen Beeinflussung der Gesundheit durch bestimmtes Ernährungsverhalten (am Arbeitsplatz). Sie kennen unterschiedliche Bausteine der Ernährung sowie Strategien zur Begegnung von Gewichtsproblemen allgemein und im betrieblichen Kontext. Weiter sind sie befähigt, spezifische Herausforderungen unterschiedlicher Betriebsarten zu identifizieren und kennen gesellschaftlich weit verbreitete Risikofaktoren im Kontext von Ernährung. Darauf aufbauend sind sie in der Lage Strategien für gesunde Ernährung im Rahmen von BGM zu entwickeln.		
Lehrinhalte:	<p>Im Rahmen des Moduls werden einführend Grundlagen gesunder Ernährung dargelegt. Hierfür werden gängige Begrifflichkeiten vorgestellt und definiert sowie die Aussagekraft unterschiedlicher Kennwerte behandelt. Es werden die unterschiedlichen Dimensionen gesunder Ernährung betrachtet und auf die "richtige" Auswahl von Lebensmitteln vor dem Hintergrund des spezifischen Nährstoff- und Energiebedarfs eingegangen. Ebenfalls auf globaler Anschauungsebene erfolgt die Betrachtung von Strategien im Umgang mit Über- bzw. Untergewicht. Alltägliche Fragestellungen wie: "Was bringt gesunde Ernährung überhaupt?", "Welche Diät ist am besten?", "Was bringt Bio?" oder "Wie erkenne ich gesunde Lebensmittel beim Einkaufen?" werden lebensnah besprochen und mit aktuellen Erkenntnissen der Wissenschaft verknüpft. Die Zusammenhänge von Gesundheit und Ernährung werden so anschaulich dargestellt.</p> <p>Darauf aufbauend wird das allgemeine Grundlagenwissen auf das Feld der gesunden Ernährung am Arbeitsplatz übertragen. Hierbei wird insbesondere auf Schwierigkeiten eingegangen, die mit spezifischen Rahmenbedingungen am Arbeitsplatz einhergehen - exemplarisch seien Arbeitsplatzmodelle, Sitzungen, Außendienst oder fremdbestimmte Ernährung am Arbeitsplatz sowie deren Kombination genannt. Die unterschiedlichen Settings werden analysiert, bewertet und Ableitungen vorgenommen. Weiter wird auf den Nutzen von Körperfett- und BMI-Bestimmung eingegangen sowie erörtert, welche deduktiven Schlüsse daraus auf individueller Ebene getroffen werden können. Zentraler Aspekt im Rahmen gesunder Ernährung ist das Metabolische Syndrom, welches heutzutage als entscheidender Risikofaktor für Gefäß- und Herzerkrankungen angesehen wird. Vorgehensweisen zur Erstellung individueller Ernährungsziele werden an die Hand gegeben und anhand von praxisnahen Aufgabenstellungen verinnerlicht. Im abschließenden Teil dieses Moduls werden wiederum Best Practices beleuchtet, analysiert und bewertet sowie in Projektplanung und -umsetzung übertragen.</p>		
Lernmethoden:	Die Kombination von Vorlesung und Übung vermittelt das erforderliche Grundwissen für die Arbeit an Hand von Beispielen und aktiviert zu eigenen Beiträgen. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert.		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Schäfer, S.: Der Feind in meinem Topf? Schluss mit den Legenden vom bösen Essen, Hamburg, 2015 2) Klotter, Ch.: Einführung Ernährungspsychologie, Stuttgart, 2014 3) Schlieper, Cornelia A.: Ernährung heute, Handwerk und Technik Hamburg, 2004 4) Kasper, H.; Burghardt, W.: Ernährungsmedizin und Diätik, München, 2014 		
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krahe, Eckehard		

Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0539 Ernährungswissenschaftliche Erkenntnisse						Msn/PA	1
	05391 Grundlagen der Ernährung	1	0	0	0			
	05392 Folgerungen für die Praxis	1	2	0	0			

Modulname:	Bewegung und Sport	Sprache:	deutsch
Modulnummer:	0540	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4
Ausbildungsziele:	<p>Ziel des Moduls ist es die Studierenden umfangreich für den Bereich Bewegung und Sport im Betrieb zu sensibilisieren. Sie kennen den aktuellen Forschungsstand der Bedeutung von Bewegung und Sport für eine gesunde Lebensführung und Grundlagen gelungener Bewegungskonzepte. Sie sind insbesondere vertraut mit Widerständen hinsichtlich des Managements von Bewegung in Betrieben und haben sich umfassend mit einzelnen Bewegungskonzepten unterschiedlicher Betriebsarten auseinandergesetzt. Sie können darauf aufbauend konkrete Strategien für betriebliches Bewegungsmanagement sowie grundlegend auch individuelle, personenbezogene Bewegungskonzepte Analysieren, Bewerten, Entwickeln und Implementieren.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Im Modul werden zunächst die Zusammenhänge von Bewegung und Sport sowie Gesundheit aufgezeigt. Im weiteren Verlauf wird auf die Besonderheit von Bewegungsangeboten im Betrieb eingegangen. Hierbei werden insbesondere weit verbreitete innerbetriebliche Vorurteile und Widerstände diskutiert und Strategien zur Überwindung entwickelt. Die Bedeutung der sensiblen innerbetrieblichen "Vermarktung" von Bewegungsangeboten wird abstrakt dargestellt und später im Rahmen der Best Practices konkretisiert. Eine spezielle Rolle im Kontext dieses Gegenstandsbereichs kommt hierbei dem Betriebssport bei, der zwar Chancen bietet, in seinen Wirkungen hinsichtlich eines erfolgreichen BGM-Projektes jedoch begrenzt ist. Es wird verstärkt auf die Durchführung von Incentives und Best Practice-Beispiele für Projektplanung und Implementierung betrieblicher Bewegungsangebote eingegangen. Insbesondere Strategien zur dauerhaften Verankerung von Bewegung am Arbeitsplatz werden beleuchtet, um nach anfänglicher Begeisterung und starker Beteiligung auch "nachhaltig in Bewegung zu bleiben".</p> <p>Ergänzend werden eine Vielzahl an konkreten Einzelmaßnahmen und damit verbundenen Herausforderungen der Planung und Implementierung behandelt und diskutiert. Hierbei werden verschiedene Bewegungskonzepte, wie beispielsweise Aktive Pausen, Produktionsstopps, Meetings und Bewegung oder Mentaltraining analysiert und bewertet. Es wird zudem ein erster Einblick in die sinnvolle Verknüpfung von Bewegung und Arbeitsplatzgestaltung gegeben, der im Modul Arbeitsplatzgestaltung aufgegriffen und vertieft wird.</p>		
Lernmethoden:	<p>Der Lehrstoff wird den Studierenden in zwei sich ergänzenden Lehrveranstaltungen Nahe gebracht. Im seminaristischen Diskurs und daneben in Übungen werden praxisnahe Problemstellungen und fachliche Einzelfragen behandelt und Lösungswege induktiv auf den Gegenstandsbereich übertragen.</p>		
Literatur:	<p>1) Dill, H.; Keupp, H.: Der Alterskraftunternehmer: Ambivalenzen und Potenziale eines neuen Altersbildes in der flexiblen Arbeitswelt, Bielefeld, 2015</p> <p>2) Schmidt, U.: Handlungspsychologisch fundierte Bewegungsinterventionen am Arbeitsplatz: Eine Längsschnittstudie zur Akzeptanz und Effektivität eines Bewegungsprogramms in der Automobilindustrie, Hamburg, 2003</p>		
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher)		
Voraussetzungen:			
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ		
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>
	0540 Bewegung und Sport	<i>P</i>	<i>T</i>
		<i>PVL</i>	<i>PL</i>
			<i>W</i>
			Msn/PA 1

	05401 Management von Bewegung im Unternehmen	1	1	0	0
	05402 Einzelmaßnahmen und Herausforderungen	1	1	0	0

Modulname:	Arbeitsplatzgestaltung	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0541	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4
Ausbildungsziele:	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden mit wesentlichen Anforderungen an die Arbeitsplatzergonomie vertraut und wissen, ob der Notwendigkeit der Verknüpfung von BGM mit Arbeitsschutz und Prävention. Sie sind in der Lage wesentliche Akteure am Prozess zu beteiligen und verfügen über ein Repertoire an Methoden der Analyse der Arbeitsplatzgestaltung bzw. Gefährdungsbeurteilung. Sie verfügen über das nötige Grundlagenwissen.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Um ein Verständnis für die Bedeutung von ergonomischer Arbeitsplatzgestaltung zu entwickeln, wird den Studierenden zunächst die Anatomie der Wirbelsäule vermittelt. Weiter werden Anleitungen zu gelenk- und rüchenschonenden Haltungs- und Bewegungsmustern nahegebracht. Das Grundlagenwissen wird in einem weiteren Schritt auf unterschiedliche alltägliche Arbeitstätigkeiten wie Sitzen, Stehen oder Heben übertragen und die Studierenden für Problemfelder sensibilisiert. Das Thema Rückenschmerzen wird als "Volkskrankheit" eingeführt und gängige Konzepte zur Bewältigung aufgezeigt. In enger Verknüpfung zum Modul Bewegung und Sport wird im Zuge dessen die Relevanz von Ausgleichsübungen dargestellt. Für die Übertragung des allgemeinen Wissens werden Methoden der Arbeitsplatz- und Körperhaltungsanalyse an die Hand gegeben. Mit Hilfe der Betrachtung von Best Practice-Beispielen und auf Grundlage konkreter Analyseergebnisse wird bestehendes Wissen praxisnah übertragen und individuelle Lösungen entwickelt.</p> <p>Daneben wird auf Arbeitsschutz und Prävention eingegangen und verschiedene Herangehensweisen zur gesetzlich vorgeschriebenen Gefährdungsbeurteilung sowie der sinnvollen Einbindung dieser in ganzheitliche BGM-Projekte eingegangen. Hierbei geht es neben den unterschiedlichen Analysemöglichkeiten vor dem Hintergrund unterschiedlicher Arbeitsgefährdungsquellen auch um die konstruktive Beteiligung der unterschiedlichen betrieblichen Experten - Betriebsarzt, Fachkraft für Arbeitssicherheit etc. Die Kenntnisse bezogen auf Methoden und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens (Modul Wissenschaftliches Arbeiten) werden auf den Gegenstandsbereich übertragen.</p> <p>Wiederum werden praktische Beispiele etablierter BGM-Projekte betrachtet und unterschiedliche Möglichkeiten der Kombination von Mitarbeiterbefragungen und Gefährdungsbeurteilungen sowie der Beteiligung unterschiedlicher Akteure betrachtet und Vor- und Nachteile diskutiert.</p>		
Lernmethoden:	<p>Der Lehrstoff wird den Studierenden in zwei sich ergänzenden Lehrveranstaltungen Nahe gebracht. Im seminaristischen Diskurs und daneben in Übungen werden praxisnahe Problemstellungen und fachliche Einzelfragen behandelt und Lösungswege induktiv auf den Gegenstandsbereich übertragen.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Elke, G.; Gurt, J.; Möltner, H.; Externbrink, K.: Arbeitsschutz und betriebliche Gesundheitsförderung - vergleichende Analyse der Prädiktoren und Moderatoren guter Praxis, Dortmund, 2015 2) Verwaltungs-Berufsgenossenschaft: Bildschirm- und Büroarbeitsplätze: Leitfaden für die Gestaltung. Version 2.0/2012-08, Hamburg, 2012 3) Pangert, R.: Ergonomie bei der Arbeit - Stehen - Sitzen - Heben, Hamburg, Heidelberg, 2012 4) Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin: Ratgeber zur Gefährdungsbeurteilung: Handbuch für Arbeitsschutzfachleute, Dortmund, 2012 		
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher)		

Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0541 Arbeitsplatzgestaltung						Ms/90	1
	05411 Arbeitsplatzergonomie	1	1	0	0			
	05412 Arbeitsschutz und Prävention	1	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Akteure und Strukturen	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0542	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	4
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden besitzen einerseits ein weitgehendes Verständnis für die Bedeutung und Kenntnis von regionalen Akteuren, Unterstützern und Initiativen, die als externe Partner im BGM-Prozess relevant sind. Andererseits sind sie befähigt die einzelnen gesundheitsförderlichen Maßnahmen des BGM im Rahmen einer ganzheitlichen Projektplanung zusammenzuführen. Sie kennen zusätzlich Möglichkeiten der Erfolgsmessung von BGM-Projekten. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden eigenständig ein konkretes Portfolio für ein ganzheitliches BGM-Projekt von der Implementierung bis zur Evaluation entworfen.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Zunächst werden bereits kennengelernte Akteure und Netzwerke zusammengetragen und um weitere ergänzt. Das infrastrukturelle regionale Umfeld aus Akteuren, Unterstützern, Partnern und Initiativen (z.B. Betriebsärztlicher Dienst, Betriebskrankenkassen (BKKs), Berufsgenossenschaften (BGs), Betriebsrat sowie weitere regionale Anlaufstellen der Sozial- und Gesundheitswirtschaft) wird so erschlossen und für die Zeit nach dem Studium konserviert. Die Studierenden vertiefen ihr Verständnis dahingehend, dass ganzheitliches BGM niemals ein Alleingang ist sondern die Beteiligung zahlreicher Experten voraussetzt. Dabei werden auch Kompatibilitäten und Inkompatibilitäten verschiedener Akteure diskutiert und die Studierenden schärfen ihr Bewusstsein für unterschiedliche BGM-Verständnisse innerhalb des Feldes - angelehnt an die Differenzierung aus dem Modul Grundlagen BGM: BGM versus BGF.</p> <p>Weiter werden Kosten-Nutzen-Aspekte aus dem Modul Grundlagen BGM aufgegriffen und konkrete Möglichkeiten der Erfolgsmessung behandelt. Vor dem Hintergrund der erlangten umfassenden wissenschaftlichen und praktischen Kenntnisse der Studienrichtung schließt das Modul mit der Erstellung eines inhaltlich vollständigen und abschließenden BGM-Projekts ab. Hierfür werden die einzelnen Analysen, Bewertungen, Planungen und Maßnahmen der vorangehenden Module aufgegriffen und zu einem Gesamtportfolio verknüpft. Die Erstellung erfolgt unter Begleitung der Lehrkraft.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>Die Kombination von Vorlesung und Übung vermittelt das erforderliche Grundwissen für die Arbeit an Hand von Beispielen und aktiviert zu eigenen Beiträgen. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert. Die theoretische Perspektive wird durch die praxisbezogene Projektplanung erweitert, die von den Studierenden in Form von Recherchen, Analysen, Konzeptionen, bearbeitet und abschließend präsentiert werden.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Elke, G.; Gurt, J.; Möltner, H.; Externbrink, K.: Arbeitsschutz und betriebliche Gesundheitsförderung - vergleichende Analyse der Prädiktoren und Moderatoren guter Praxis, Dortmund, 2015 2) Kaminski, M.: Betriebliches Gesundheitsmanagement für die Praxis: ein Leitfaden zur systematischen Umsetzung der DIN SPEC 91020, Wiesbaden, 2013 3) Akkermann, I.: Betriebliches Gesundheitsmanagement in der Praxis: von der Analyse bis zur Umsetzung, Hamburg, 2013 4) Elsholz, P.; Ruschmann, S.: Betriebliches Gesundheitsmanagement: Leitfaden und Praxisbeispiele, Hamburg, 2012 5) HORVÁTH, P.: Betriebliches Gesundheitsmanagement mit Hilfe der Balanced Scorecard, Dortmund, 2009 6) Nowak, Claus: Geometrien der Veränderung, Meezen, 2015 		

	7) Stierle, J.: Handbuch betriebliches Gesundheitsmanagement: Unternehmenserfolg durch Gesundheits- und Leistungscontrolling, Stuttgart, 2014																																
	8) Ruschmann, S.: Wettbewerbsfaktor Gesundheit: betriebliches Gesundheitsmanagement im Hamburger Mittelstand, Hamburg, 2014																																
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. rer. pol. Krah, Eckehard																																
Voraussetzungen:																																	
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0542 Akteure und Strukturen</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05421 Akteure und Netzwerke</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05422 Ganzheitliche Projektplanung</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0542 Akteure und Strukturen						Msn/PA	1	05421 Akteure und Netzwerke	1	0	0	0				05422 Ganzheitliche Projektplanung	1	2	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0542 Akteure und Strukturen						Msn/PA	1																										
05421 Akteure und Netzwerke	1	0	0	0																													
05422 Ganzheitliche Projektplanung	1	2	0	0																													

Modulname:	Internationales Tourismus- und Resortmanagement	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0543	Abschluss:	B.A.
Credits:	10	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	3
Ausbildungsziele:	<p>Die Studierenden werden befähigt, internationale Angebote im Tourismus-, Hotel- und Resortbereich, die den aktuellen Trends entsprechen, zu analysieren, zu planen, zu organisieren und zu bewerten. Sie sind in der Lage, sich auf verändernde Marktbedingungen und Trends in der Tourismusindustrie einzustellen und diese praxisorientiert zu nutzen. Die Studierenden werden zur unternehmensorientierten und marktgerechten Planung und Steuerung von touristischen Zielgebieten befähigt. Sie werden in die Lage versetzt, die Spezifika des Hotelmanagements zu verstehen und aktuelle Resort- und Hotelangebote zu analysieren und marktgerecht zu entwickeln. Sie sind fähig, die Aufgabenstellungen des Tourismusmarketings zu verstehen, ziel- und zielgruppengerechte Strategien zu planen und die notwendigen Instrumente anzuwenden. Die juristischen Kernkompetenzen der Studierenden werden um das spezielle Fachgebiet des Tourismusrechts, wie Reisevertragsrecht, Wettbewerbsrecht, Recht im Hotel- und Gaststättengewerbe, erg?nzt.</p>		
Lehrinhalte:	<p>Das Modul gibt einen Einblick in die internationale Tourismuswirtschaft und in das Tourismus-, Hotel- und Resortmanagement. Folgende Themengebiete werden in der Lehrveranstaltung von den Teilnehmern in interaktiver Form erarbeitet: Tourismuspolitik und -industrie, Tourismus- und Destinationsmanagement, Hotel- und Resortmanagement, Tourismusmarketing sowie spezielles Recht des Tourismus. Die Fähigkeiten zu Analyse, Planung und Entwicklung, zum Vertrieb und zur Durchführung zielgruppengerechter Reise- und Hotelangebote werden praxisorientiert vermittelt. Rahmenbedingungen, Gestaltungsmaßnahmen, Wirkungszusammenhänge und Qualitätsbedingungen für die Entwicklung von Destinationen sowie für die Vermarktung von Reiseangeboten werden dargestellt. Die Studierenden analysieren und entwickeln geeignete Produkte, Leistungen und Angebote, die auf die aktuellen Erwartungen und Lifestyles der Zielgruppen antworten. Sie beschäftigen sich mit Qualitätsstandards und Nachhaltigkeit sowie Fragen der Regionalentwicklung im Tourismusmanagement.</p>		
Lernmethoden:	<p>Durch interaktiven Unterricht vermittelt das Modul fundierte Kenntnisse zu Theorie und Praxis des internationalen Tourismus-, Hotel- und Resortmanagements. Praxisbezogene Fähigkeiten des Managements, der Analyse und Planung, Organisation und Umsetzung sowie der Kontrolle und Bewertung werden aufgebaut. Die Studierenden ziehen konkrete Fallstudien und Praxisbeispiele heran und erarbeiten anhand spezifischer praxisorientierter Anwendungsfälle Analysen, Konzeptionen und Angebote.</p>		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Steinecke, Albrecht: Destinationsmanagement, Stuttgart, 2013 2) Gardini, Marco: Grundlagen der Hotellerie und des Hotelmanagements: Hotelbranche - Hotelbetrieb - Hotelimmobilie, München, 2010 3) Henschel, U. K.: Hotelmanagement, Oldenbourg München, 2008 4) Pompl, Wilhelm; Lieb, Manfred G.: Internationales Tourismus-Management, München, 2002 5) Hänssler, Karl Heinz: Management in der Hotellerie und Gastronomie, München, 2011 6) Hartmann, Rainer: Marketing in Tourismus und Freizeit, Stuttgart, 2013 7) Resorts: Management and Operation, Hoboken, 2011 8) Berg, Waldemar: Tourismusmanagement, Kiehl, Ludwigshafen (Rhein), 2012 		
Dozententeam:	<p>Prof. Wiedemann, Heinrich (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. Kreyher, Volker J.</p>		

Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	120 LVS 180 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0543 Internationales Tourismus- und Resortmanagement						Ms/90	1
	05431 Tourismusmanagement und -marketing	2	2	0	0			
	05432 Hotel- und Resortmanagement	2	2	0	0			

Modulname:	Sporttourismus	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0544	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	3					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden verfügen über die nötigen Kompetenzen, um sporttouristische Konzepte zu analysieren und zu bewerten, zu planen, zu organisieren und zu kontrollieren. Sie sind fähig, Aufgaben des Sporttourismus und des Sportmanagements ergebnisorientiert zu bearbeiten. Sie sind in der Lage, Managemententscheidungen im Spannungsfeld von Sport und Wirtschaft zu verstehen und zu beurteilen. Sie sind fähig, die Rolle von Gesundheitssport und Prävention für eine aktive Lebensführung zu erkennen und ihr Know-how in die Entwicklung von zielgruppengerechten sporttouristischen Produkten, Leistungen und Angeboten einzubringen.							
Lehrinhalte:	In der Lehrveranstaltung erwerben die Studierenden spezifische Kenntnisse zum Sporttourismus und Sportbusiness. Sie beschäftigen sich mit der Entwicklung von sporttouristischen Konzepten und Sportangeboten als entscheidenden Faktor für die Regionalentwicklung und das Standortmarketing von Destinationen. Sie erkennen das Zukunftspotential von sporttouristischen Produkten, Leistungen und Angeboten, das durch die modernen körper-, sport- und gesundheitsorientierten Lebensstile entsteht. Sie beschäftigen sich mit der Bedeutung erlebnisorientierter Sportangebote - gerade im Trend-, Abenteuer- und Natursport - und ihrem Beitrag zur Erholung, Entspannung und Regeneration im Urlaub. Sie reflektieren und diskutieren die Marktchancen, die sich durch Großsportevents für die Entwicklung des kommunalen und regionalen Tourismus ergeben.							
Lernmethoden:	Das Modul vermittelt durch interaktiven Unterricht Kenntnisse und Fähigkeiten zum sporttouristischen Management. Praxisbezogene Fähigkeiten der Analyse und Planung, Organisation und Umsetzung sowie der Kontrolle und Bewertung werden anhand von Fallstudien und Modellen aufgebaut. Die Studierenden erarbeiten sporttouristische Konzepte, Produkte, Leistungen und Angebote und beschäftigen sich mit Aufgaben des Qualitätsmanagements im Sporttourismus.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Fuchs, Reinhard; Göhner, Wiebke; Seelig, Harald: Aufbau eines körperlich-aktiven Lebensstils, Wien, 2007 2) Bös, K.; Brehm, W.: Handbuch Gesundheitssport, Hofmann Schorndorf, 2006 3) Wopp, Christian: Handbuch zur Trendforschung im Sport, Meyer und Meyer Aachen, 2006 4) Preuß, Holger: Ökonomie des Tourismus durch Sportgroßveranstaltungen, Wiesbaden, 2009 5) Vogt, L.; Neumann, A.: Sport in der Prävention, Deutscher Ärzte-Verlag, Köln, 2011 6) Freyer, W.: Sport-Marketing. Modernes Marketing-Management für die Sportwirtschaft, Berlin, 2011 7) Dreyer, Axel: Tourismus und Sport, Wiesbaden, 2002 							
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher)							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitenformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0544 Sporttourismus						Ms/90	1
	05441 Marktchancen	1	1	0	0			
	05442 Konzepte, Angebote und Leistungen	1	1	0	0			

<i>Modulname:</i>	Spa und Wellness	<i>Sprache:</i>	<i>deutsch</i>
<i>Modulnummer:</i>	0529	<i>Abschluss:</i>	B.A.
<i>Credits:</i>	5	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Wahlpflicht	<i>Dauer:</i>	1
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	3
<i>Ausbildungsziele:</i>	<p>Die Studierenden verstehen Spa und Wellness als ganzheitliches Gesundheitskonzept, wobei der Präventions-, Erholungs- und Entspannungscharakter der Angebote im Vordergrund steht. Die Studierenden sind in der Lage, Managementaufgaben und Marketingkonzepte im Spa- und Wellnessmarkt zu analysieren, zu planen, zu organisieren und zu kontrollieren. Sie verfügen über ein umfassendes Wissen zu dem sich ausdifferenzierenden Spa- und Wellnessmarkt und den angebotenen Spa- und Wellnesskonzepten und -produkten. Sie kennen die Anwendungsbereiche, Verfahren und Wirkungen der Therapien und Angebote. Sie sind fähig, beim Management von Spa- und Wellnessanlagen und bei der Konzeption von Gesundheits- und Präventionsprogrammen auf die aktuellen Entwicklungen zu reagieren, markt und qualitätsgerechte Angebote zu entwickeln und zielgruppengerecht zu vermarkten. Sie sind qualifiziert, lebensstil- und ernährungsbedingte Erkrankungen und Probleme zu erkennen und ernährungs- und bewegungsbezogene Maßnahmen in ein ganzheitliches Gesundheitsmodell zu integrieren.</p>		
<i>Lehrinhalte:</i>	<p>Den Studierenden werden die Zukunftsperspektiven des Spa- und Wellnessmarktes vermittelt. Sie beschäftigen sich mit der Produktentwicklung und dem Qualitätsmanagement. Sie entwickeln Marketing- und Kommunikationskonzepte für die Erschließung geeigneter Zielgruppen. Sie entwickeln Bestandsanalysen zu den Institutionen, Produkten und Märkten im touristischen und regionalen Bereich (Hotels, Thermen, Vitalzentren etc.). Sie analysieren und reflektieren die Motive, Erwartungen und Lebensstile moderner gesundheitsorientierter Zielgruppen. Folgende Themengebiete werden mit den Studierenden in praxisorientierter Form entwickelt: Produkt- und Qualitätspolitik sowie Marketing- und Kommunikationspolitik von Spa und Wellnessangeboten; Medical Wellness; klassisches Kur- und Bäderwesen; ganzheitliche Heilverfahren; Selbstzahlermedizin; Ernährung, Lebensstil und Gesundheit. Den Studierenden werden Kenntnisse über die physiologischen Grundlagen von Nahrungsstoffen, ihr Vorkommen und Bedarf, den Energiehaushalt, die Zusammenhänge von Ernährung, Bewegung und Gesundheit, Essgewohnheiten und Essstörungen (Adipositas, Obesität, Anorexia etc.) sowie alternative Ernährungsformen vermittelt. Sie entwickeln Spa- und Wellnesskonzepte und erarbeiten Maßnahmen zur Prävention ernährungs-, bewegungs- und lebensstilabhängiger Erkrankungen.</p>		
<i>Lernmethoden:</i>	<p>In den Lehrveranstaltungen werden den Studierenden in interaktiver und praxisorientierter Form umfassende Kenntnisse zum Spa- und Wellnessmarkt sowie geeignete Fähigkeiten zur Übernahme von Managementaufgaben vermittelt. Die Studierenden entwickeln praxisorientierte Analysen und Konzepte für Spa- und Wellnessangebote und geeignete Präventionsmaßnahmen zu lebensstil- und ernährungsbedingten Problemstellungen. Ihre Ergebnisse stellen sie in Studien und Referaten vor und diskutieren kritisch die erarbeiteten Lösungen.</p>		
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Leitzmann, C.; Müller, C.; Michel, P.: Ernährung in Prävention und Therapie, Hippokrates Stuttgart, 2003 2) Illing, Kai-Torsten: Gesundheitstourismus und Spa-Management, München, 2008 3) Berg, Waldemar: Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München, 2008 4) Hentschel, Candy: Modernes Kurort-Marketing, Saarbrücken, 2008 5) Geiger, A.; Gindhard, T.; Neuhaus, G.: Unternehmen Wellness, Dustri München, 2005 		

	6) Eberle, B.: Wellness und Gesundheit als Marketingimpuls, Moderne Industrie Frankfurt (a.M), 2004 7) Hermes, Kirsten: Wellness und Medical Wellness. Vom Gesundheitskonzept zum Lifestyleprodukt, Hamburg, 2015																																
Dozententeam:	Honorarprofessor Dr. med. Müller, Thomas (Hauptverantwortlicher) Prof. Dr. phil. Huhle, Tamara																																
Voraussetzungen:																																	
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ																																
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Bezeichnung des Modulelementes</th> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>T</th> <th>PVL</th> <th>PL</th> <th>W</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0529 Spa und Wellness</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Ms/90</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>05291 Spa- und Wellnessmarkt</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W	0529 Spa und Wellness						Ms/90	1	05291 Spa- und Wellnessmarkt	1	1	0	0				05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit	1	1	0	0			
Bezeichnung des Modulelementes	V	S	P	T	PVL	PL	W																										
0529 Spa und Wellness						Ms/90	1																										
05291 Spa- und Wellnessmarkt	1	1	0	0																													
05292 Ernährung, Lebensstil und Gesundheit	1	1	0	0																													

Modulname:	Gesundheitstourismus	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0545	Abschluss:	B.A.					
Credits:	10	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden sind fähig, die Chancen zu nutzen, die sich aus dem aktuellen Trend der Gesundheitsorientierung und dem modernen gesundheits- und nachhaltigkeitsorientierten Lebensstil für den Gesundheitsmarkt entwickeln. Sie kennen die Akteure des Gesundheitstourismus, die Möglichkeiten der Angebote sowie die Erwartungen und Motive der Nachfrager. Sie sind in der Lage, die Potentiale von gesundheitsbezogenen Destinationen, Hotels und Anlagen, von Kliniken, medizinischen und heilbezogenen Einrichtungen sowie von gesundheitsorientierten Dienstleistungen und Angeboten zu analysieren und gezielt weiterzuentwickeln. Sie können praxisorientiert mit Konzepten und Modellen des Gesundheitstourismus umgehen, diese miteinander kombinieren und kritisch hinterfragen. Sie sind fähig, Produkte, Konzepte und Marketingaktivitäten aus dem gesundheitstouristischen Bereich zu beurteilen und praxisgerecht zu entwickeln.							
Lehrinhalte:	Die Lehrveranstaltung vermittelt einen umfassenden Überblick über die Akteure und Angebote des Gesundheitstourismus. Die Studierenden lernen, mit modernen Konzepten und Modellen des Gesundheitstourismus kritisch und praxisorientiert umzugehen. Gesundheitstouristische Konzepte, Produkte, Angebote und medizinische Leistungen des Inlands- und Auslandstourismus werden - auch unter dem Gesichtspunkt der Qualität - reflektiert und diskutiert. Sie beschäftigen sich mit neuen Trends und Lebensstilen (Lifestyle of Health and Sustainability) und lernen, die sich daraus entwickelnden Marktchancen des Gesundheitstourismus wahrzunehmen. Sie analysieren und entwickeln zielgruppenorientierte Produkte, Leistungen und Angebote zum Gesundheitstourismus, wobei sie auf Nachhaltigkeit und Qualität sowie auf die Regionalentwicklung besonderen Wert legen.							
Lernmethoden:	Den Studierenden werden im interaktiven Unterricht umfassende Kenntnisse und Fähigkeiten zu den aktuellen Konzepten und Managementmodellen des Gesundheitstourismus und den damit verbundenen Marktchancen vermittelt. Sie recherchieren, analysieren und erarbeiten marktgerechte Konzepte, Produkte, Leistungen und Angebote.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Rulle, Monika: Gesundheitstourismus in Europa, München, 2008 2) Illing, Kai-Torsten: Gesundheitstourismus und Spa-Management, München, 2008 3) Cassens, Manfred: Gesundheitstourismus und touristische Destinationsentwicklung, München, 2013 4) Berg, Waldemar: Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus, München, 2008 5) Smith, Melanie : Health and Wellness Tourism, London, 2008 							
Dozententeam:	Prof. Dr. Kreyher, Volker J. (Hauptverantwortlicher)							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	120 LVS 180 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0545 Gesundheitstourismus						Msn/PA	1
	05451 Marktchancen	2	2	0	0			
	05452 Konzepte, Angebote und Leistungen	2	2	0	0			

Modulname:	Erlebnismarketing und Eventmanagement	Sprache:	<i>deutsch</i>
Modulnummer:	0546	Abschluss:	B.A.
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4
Ausbildungsziele:	Die Studierenden sind fähig, bestehende Tourismus-, Freizeit-, Sport- und Gesundheitsangebote unter dem Gesichtspunkt der Erlebnis- und Eventorientierung zu analysieren und zu bewerten und gleichzeitig adäquate neue erlebnis- und eventorientierte Angebote zu entwickeln, wie sie von den jeweiligen Zielgruppen erwartet werden. Sie verfügen über das nötige Managementwissen und die -fähigkeiten für den gezielten Einsatz von Events und erlebnisorientierten Angeboten beim Aufbau von Marken und bei der Gewinnung und Bindung von Zielgruppen. Sie sind qualifiziert, Strategien und Verfahren des Erlebnismarketings und Eventmanagements für die Realisierung marktbezogener Ziele anzuwenden. Sie sind in der Lage, ihre konzeptionellen und operativen Kenntnisse und Fähigkeiten interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen.		
Lehrinhalte:	In der Lehrveranstaltung wird den Studierenden ein grundsätzliches Verständnis für die Rolle von Erlebnismarketing und Eventmanagement bei der Ansprache von Zielgruppen, beim Aufbau von Märkten und bei der Inszenierung von Marken, speziell im Tourismus-, Hotel-, Sport- und Gesundheitsbereich, vermittelt. Folgende Themengebiete werden in den Lehrveranstaltungen von den Teilnehmern in interaktiver Form erarbeitet: Eventkultur und Erlebnisgesellschaft, Freizeitmanagement, Erlebnismarketing und Eventmanagement, Management von Sportgroßveranstaltungen, Messe- und Kongressmanagement. Die Studierenden lernen, dass in der modernen Medien- und Konsumgesellschaft inszenierte Ereignisse, emotionale Erlebnisse und professionell organisierte Events wirkungsvolle Instrumente und Maßnahmen der Zielgruppenansprache und Markenkommunikation sind. Das Modul gibt einen gründlichen Einblick in Strategien und Techniken sowie die Chancen dieses Marketingansatzes und vermittelt die nötigen Fähigkeiten für die Planung, Organisation und Bewertung von Events. Dabei wird besonders auf den Einsatz in den Arbeitsfeldern Tourismus, Sport und Gesundheitsmanagement eingegangen.		
Lernmethoden:	Den Studierenden werden durch interaktiven Unterricht Kenntnisse und Fähigkeiten zum Erlebnismarketing und Eventmanagement in den Feldern Tourismus, Hotel, Sport und Gesundheit vermittelt. Die Studierenden recherchieren, planen und bearbeiten Fragestellungen und Fallbeispiele und stellen ihre Ergebnisse in Referaten und Präsentationen vor. Praxisbezogene Fähigkeiten der Analyse und Planung, Organisation und Kontrolle werden aufgebaut.		
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Schulze, Gerhard: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart., Frankfurt/Main, New York, 2005 2) Opaschowski, Horst W.: Einführung in die Freizeitwissenschaft, Vs Verlag Wiesbaden, 2006 3) Bauer, Hans H.; Heinrich, Daniel; Samsak, Michael: Erlebniskommunikation: Erfolgsfaktoren für die Marketingpraxis, Springer Berlin [u.a.], 2012 4) Nufer, Gerd: Event-Marketing und -Management: Grundlagen - Planung - Wirkungen - Weiterentwicklungen, Wiesbaden, 2011 5) Dinkel, Michael; Luppold, Stefan; Schröer, Carsten: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels, 2013 6) Kirchgeorg, Manfred; Springer, Christiane; Brüche, Christian: Live Communication Management, Gabler Wiesbaden, 2009 7) Herbrand, Nicolai O.: Schauplätze dreidimensionaler Markeninszenierung, Stuttgart, 2008 		

Dozententeam:	Prof. Dipl.-Ing. (FH) Amrhein, Christof (Hauptverantwortlicher)							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0546 Erlebnismarketing und Eventmanagement						Msn/PA	1
	05461 Erlebnismarketing	1	1	0	0			
	05462 Eventmanagement	1	1	0	0			

Modulname:	Kampagnenmanagement Tourismus, Sport und Gesundheit	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0547	Abschluss:	B.A.					
Credits:	5	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Wahlpflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	4					
Ausbildungsziele:	Die Studierenden sind fähig, aktuelle Kampagnen in den Geschäftsfeldern Tourismus, Hotel, Sport und Gesundheit, speziell im Gesundheits- und Sporttourismus, zu analysieren und zu bewerten. Sie sind in der Lage, Kampagnen zu planen, zu organisieren und zu kontrollieren, die sich auf diese Geschäftsfelder beziehen und zur Herstellung von Aufmerksamkeit, zum Aufbau von Marken und zur Präferenz auf dem Markt beitragen. Die Studierenden verfügen über praxiswirksames Wissen zu Strategien und Techniken des Kampagnenmanagements.							
Lehrinhalte:	Für das Kampagnenmanagement in den Feldern Tourismus, Hotel, Sport und Gesundheit erhalten die Studierenden ein umfangreiches Wissen zur Beurteilung und zur Konzeption von Kommunikationskampagnen. Sie lernen Ziele und Zielgruppen von Themenkampagnen und Markenkampagnen in den genannten Feldern kennen. Ein besonderer Schwerpunkt ist der Aufbau von Marken und Brand Communities durch integrierte Kampagnen. Der Einsatz moderner Kommunikationsinstrumente, wie Social Media und Live Communication, wird analysiert und diskutiert.							
Lernmethoden:	Den Studierenden werden durch interaktiven Unterricht Kenntnisse und Fähigkeiten zum Kampagnenmanagement in den Feldern Tourismus, Hotel, Sport und Gesundheit vermittelt. Sie analysieren und entwickeln Informations- und Markenkampagnen und erarbeiten praxisorientierte Kampagnenkonzepte.							
Literatur:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Baumgartner, Ekkehart: Brand Communities als neue Markenwelten, Redline Wirtschaft Heidelberg, 2007 2) Baetzgen, Andreas: Brand Planning. Starke Strategien für Marken und Kampagnen, Schäffer-Poeschel Stuttgart, 2011 3) Bernstorff, Andreas Graf von: Einführung in das Campaigning, Auer-System-Verlag Carl- Heidelberg, 2012 4) Kreyher, V. J.: Handbuch Gesundheits- und Medizinmarketing, R.v. Decker Verlag Heidelberg, 2001 5) Piwinger, Manfred; Ansgar, Zerfaß: Handbuch Unternehmenskommunikation, Gabler Wiesbaden, 2007 6) Bonfadelli, H.; Friemel, T.: Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich, UVK, Konstanz, 2010 7) Tropp, Jörg: Moderne Marketing-Kommunikation, VS, Verl. für Sozialwiss. Wiesbaden, 2011 							
Dozententeam:	Prof. Dr. phil. Huhle, Tamara (Hauptverantwortlicher)							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	60 LVS 90 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0547 Kampagnenmanagement Tourismus, Sport und Gesundheit						Msn/PA	1
	05471 Informations- und Themenkampagnen	1	1	0	0			
	05472 Markenkampagnen	1	1	0	0			

Modulname:	Lehrprojekt Unternehmen	Sprache:	deutsch					
Modulnummer:	0331	Abschluss:	B.A.					
Credits:	15	Häufigkeit:	semesterweise					
Pflicht/Wahl:	Pflicht	Dauer:	1					
Studiengang:	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	Semester:	6					
Ausbildungsziele:	Das Lehrprojekt dient der Fähigkeit, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen und anzuwenden.							
Lehrinhalte:	Training und Analyse sowie wissenschaftliche Dokumentation grundsätzlicher Strukturen und/oder aktueller Entwicklungen und/oder innovativer Techniken/Methoden der Fachdisziplin im Kontext des Medienmarktes.							
Lernmethoden:	Das Modul vermittelt vor dem Hintergrund des theoretischen Wissens das Handwerkszeug zur Bearbeitung wissenschaftlicher und praktischer Aufgabenstellungen, angepasst an die spezifische Studienorientierung. Der Student arbeitet eigenständig an Aufgabenstellungen, die seminaristisch begleitet werden.							
Literatur:	1) Zimmermann, Jürgen: Ablauforientiertes Projektmanagement. Modelle, Verfahren und Anwendungen, Deutscher Universitäts-Verlag Wiesbaden, 2001 2) Peipe, Sabine: Basiswissen Projektmanagement, Haufe Freiburg im Breisgau, 2007 3) Inglin-Buomberger, Beatrice: Beurteilen und Bewerten im Praktikum Basel, 2000 4) Troll, Susanne: Die Auslandsreise 2007, ST-Verlag Rangsdorf, 2007 5) Glaubitz, Uta: Generation Praktikum - Mit den richtigen Einstiegjobs zum Traumberuf, Heyne München, 2006 6) Nöhmeier, Nadine; Keller, Heidi: PraktikumsKnigge - Leitfaden zum Berufseinstieg und Praktikum, Clash München, 2005 7) Zimmer-Henrich, Werner: Projektmanagement Bonn, 2000							
Dozententeam:	Prof. Dr.-Ing. Hösel, Michael (Hauptverantwortlicher)							
Voraussetzungen:								
Arbeitslast: - workload	15 LVS 435 SSZ							
Lerneinheitsformen: - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0331 Lehrprojekt Unternehmen						Msn/PA	1
	03311 Praxismodul (12 Wochen)							
	03312 Modulcoaching	0	0	0	1			

<i>Modulname:</i>	Bachelorprojekt	<i>Sprache:</i>	deutsch					
<i>Modulnummer:</i>	0332	<i>Abschluss:</i>	B.A.					
<i>Credits:</i>	15	<i>Häufigkeit:</i>	semesterweise					
<i>Pflicht/Wahl:</i>	Pflicht	<i>Dauer:</i>	2					
<i>Studiengang:</i>	GM-B 2015 Gesundheitsmanagement	<i>Semester:</i>	6					
<i>Ausbildungsziele:</i>	Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig eine Abschlussarbeit anzufertigen. Innerhalb der vorgegebenen Zeit von 12 Wochen sind die Studierenden fähig, ein Thema nach wissenschaftlichen Methoden zu recherchieren, zu bearbeiten und veröffentlichungsfähig zu verfassen.							
<i>Lehrinhalte:</i>	Mit Blick auf die gestellte Thematik wenden die Studierenden die vermittelten theoretischen und praktischen Kenntnisse an und lassen diese in eine in sich abgeschlossene Aufgabenstellung einfließen. Dabei formulieren, bearbeiten und erweitern sie diese Kenntnisse.							
<i>Lernmethoden:</i>	Basis ist die eigenständige wissenschaftliche Arbeit der Studierenden, wobei ihnen die Möglichkeit gegeben wird, in der Konsultation mit den akademischen BetreuerInnen, dem/der StudiendekanIn und anderen TutorInnen Hinweise und Anregungen zur Themenstellung zu erhalten.							
<i>Literatur:</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Becker, Fred: Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten Bergisch Gladbach, 1994 2) Vollmer, Hans; Brauner, Detlef: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten, Verlag Wissenschaft & Praxis Sternenfels, 2008 3) Franck, Norbert: Handbuch Wissenschaftliches Arbeiten, Fischer Frankfurt, 2007 4) Theisen, Manuel R.: Wissenschaftliches Arbeiten, Vahlen München, 2006 5) Bänsch, Axel: Wissenschaftliches Arbeiten, Oldenbourg München, 2007 6) Jele, Harald: Wissenschaftliches Arbeiten in Bibliotheken, Oldenbourg München, 2003 7) Jele, Harald: Wissenschaftliches Arbeiten: Zitieren, Oldenbourg München, 2006 							
<i>Dozententeam:</i>	Prof. Dr.-Ing. Hösel, Michael (Hauptverantwortlicher)							
<i>Voraussetzungen:</i>								
<i>Arbeitslast:</i> - workload	15 LVS 435 SSZ							
<i>Lerneinheitsformen:</i> - mode of teaching	<i>Bezeichnung des Modulelementes</i>	<i>V</i>	<i>S</i>	<i>P</i>	<i>T</i>	<i>PVL</i>	<i>PL</i>	<i>W</i>
	0332 Bachelorprojekt							
	03321 Bachelorarbeit						Pls	1/1
	03322 Tutorium für Examenskandidaten	0	0	0	1			