



Fachhochschule des Mittelstands (FHM)

# Fashion Management (B.A.)

Modulhandbuch

Fachhochschule des Mittelstands (FHM)  
29.01.2024  
Geringfügige Änderung: 13.08.2025

<b>Ersteller:</b> Dipl.-Ing. Beate Welp- Gerdes (wiss. Studiengangsleitung)	<b>Verteiler:</b> Dekan, wiss. Studiengangsleiter, Programm- und Qualitätsentwicklung	<b>S. 1 von 104</b>
--	---	---------------------



**Inhaltsverzeichnis**

BA-FM-MS-01: Betriebswirtschaftslehre ..... **3**

BA-FM-MS-02: Agiles Projektmanagement ..... **7**

BA-FM-MS-03: Marketing & Vertrieb ..... **11**

BA-FM-MS-04: Retail Management ..... **15**

BA-FM-MS-05: Global Management ..... **19**

BA-FM-MS-06: Digital- und E-Commerce ..... **23**

BA-FM-MS-07: Grundlagen des Rechnungswesens ..... **27**

BA-FM-MS-08: Businessplanentwicklung & Digitale Geschäftsmodelle ..... **31**

BA-FM-PS-01: Textilwissenschaften ..... **35**

BA-FM-PS-02: Modewirtschaft und Modemanagement ..... **39**

BA-FM-PS-03: Schnitt, Fertigungstechnik & CAD ..... **44**

BA-FM-PS-04: Fashion-, Ästhetik- & Designtheorie ..... **48**

BA-FM-PS-05: Kollektionsentwicklung ..... **52**

BA-FM-PS-06: Marken- und Produktrecht ..... **56**

BA-FM-PS-07: Sustainability in Fashion ..... **60**

BA-FM-PS-08: Fashion Marketing & Communication ..... **64**

BA-FM-PS-09: Produktmanagement für Modedesign ..... **69**

BA-FM-PS-10: Marktforschung ..... **73**

BA-FM-PS-11: Visualisierung der Kreation ..... **77**

BA-FM-PS-12: International Fashion & Lifestyle Trends ..... **81**

BA-FM-SM-01: Wirtschaftsenglisch ..... **85**

BA-FM-SM-02: Selbstmanagement und -organisation ..... **89**

BA-FM-SM-03: Teammanagement, Präsentation & Moderation ..... **93**

BA-FM-SM-03: Studium in der Praxis (SIP) ..... **97**

BA-FM-SM-04: Wissenschaftliches Arbeiten ..... **101**



BA-FM-MS-01: Betriebswirtschaftslehre

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	90	45	45							
ECTS	8	4	4							
Selbststudium	110									
Student-Workload	200	100	100							

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	90	30	30	30									
ECTS	8	1	1	6									
Selbststudium	110												
Student-Workload	200	25	25	150									

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	8	4	4										
Student-Workload	200	100	100										
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	8	1	1	6									
Student Workload	200	25	25	150									

Inhalte		
1	Ökonomisches Denken	
1.1	Ökonomisches Prinzip	
1.2	Betrieb und Unternehmung	
2	Produktionsfaktoren	
2.1	Arten	
2.2	Produktionsfunktion	
2.3	Kostenfunktion	
3	Rechtsformen	



	3.1 Überblick 3.2 Personengesellschaften 3.3 Kapitalgesellschaften 4 Leistungsprozesse 4.1 Beschaffung 4.2 Produktion 4.3 Absatz 4.4 Finanzierung 4.5 Steuerarten										
<b>Qualifikationsziele</b>											
	Nach Abschluss des Moduls <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden die Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Transformationsprozesses,</li> <li>– können die Studierenden die Produktionsfaktoren unterscheiden und in ihrer Bedeutung erklären,</li> <li>– kennen die Studierenden die unterschiedlichen Rechtsformen und können sie nach verschiedenen Merkmalen (z.B. Grundkapital, Haftung, Besteuerung usw.) unterscheiden,</li> <li>– können die Studierenden die verschiedenen Leistungsprozesse in ihren Zusammenhängen erklären,</li> <li>– können die Studierenden die Art und Wirkungsweisen unterschiedlicher Besteuerungsformen unterscheiden.</li> </ul>										
<b>Lehrformen</b>											
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Praktikum <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium  Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein										
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien</td> <td>153</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	153	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload										
<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	153										
<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8										
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar											
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1										



	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	38
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	200
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge FHM,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Marketing &amp; Vertrieb“ (BA-FM-MS-03), „Retail Management“ (BA-FM-MS-04), „Global Management“ (BA-FM-MS-05), „Grundlagen des Rechnungswesens“ (BA-FM-MS-07) und „Businessplanentwicklung &amp; Digitale Geschäftsmodelle“ (BA-FM-MS-08).</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Achleitner, A., Gilbert, D.U., Hachmeister, D., Kaiser, G. (2023): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 10. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Känel, S. (2018): Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Wöhe, G. (2023): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 28. Aufl. München: Vahlen Verlag.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Tietje, R. (2022): Geschäfts- und Leistungsprozesse. 3. Aufl. Heidelberg: C. F. Müller.</p> <p>Wöhe, G. (2023): Übungsbuch zur Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 16. Aufl. München: Vahlen Verlag.</p>	



Besonderheiten	
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Fallstudien</li><li>- Tagesaktuelles Kolloquium</li></ul>
Dozenten/ innen	
	Prof. Dr. Thomas Salmen Prof. Dr. Eric Schirrmann Prof. Dr. Gerald Wogatzki
Raum für Anmerkungen	



## BA-FM-MS-02: Agiles Projektmanagement

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45	45								
ECTS	6	6								
Selbststudium	105									
Student-Workload	150	150								

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45				45								
ECTS	6				6								
Selbststudium	105												
Student-Workload	150				150								

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	6	6											
Student-Workload	150	150											
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	6				6								
Student Workload	150				150								

Inhalte		
1	Grundlagen Projektmanagement	
1.1	Einführung (Projekt-Definition, -Arten, -Management, -Organisation, -Phasen)	
1.2	Projekt-Vorbereitung (Vertrags-, Ziel-, Risiko-, Stakeholder-Analyse)	
2	Traditionelles Projektmanagement	
2.1	Grundprinzipien im traditionellen Projektmanagement	
2.2	Projekt-Ablaufplanung, Projekt-Rollen	
2.3	Projekt-Controlling / Change-Management	
2.4	Projekt-Abschluss	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 Agiles Projektmanagement</li> <li>3.1 Grundsätze im agilen Projektmanagement (Agiles Manifest)</li> <li>3.2 Projekt-Ablaufplanung, Projekt-Rollen (Scrum)</li> <li>3.3 Weitere agile Verfahren (Kanban, Lean Projektmanagement, Engpassstheorie, Critical Chain Project Management)</li> <li>3.4 Hybrides Projektmanagement</li> <li>4 Projektmanagement-Software</li> <li>4.1 Traditionelles Projektmanagement (Microsoft Project, ProjectLibre, GanttProject)</li> <li>4.2 Agiles Projektmanagement (Trello, Sharepoint)</li> <li>5 Team-Management in Projekten</li> <li>5.1 Führungsstile</li> <li>5.2 Motivation im Projektteam</li> <li>5.3 Zusammensetzung des Teams</li> <li>5.4 Phasen der Teambildung und Konfliktmanagement</li> </ul>
<b>Qualifikationsziele</b>	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden die Methoden, Techniken und Instrumente des klassischen und agilen Projektmanagements,</li> <li>– können die Studierenden die Einsatzmöglichkeiten, -grenzen und Besonderheiten der unterschiedlichen Methoden einschätzen und entsprechende Empfehlungen geben,</li> <li>– können die Studierenden eine Projektaufgabenstellung ziel-, zeit- und kostenorientiert nach klassischen Projektmethoden und agilen Projektmethoden planen,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage klassisches und agile Projektmanagementmethoden an konkreten Fallbeispielen exemplarisch anzuwenden,</li> <li>– wissen die Studierenden, wie sie Projekt-Teams bilden, führen und Konflikte bewältigen können.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Übung</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>



Lehrformen im Fernstudium		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	118
	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	28
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	150
Voraussetzungen für die Teilnahme		
	Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.	
Verwendbarkeit des Moduls		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für das Modul „Produktmanagement für Modedesign“ (BA-FM-PS-09).</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		
Präsenzstudium	Fernstudium	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input checked="" type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
Literatur		
	Kernliteratur: Andresen, J. (2023): Retrospektiven in agilen Projekten: Ablauf, Regeln und Methodenbausteine. München: Carl Hanser Verlag. Braehmer, U. (2023): Projektmanagement für kleine und mittlere Unternehmen: Das Praxisbuch für den Mittelstand. 2. Auflage. München: Carl Hanser Verlag.	



	<p>Brandes, U., Gemmer, P., Koschek, H., Schülken, L. (2014): Management Y: Agile, Scrum, Design Thinking &amp; Co.: So gelingt der Wandel zur attraktiven und zukunftsfähigen Organisation. Campus Verlag, o.O.</p> <p>Pichler, R. (2008): Scrum: Agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen. Heidelberg: dpunkt Verlag.</p> <p>Preußig, J. (2020): Agiles Projektmanagement. Freiburg ; München ; Stuttgart: Haufe Group.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Gloger, B. (2016): Scrum: Produkte zuverlässig und schnell entwickeln. 5.Auflage. München: Carl Hanser Verlag.</p> <p>Gloger, B., Rösner, D. (2022): Selbstorganisation braucht Führung: Die einfachen Geheimnisse agilen Managements. München: Carl Hanser Verlag.</p> <p>Jenny, B. (2019): Projektmanagement: Das Wissen für den Profi. 3. Auflage, vdf Hochschulverlag, o.O.</p> <p>Krüger, W. (2012): Teams führen. 6. Auflage. Haufe-Lexware, o.O.</p> <p>Schwaber, K. (2008): Scrum im Unternehmen. Microsoft, o.O.</p> <p>Stöger, R. (2011): Wirksames Projektmanagement. Mit Projekten zu Ergebnissen. 3. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p> <p>Weichselbaumer, H., Bley, G. (2013): MS-Project 2013 in 13 Stunden, Eigenverlag, o.O.</p> <p>Wirdemann, R. (2022): Scrum mit User Stories. München: Carl Hanser Verlag</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Projektbeispiele aus der Praxis
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Prof. Dipl.-Des. (FH) Jochen Dickel
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-MS-03: Marketing & Vertrieb

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45		45							
ECTS	5		5							
Selbststudium	80									
Student-Workload	125		125							

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45	30	15										
ECTS	5	3	2										
Selbststudium	80												
Student-Workload	125	75	50										

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5		5										
Student-Workload	125		125										
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5	3	2										
Student Workload	125	75	50										

Inhalte		
1	Grundlagen	
1.1	Ursprung und Entwicklungsphasen des Marketings	
1.2	Grundlegende Begriffe und Definition des Marketings	
2	Konzeption des Marketings	
2.1	Marketingziele	
2.2	Marketingstrategien	
2.3	Marketing-Mix	
3	Die instrumentelle Perspektive des Marketings	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Produktpolitik                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1.1 Innovationsmanagement</li> <li>3.1.2 Management etablierter Produkte</li> <li>3.1.3 Markenmanagement</li> </ul> </li> <li>3.2 Preispolitik                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.2.1 Theoretische Grundlagen der Preispolitik</li> <li>3.2.2 Ansatzpunkte zur Preisbestimmung</li> </ul> </li> <li>3.3 Kommunikationspolitik                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.3.1 Budgetierung und Mediaplanung</li> <li>3.3.2 Einsatz der Kommunikationsinstrumente</li> <li>3.3.3 Gestaltung des Kommunikationsauftritts</li> </ul> </li> <li>3.4 Vertriebspolitik                         <ul style="list-style-type: none"> <li>3.4.1 Gestaltung des Vertriebssystems</li> <li>3.4.2 Gestaltung der Beziehungen zu Vertriebspartner</li> <li>3.4.3 Gestaltung der Verkaufsaktivitäten</li> </ul> </li> <li>4 Grundlagen des Online-Marketings                         <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Suchmaschinenmarketing und -optimierung</li> <li>4.2 Affiliate Marketing</li> <li>4.3 Mobile Marketing</li> <li>4.4 Content Marketing</li> <li>4.5 Multi-Channel Marketing</li> </ul> </li> </ul>
<b>Qualifikationsziele</b>	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden die grundlegenden Elemente und Definitionen und Anwendungsfelder des Marketings,</li> <li>– können die Studierenden vom Markt her Unternehmensziele bilden,</li> <li>– können die Studierenden konkrete praxisorientierte Fragestellungen aus der Marketingperspektive lösen,</li> <li>– können die Studierenden das Marketing-Mix-Instrumentarium konkret anwenden,</li> <li>– können die Studierenden instrumentelle Marketing-Konzepte entwickeln.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>



Lehrformen im Fernstudium		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93
	<input type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
Voraussetzungen für die Teilnahme		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) und besucht haben.</p> <p>Aus diesem Modul ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
Verwendbarkeit des Moduls		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) auf,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Digital- und E-Commerce“ (BA-FM-MS-06) und „Fashion Marketing &amp; Communication“ (BA-FM-PS-08).</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		
Präsenzstudium	Fernstudium	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
Literatur		
	Kernliteratur:	



	<p>Becker, J. (2019): Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. 11. Auflage. München: Vahlen Verlag.</p> <p>Bruhn, M. (2022): Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis. 14. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Homburg, C., Krohmer, H. (2020): Marketingmanagement. Strategie, Instrumente, Umsetzung, Unternehmensführung. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Kreutzer, R. T. (2022): Praxisorientiertes Marketing: Grundlagen - Instrumente - Fallbeispiele. 5. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Hartmut, B., Hartmut, H. (2018): Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Hanning, U. (2021): Marketing- und Sales-Automation: Grundlagen – Tools – Umsetzung. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Kreutzer, R. T. (2022): Online-Marketing. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Runia, P., Wahl, F., Geyer, O., Thewissen, C. (2019): Marketing: Prozess- und praxisorientierte Grundlagen. 5. Auflage. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH.</p>
Besonderheiten	
	Fallstudien
Dozenten/ innen	
	<p>Prof. Dr. Stefan Bieletzke</p> <p>Prof. Dr. Patrick Lentz</p> <p>Prof. Dr. Michael Negri</p> <p>Prof. Dr. Eric Schirrmann</p>
Raum für Anmerkungen	



BA-FM-MS-04: Retail Management

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45						30	15		
ECTS	6						2	4		
Selbststudium	105									
Student-Workload	150						50	100		

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45										30	15	
ECTS	6										1	5	
Selbststudium	105												
Student-Workload	150										25	125	

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	6						2	4					
Student-Workload	150						50	100					
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	6										1	5	
Student Workload	150										25	125	

Inhalte		
1		Bedeutung und Rahmenbedingungen des Handels in der Modeindustrie
2		Unterscheidung verschiedener Handelstypen
2.1		Betriebstypen und -formen im Handel
2.2		Marktteilnehmer
3		Handelsstrategien
3.1		Positionierungs- und Profilierungsstrategien
3.2		Wachstumsstrategien (z.B. Filialisierung, Franchising)
3.3		Kooperationsstrategien
3.4		Vertikalisierung



	<p>3.5 Flächenkonzepte im Einzelhandel (z.B. Shop-in-Shop)</p> <p>3.6 Online- und Multi-Channel-Strategien (z.B. Cross-Channel-Services)</p> <p>4 Taktische Umsetzung des Retail Managements</p> <p>4.1 Standortmanagement</p> <p>4.2 Sortimentsgestaltung (z.B. DOB, HAKA, BESPO, KIKO, Sortimentsstruktur, -breite und -tiefe)</p> <p>4.3 Markenmanagement (z.B. Betriebstypen-Marken, Store-Brands)</p> <p>4.4 Preispolitik (z.B. Kalkulation, Abschriften)</p> <p>4.5 Category Management</p> <p>4.6 Logistik (z.B. Cross-Docking, Inhouse-Logistics)</p> <p>4.7 Controlling und KPI im Handel</p> <p>5 Fallbeispiele zu den Spezifika des Modehandels</p>				
<b>Qualifikationsziele</b>					
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– sind die Studierenden in der Lage, die Rahmenbedingungen und ökonomische Bedeutung des Modehandels zu erfassen und abgrenzen zu können,</li> <li>– können die Studierenden unterschiedliche Handelstypen mit Blick auf den Modehandel charakterisieren und verstehen sowie auch aus Herstellersicht beurteilen,</li> <li>– verstehen die Studierenden die wesentlichen Aufgabenstellungen, Konzepte, Managementmethoden und -instrumente im Handel und Vertrieb und können diese in der Praxis einordnen,</li> <li>– kennen die Studierenden aktuelle Entwicklungen bei stationären und virtuellen Vertriebskonzepten und Multi-Channel-Aktivitäten und können diese bewerten,</li> <li>– sind den Studierenden grundlegende Konzepte des Retail Managements bekannt und können diese in mündlicher und schriftlicher Form kommunizieren.</li> </ul>				
<b>Lehrformen</b>					
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</p> <p><input type="checkbox"/> Übung</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> Praktikum</p> <p><input type="checkbox"/> Projektarbeit</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>				
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>					
	<table border="1"> <tr> <td>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</td> <td>Student-Workload</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien</td> <td>118</td> </tr> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	118
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload				
<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	118				



<input checked="" type="checkbox"/> Synchroner Online-Veranstaltung	8
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	28
<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
Summe	150

**Voraussetzungen für die Teilnahme**

	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls die Module „Marketing &amp; Vertrieb“ (BA-FM-MS-03), „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02), „Kollektionsentwicklung“ (BA-FM-PS-05), „Studium in der Praxis (SiP)“ (BA-FM-SM-04) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>
--	--

**Verwendbarkeit des Moduls**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf den Modulen „Marketing &amp; Vertrieb (BA-FM-MS-03), „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02), „Kollektionsentwicklung“ (BA-FM-PS-05), „Studium in der Praxis (SiP)“ (BA-FM-SM-04) auf.</li> </ul>
--	---

**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten**

Präsenzstudium	Fernstudium
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung

**Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls**

	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
--	--

**Literatur**

	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Ahlert, D., Große-Bölting, K., Heinemann, G. (2009): Handelsmanagement in der Textilwirtschaft. Einzelhandel und Wertschöpfungspartnerschaften, Deutscher Fachverlag, Frankfurt a.M.</p> <p>Iyer, J. H., Bennur, S. (2017): Retailing in Emerging Markets. London: Fairchild Books.</p> <p>Knoppe, M. (2015): CSR und Retail Management. Gesellschaftliche Verantwortung als zukünftiger Erfolgsfaktor im Handel. Heidelberg: Springer-Gabler Berlin.</p>
--	---



	<p>Riekhof, H.-C. (Hrsg.) (2013): Retail Business. Perspektiven, Strategien, Erfolgsmuster. 3. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Schröder, H. (2012): Handelsmarketing. Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops. Mit Praxisbeispielen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Zentes, J., Swoboda, B., Foscht, T. (2012): Handelsmanagement, 3. neu bearb. Auflage, Vahlen, München.</p> <p>Zentes, J., Swoboda, B., Morschett, D., Schramm-Klein, H. (Hrsg.) (2012): Handbuch Handel. Strategien-Perspektiven-Internationaler Wettbewerb. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Ahlert, D., Kenning, P. (2007): Handelsmarketing, Springer Verlag, Berlin.</p> <p>Barth, K., Hartmann, M., Schröder, H. (2015): Betriebswirtschaftslehre des Handels, 7., überarbeitete Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.</p> <p>Fernandes, A. (2023): Retail Management. England: Discovery Publishing House.</p> <p>Granger, M., Sterling, T. (2015): Fashion Entrepreneurship. London: Fairchild Books.</p> <p>Levy, M., Weitz, B.A. (2009): Retailing Management, 7. Aufl., McGraw-Hill, Boston/Mass.</p> <p>Sherman, G. J., Perlman, S. (2014): The Real World Guide to Fashion Selling and Management. London Fairchild Books.</p> <p>Tepper, B., Greene, M. (2016): Mathematics for Retail Buying. London: Fairchild Books.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Dipl.-Kfm. Bernhard van Lengerich
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-MS-05: Global Management

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60						60			
ECTS	5						5			
Selbststudium	65									
Student-Workload	125						125			

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60				60								
ECTS	5				5								
Selbststudium	65												
Student-Workload	125				125								

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5								5				
Student-Workload	125								125				
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5				5								
Student Workload	125				125								

Inhalte		
1	Internationalisierung der Wirtschaft	
1.1	Historisch bedingte Zusammenhänge der Internationalisierung	
2	Internationalisierungsentscheidungen von Unternehmen	
3	Grundformen und Organisationsstrukturen	
3.1	Organisationsstrukturen von internationalen Unternehmen im globalisierten Weltmarkt	
3.2	Beschaffungsmärkte	
3.3	Strukturen des internationalen Online-Handels	



	<p>3.4 Strukturorientierung und Prozessorientierung als Hilfsmittel der Entscheidungsfindung</p> <p>4 Grundlagen interkultureller Zusammenhänge</p> <p>4.1 Terminologische und inhaltliche Grundlagen der Kulturthematik</p> <p>4.2 Bedeutung der Unternehmenskultur in einem internationalen Unternehmen</p> <p>4.3 Länderspezifische und kulturelle Besonderheiten</p> <p>5 Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien</p> <p>5.1 Überblick über die wichtigsten Markteintrittsformen der Modebranche</p> <p>5.2 Preis- und Absatzbeziehungen des internationalen Mode- und Bekleidungsmarktes</p> <p>5.3 Eintrittsstrategien und Risikobewertungsmöglichkeiten für die Tätigkeit auf internationalen Mode- und Bekleidungsmärkten auf der Grundlage von SWOT-Analysen.</p>										
<b>Qualifikationsziele</b>											
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden die spezifischen Handlungsalternativen und Entscheidungsprozesse für Modeunternehmen auf internationalen Märkten,</li> <li>– können die Studierenden Markt-, Absatz- und Preisbeziehungen einschätzen sowie handlungsorientiert umsetzen,</li> <li>– erkennen die Studierenden die besondere Bedeutung des globalisierten Weltmarktes für die Modebranche,</li> <li>– verstehen die Studierenden die grundsätzlichen Herausforderungen des internationalen Managements von Auslandsaktivitäten im interkulturellen Kontext.</li> </ul>										
<b>Lehrformen</b>											
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Übung</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> Praktikum</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>										
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien</td> <td>93</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload										
<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93										
<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8										
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar											
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1										



	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) besucht haben.</p> <p>Aus diesem Modul ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM.</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input checked="" type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Deresky, H. (2016): International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases. New Jersey (USA): Prentice Hall.</p> <p>Lufthans, F., Doh, J.P. (2017): International Management: Culture, Strategy, and Behavior. New York (USA): McGraw-Hill/Irwin.</p> <p>Robbins, P., Coulter, M. A. (2020): Management. Fifteenth Edition, Pearson: Essex.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Fatehi, K., Choi, J. (2018): International Business Management: Succeeding in a Culturally Diverse World. Berlin: Springer International Publishing.</p> <p>Phatak, A., Bhagat, R.S., Kashlak, R. (2008): International Management: Managing in a Diverse and Dynamic Global Environment. New York (USA): McGraw-Hill/Irwin.</p>	



	<p>Rodrigues, C. (2008): International Management: A Cultural Approach. New York (USA): SAGE Publications, Inc.</p> <p>Saleh, S. und Saleh, M.: (2020): Internationales Management für Dienstleistungsbetriebe. Globalisierung und Internationalisierung: Springer Gabler, Wiesbaden.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fallstudien</li> <li>- Praxisbesuche</li> </ul>
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Prof. Dr. Michael Negri</p> <p>Prof. Dr. Thomas Salmen</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-MS-06: Digital- und E-Commerce

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45							45		
ECTS	5							5		
Selbststudium	80									
Student-Workload	125							125		

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45							45					
ECTS	5							5					
Selbststudium	80												
Student-Workload	125							125					

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5								5				
Student-Workload	125								125				
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5							5					
Student Workload	125							125					

Inhalte		
1	Die Digitale Transformation von Geschäftsmodellen und Digital Marketing als Basis für Electronic Business	
2	Electronic Business	
2.1	2.1 Electronic Procurement (E-Procurement)	
2.2	2.2 Electronic Commerce (E-Commerce)	
3	Grundlagen des E-Commerce	
3.1	Akteure im E-Commerce	
3.2	Entwicklung, Bedeutung & Rahmenbedingungen des E-Commerce	
3.3	Kaufverhalten im E-Commerce	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 Geschäftsmodelle im E-Commerce</li> <li>4.1 Content</li> <li>4.2 Commerce</li> <li>4.3 Context</li> <li>4.4 Connection</li> <li>5 Nutzenpotentiale des E-Commerce</li> <li>5.1 Anbietersicht</li> <li>5.2 Kundensicht</li> <li>6 Spezielle Formen des E-Commerce</li> <li>6.1 Multichannel Retailing</li> <li>6.2 Online-Marktplätze</li> <li>6.3 Social Commerce</li> <li>6.4 Mobile Commerce</li> </ul>		
<b>Qualifikationsziele</b>			
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden die Unterschiede zwischen den Begriffen Electronic Business und Electronic Commerce,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, die Entwicklung und Bedeutung des E-Commerce zu erklären,</li> <li>– kennen die Studierenden die Vor- und Nachteile des E-Commerce aus Anbieter- und Kundensicht,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, Geschäftsmodelle im E-Commerce zu entwickeln und voneinander abzugrenzen,</li> <li>– wissen die Studierenden, welche speziellen Formen des E-Commerce bestehen,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, die Funktionsweise von Online-Marktplätzen zu beschreiben,</li> <li>– kennen die Studierenden die Bedeutung und Umsetzungsformen des Social und Mobile Commerce.</li> </ul>		
<b>Lehrformen</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>		
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>			
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Methoden des Blended-Learning-Konzepts</td> <td style="width: 50%;">Student-Workload</td> </tr> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload		



<input checked="" type="checkbox"/>	Digitale Studienmaterialien	93
<input checked="" type="checkbox"/>	Synchrone Online-Veranstaltung	8
<input type="checkbox"/>	Präsenzveranstaltung/ Seminar	
<input checked="" type="checkbox"/>	E-Tutorial	1
<input checked="" type="checkbox"/>	Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
<input type="checkbox"/>	Projektarbeit	
	Summe	125

**Voraussetzungen für die Teilnahme**

	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Marketing &amp; Vertrieb“ (BA-FM-MS-03) besucht haben.</p> <p>Aus diesem Modul ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>
--	---

**Verwendbarkeit des Moduls**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf dem Modul „Marketing &amp; Vertrieb“ (BA-FM-MS-03) auf,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Produktmanagement für Modedesign“ (BA-FM-PS-09) und „Businessplanentwicklung &amp; Digitale Geschäftsmodelle“ (BA-FM-MS-08).</li> </ul>
--	--

**Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten**

Präsenzstudium	Fernstudium
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung

**Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls**

	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
--	--

**Literatur**

	<p>Kernliteratur:</p> <p>Heinemann, G. (2020): Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. 11. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Olbrich, R., Schultz, C. D., Holsing, C. (2019): Electronic Commerce und Online-Marketing: Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Wirtz, B. W. (2018): Electronic Business. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</p>
--	--



	<p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Brunner, M. (2019): Customer Journey 4.0: Wie Sie die Customer Journey Map erstellen und die Customer Experience verbessern.</p> <p>Graf, A., Schneider, H. (2019): Das E-Commerce Buch: Marktanalysen – Geschäftsmodelle – Strategien. 2. Auflage. Frankfurt a. M.: dfv Mediengruppe.</p> <p>Kollmann, T. (2019): E-Business kompakt: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft mit über 70 Fallbeispielen. Wiesbaden: Springer Gabler.</p>
<p>Besonderheiten</p>	
	<p>Gastvorträge</p>
<p>Dozenten/ innen</p>	
	<p>Prof. Dr. Ralf Brüning  Prof. Dr. Christoph Hechelmann  Prof. Dr. Michael Negri  Prof. Dr. Eric Schirrmann</p>
<p>Raum für Anmerkungen</p>	



BA-FM-MS-07: Grundlagen des Rechnungswesens

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60		30	30						
ECTS	5		1	4						
Selbststudium	65									
Student-Workload	125		25	100						

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60									30	30		
ECTS	5									2	3		
Selbststudium	65												
Student-Workload	125									50	75		

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5		1	4									
Student-Workload	125		25	100									
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5									2	3		
Student Workload	125									50	75		

Inhalte		
1	Betriebswirtschaftliche Prinzipien und Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens	
1.1	Unternehmensmodell	
1.2	Aufgaben des Rechnungswesens	
1.3	Basisrechnungssysteme	
2	Buchführung	
2.1	Aufgaben und Wesen der Buchhaltung	
2.2	Technik und Organisation der doppelten Buchführung	
2.3	Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung	



	<p>3 Jahresabschluss</p> <p>3.1 Abschlussbuchungen gemäß HGB und IFRS</p> <p>3.2 Prüfung und Offenlegung</p> <p>4 Kosten- und Leistungsrechnung</p> <p>4.1 Kostenartenrechnung</p> <p>4.2 Kostenstellenrechnung</p> <p>4.3 Kostenträgerrechnung</p>																
<b>Qualifikationsziele</b>																	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– verstehen die Studierenden die betriebswirtschaftlichen Wertflüsse im Abbild des Rechnungswesens,</li> <li>– können die Studierenden die Wertbewegungen in der DOPPIK abbilden,</li> <li>– verstehen die Studierenden das Rechnungswesen als Kompass der Unternehmensentwicklung,</li> <li>– kennen die Studierenden die unterschiedlichen Vorgehensweisen und Ziele des externen und des internen Rechnungswesens.</li> </ul>																
<b>Lehrformen</b>																	
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</p> <p><input type="checkbox"/> Übung</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> Praktikum</p> <p><input type="checkbox"/> Projektarbeit</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>																
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien</td> <td>93</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Projektarbeit</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>125</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23	<input type="checkbox"/> Projektarbeit		Summe	125
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload																
<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93																
<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8																
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar																	
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1																
<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23																
<input type="checkbox"/> Projektarbeit																	
Summe	125																



<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) besucht haben.</p> <p>Aus diesem Modul ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) auf,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für das Modul „Businessplanentwicklung &amp; Digitale Geschäftsmodell“ (BA-FM-MS-08).</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>	
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
<b>Literatur</b>	
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Brodmann, D., Bühler, M., Keller, E., Roh, B. (2019): Finanz- und Rechnungswesen. Bern: hep Verlag.</p> <p>Coenenberg, A., Haller, A., Mattner, G., Schultze, W. (2018): Einführung in das Rechnungswesen: Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag.</p> <p>Deitermann, M., Flader, B., Rückwart, W.-D., Stobe, S. (2019): Industrielles Rechnungswesen. Braunschweig: IKR Westermannverlag.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Placke, F., Sprenger-Menzel, M.T.P. (2017): Grundlagen des externen Rechnungswesens: Buchführung, Bilanzierung, Bilanzanalyse, Internationale Rechnungslegungsstandards. Stuttgart: Deutscher Gemeindeverlag.</p> <p>Schultz, V. (2017): Basiswissen Rechnungswesen: Buchführung, Bilanzierung, Kostenrechnung, Controlling, 8. Aufl. München: dtv Verlagsgesellschaft.</p> <p>Wöltje, J. (2017): Schnelleinstieg Rechnungswesen. Freiburg: Haufe Verlag.</p>



Besonderheiten	
	Modellrechnungen aus der Praxis Anwendung rechnergestützter Buchhaltungssysteme (DATEV, Lexware u.a.)
Dozenten/ innen	
	Prof. Dr. Volker Wittberg
Raum für Anmerkungen	



BA-FM-MS-08: Businessplanentwicklung & Digitale  
Geschäftsmodelle

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	8						4	4		
ECTS	60						30	30		
Selbststudium	140									
Student-Workload	200						100	100		

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	8										4	4	
ECTS	60										30	30	
Selbststudium	140												
Student-Workload	200										100	100	

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	8						4	4					
Student-Workload	200						100	100					
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	8										4	4	
Student Workload	200										100	100	

Inhalte	
1	Zielsetzung: Lernen Sie unternehmerisch zu Denken und zu Handeln!
2	Die Entscheidung: Wollen Sie unternehmerisch erfolgreich sein?
3	Die Planung: Was ist zu tun, um ein Unternehmen gründen zu können?
4	Das Konzept: Von der Idee zur Geschäftsidee zum digitalen Unternehmenskonzept.
5	Der Markt: Wie sieht der digitale Markt aus? Was will der Kunde? Wer ist Konkurrent, wer Partner?



	6	Das Marketing: Wie kann das digitale Produkt erfolgreiche vermarktet werden?
	7	Finanzierung: Wie kann das digitale Produkt / Start up finanziert werden?
	8	Die Kosten- und Leistungsrechnung in digitalen Unternehmen: Welche Kosten entstehen? Wo kann eingespart werden?
	9	Die Förderung: Welche Fördermöglichkeiten gibt es?
	10	Die Beratung: Wer kann richtig beraten? Wo findet man Experten für digitale Unternehmensgründung?
	11	Die Gründung: Was es wirklich bedeutet, ein digitales Unternehmen zu gründen?
	12	Die Formalitäten: Was ist formal zu beachten?
	13	Der Businessplan: Wie wird ein Businessplan für digitale Produkte und Unternehmen aufgebaut und was muss er aussagen?
<b>Qualifikationsziele</b>		
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verfügen die Studierenden über Kenntnisse und Erfahrungen zur Entwicklung, Analyse und Behandlung von Strategien für digitale Unternehmen,</li> <li>- haben die Studierenden die Existenzgründung als eine bedeutende Möglichkeit der persönlichen Selbstständigkeit erkannt,</li> <li>- verfügen die Studierenden über grundlegendes fachliches Wissen für die Gründung eines Unternehmens,</li> <li>- können die Studierenden Geschäftsideen und Unternehmenskonzepte entwickeln,</li> <li>- sind die Studierenden in der Lage einen Businessplan zu erstellen,</li> <li>- verfügen die Studierenden über das nötige Wissen, um ein Start up aus der Hochschule heraus zu gründen.</li> </ul>	
<b>Lehrformen</b>		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Praktikum <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium  Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	153
	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	



	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	38
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	200
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls die Module „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) und „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-03) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf die Module „Betriebswirtschaftslehre“ (BA-FM-MS-01) und „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Becker, J. (2019): Marketing-Konzeption. Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. 11. Auflage. München: Vahlen Verlag.</p> <p>Känel, S. von (2018): Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden: Springer Fachmedien.</p> <p>Pöchtrager, S., Wagner, W. (2018): Von der Idee zum Businessplan. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Schinnerl, R. (2018): Erfolgreich in die Selbstständigkeit: Von der Geschäftsidee über den Businessplan zur nachhaltigen Unternehmensgründung. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p>	



	<p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Kollmann, T. (2019): E-Entrepreneurship. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Nagl, A. (2018): Der Businessplan. 9. Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse von Unternehmenskonzepten im Digital Business</li> <li>- Gespräche mit Existenzgründern</li> <li>- Testen von Geschäftsideen in der Realität</li> <li>- Start up gründen und führen</li> </ul>
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Prof. Dr. Thomas Salmen
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-01: Textilwissenschaften

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60	45	15							
ECTS	5	3	2							
Selbststudium	65									
Student-Workload	125	75	50							

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60	30	30										
ECTS	5	3	2										
Selbststudium	65												
Student-Workload	125	75	50										

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5	3	2										
Student-Workload	125	75	50										
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5	3	2										
Student Workload	125	75	50										

Inhalte		
1	Textile Faserstoffe	
1.1	Naturfaserstoffe	
1.2	Chemiefaserstoffe	
2	Webwarentechnologie	
2.1	Bindungslehre	
2.2	Smart Textiles	
3	Oberstoffe	
3.1	Sport- und Berufsbekleidungsgewebe/Corporate Fashion	
3.2	Spezielle Bekleidungsstoffe/Handelsnamen	



	<p>4 Maschenwarentechnologie</p> <p>4.1 Strickware</p> <p>4.2 Kulierwirkware</p> <p>4.3 Kettenwirkware</p> <p>5 Vlieswarentechnologie</p> <p>6 Bekleidungsleder</p> <p>7 Textilkennzeichnungsverordnung, Textilpflege</p> <p>8 Textile Ausrüstungs- und Veredlungstechnologie</p> <p>9 Textil- und Bekleidungsökologie</p> <p>10 Innovative textile Materialien/ High-Tech Bekleidung</p>										
<b>Qualifikationsziele</b>											
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben die Studierenden das textilwissenschaftliche Grundlagenwissen der Textiltechnologie und können dieses reflektieren und anwenden,</li> <li>- kennen die Studierenden die Bezugfelder der textilen Produktentwicklung, der Kollektionsentwicklung und des Retail, der</li> <li>- können die Studierenden die Methoden der Textilphysik, Textilchemie, Textilökologie und Textilwirtschaft verstehen und anwenden,</li> <li>- verfügen die Studierenden über Fachkompetenzen bei Fragestellungen von Textilien, Bekleidung und Design einen interdisziplinären Zusammenhang herzustellen,</li> <li>- sind die Studierenden in der Lage, Problemfelder der textilen Verarbeitung und des Qualitätsmanagements anwendungsorientiert zu analysieren und Lösungen zu erarbeiten.</li> </ul>										
<b>Lehrformen</b>											
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</p> <p><input type="checkbox"/> Übung</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> Praktikum</p> <p><input type="checkbox"/> Projektarbeit</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>										
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien</td> <td>93</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload										
<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93										
<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8										
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar											
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1										



	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>- zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>- Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Schnitt, Fertigungstechnik &amp; CAD“ (BA-FM-PS-03), „Kollektionsentwicklung“ (BA-FM-PS-05), „Sustainability in Fashion“ (BA-FM-PS-07), „Produktmanagement für Modedesign“ (BA-FM-PS-09), „Internationale Fashion &amp; Lifestyle Trends“ (BA-FM-PS-12) und „Studium in der Praxis (SiP)“ (BA-FM-SM-03).</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p>Kernliteratur:</p> <p>Berger, W. (2013): Textile Faserstoffe: Beschaffenheit und Eigenschaften. Heidelberg: Springer Verlag.</p> <p>Derham, C. (2016): Stoff und Faden: Materiallexikon. Leipzig: Texte und Textilien.</p> <p>Gullingsrud, A. (2017): Fashion Fibers - Designing for Sustainability. London: Fairchild Books.</p> <p>Hofer, A. (2004): Stoffe 1 und Stoffe 2. Frankfurt: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Kupke und Mertes. (2022): Fachwissen Textileinzelhandel. Haan-Gruiten: Europa-Lehrmittel Verlag. 8.Auflage.</p> <p>Muthu, S.; et al (2020): Sustainability in the Textile and Apparel Industry. Sustainable Textiles, Clothing Design and Repurposing. Berlin: Springer International Publishing.</p> <p>Muthu, S. (2020): Sustainable Innovations in Textile Fibers.</p> <p>Rebmann, Hertel (2000): Bekleidungswörterbuch. Berlin: Schiele und Schön.</p> <p>Schubert, J. (2017). Fachwörterbuch Textil.</p>	



	<p>Veit, D. (2022): Fasern. Geschichte. Erzeugung. Eigenschaften. Markt. Berlin: Springer</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Adak, B., Mukhopadhyay, S. (2023): Smart und Functional Textiles. England: de Gruyter</p> <p>Allianz Faserbasierte Werkstoffe Baden Württemberg (AFBW). (2020): Making Smart Textiles. Stuttgart: Südwesttextil e.V., self published.</p> <p>Peter, M., Rouette, H.-K. (2009): Grundlagen der Textilveredlung, Handbuch, Frankfurt: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Thomas, D. (2020): Unfair Fashion. Der hohe Preis der billigen Mode. München. Verlag Riva.</p> <p>Textilpedia (2020): The complete fabric guide. Hong Kong: Fashionary International LTD.</p> <p>Weber, K. P., Weber, M. (2014): Wirkerei und Strickerei: Ein Leitfaden für Industrie und Handel. Frankfurt: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Weltzien, F., Scholz, M., u.a. (2016): Die Sprachen des Materials: Narrative – Theorien – Strategie. Berlin: Dietrich Reimer Verlag.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	<p>Fallbeispiele aus der Praxis, Anwendung der Studieninhalte in den Praxisphasen, Gastvorträge, Besuche von Messen</p>
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Dipl.-Ing. Beate Welp-Gerdes</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-02: Modewirtschaft und Modemanagement

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60	45	15							
ECTS	5	3	2							
Selbststudium	65									
Student-Workload	125	75	50							

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60	30	30										
ECTS	5	3	2										
Selbststudium	65												
Student-Workload	125	75	50										

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5	3	2										
Student-Workload	125	75	50										
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5	3	2										
Student Workload	125	75	50										

Inhalte		
1	Ökonomische Grundlagen der Modebranche	
1.1	Ziele, Visionen, Mission	
1.2	Strategisches Management	
1.3	Operatives Management	
1.4	Produktmarketing und -management	
1.5	Steuerung und Controlling	
1.6	Warenmanagement/ Warenwirtschaftssysteme	
1.7	Wertschöpfungsprozesse (Geschäftsmodelle, Core Assets)	
1.8	Kennzahlen der Modebranche	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 Fachspezifisches Management</li> <li>2.1 Klassifizierung von Modeunternehmen</li> <li>2.2 Strukturen in Modeunternehmen</li> <li>2.3 Management von Modeunternehmen</li> <li>2.4 Management-Spezifika in Modeunternehmen</li> <li>2.5 Beschaffung, Produktion, Absatz von Modeprodukten</li> <li>2.6 Portfolio, SWOT-Analyse</li> <li>2.7 Wettbewerb und Unternehmensstrategien in der Modebranche</li> <li>2.8 Darstellung von Produktions-, Fertigungs- und sonstigen Abläufen in Modeunternehmen</li> <li>2.9 Brand Management</li> <li>3 Digitalisierungsstrategien der Modebranche</li> <li>4 Entwicklungen in der Modewirtschaft</li> <li>4.1 Mode und CSR</li> <li>4.2 Mode und Technologie</li> <li>4.3 Mode und weitere Entwicklungen</li> </ul>
<b>Qualifikationsziele</b>	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– verstehen die Studierenden die wirtschaftlichen Zusammenhänge in einem Bekleidungsunternehmen,</li> <li>– können die Studierenden Modelle strategischer Ausrichtung (Planung/ Steuerung/ Kontrolle) in der Praxis beurteilen und umsetzen,</li> <li>– können die Studierenden die Beschaffenheit und den Wettbewerb auf Modemärkten verstehen,</li> <li>– kennen die Studierenden die Struktur- und Organisationsmodelle der Modewirtschaft,</li> <li>– verfügen die Studierenden über vertieftes Know-how im strategischen und operativen Management von Modeunternehmen,</li> <li>– kennen die Studierenden die Bedeutung von Modeunternehmen im Kontext ihres Markt- und globalen Umfelds,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, die modespezifischen Managementkenntnisse im unternehmerischen Alltag anzuwenden,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung der Digitalisierung in der Modebranche einzuschätzen und zu beurteilen.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p>



	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93
	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Retail Management“ (BA-FM-MS-04), „Kollektionsentwicklung“ (BA-FM-PS-05), „Marken- und Produktrecht“ (BA-FM-PS-06), „Sustainability in Fashion“ (BA-FM-PS-07), „Fashion Marketing &amp; Communication“ (BA-FM-PS-08), „Produktmanagement für Modedesign“ (BA-FM-PS-09) und „Studium in der Praxis (SiP)“ (BA-FM-SM-04)</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	



<b>Literatur</b>	
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Ahlert, D. (et al.). (2009): Handelsmanagement in der Textilwirtschaft: Einzelhandel und Wertschöpfungspartnerschaften. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Dillon, S. (2011): The Fundamentals of Fashion Management. London: Fairchild Books.</p> <p>Davis Burns, L. (2021): Fashion Business Cases. London. Bloomsbury.</p> <p>David Burns, L. (2020): The Business of Fashion. London. Bloomsbury.</p> <p>Evans, N. (et al.). Costing in the Fashion Industry. London. Bloomsbury.</p> <p>Ha-Brookshite, J. (2017): Global Sourcing in tzhе Textil and Apparal Industry (2nd edition). London: Bloomsbury.</p> <p>Grose, V. (2021): A Practical Guide to the Fashion Industry. London: Bloomsbury.</p> <p>Paul, D. (2008): Die Textil- und Bekleidungsindustrie der EU: Strukturen, Strategien, Perspektiven, Hamburg: Igel-Verlag.</p> <p>Rietdorf, S. (2011): Der deutsche Textileinzelhandel. Die wichtigsten Händler und ihre Strategien, Hamburg: Diplomica-Verlag.</p> <p>Schneider, A. (2004): Internationalisierungsstrategien – Eine empirische Untersuchung anhand der deutschen Textil- und Bekleidungsindustrie, München: Martin Meidenhauer Verlagsbuchhandlung.</p> <p>TextilWirtschaft, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag. Gesamtverband</p> <p>Textil &amp; Mode: aktuelle Meldungen</p> <p>Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie: aktuelle Meldungen</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Eberle, H. (2007): Fachwissen Bekleidung, Haan: Europa-Lehrmittel-Verlag.</p> <p>Granger, M., Sterling, T. (2015): Fashion Entrepreneurship. London: Fairchild Books.</p> <p>Hurcks, K. (1994): Internationale Beschaffungsstrategien in der Textil- und Bekleidungsindustrie, Bergisch Gladbach: Eul-Verlag.</p> <p>Krohn, J. (2009): Wir verkaufen Mode. Subjektivierung von Arbeit im Filialverkauf eines Textilkonzerns. Mering: Rainer Hampp-Verlag.</p> <p>Loock, H. (2009): Controlling in marktorientierten Unternehmen der deutschen Bekleidungsindustrie. Mering: Rainer Hampp-Verlag.</p> <p>Posner, H. (2011): Marketing fashion. London. King-Verlag.</p> <p>Regni, R. J., Anderson, J. G. (2015): Entrepreneurship in Action. London: Fairchild Books.</p> <p>Rohlfing, M. (2010): Ökologische Bekleidung. Eine Multiagentensimulation der zukünftigen Marktentwicklung, Wiesbaden: Gabler-Verlag.</p> <p>VDI-Gesellschaft für Textil und Bekleidung (1990): Planung und Controlling in der Bekleidungsindustrie. Düsseldorf: VDI-Verlag.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Fallbeispiele aus der Praxis, Anwendung der Studieninhalte in den Praxisphasen, Gastvorträge
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Prof. Dr. Kirsten Diekamp



Raum für Anmerkungen	



BA-FM-PS-03: Schnitt, Fertigungstechnik & CAD

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60		15	45						
ECTS	5		1	4						
Selbststudium	65									
Student-Workload	125		25	100						

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60		15	45									
ECTS	5		1	4									
Selbststudium	65												
Student-Workload	125		25	100									

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5		1	4									
Student-Workload	125		25	100									
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5		1	4									
Student Workload	125		25	100									

Inhalte	
1	Grundlagen der Schnitttechnik
1.1	Konstruktionssystem
1.2	Maßarten und Messvorschriften, z.B. DOB, HAKA
2	Grundlagen der Bekleidungskonstruktion
2.1	Messmittel und deren Anwendung zur Bestimmung von Körpermaßen
2.2	Aufbau von Körpermaßtabellen und Größensystemen
2.3	Berechnung von Konstruktionsmaßen
2.4	Grundschnitterstellung und Modeschnitterstellung
3	Messmittel und deren Anwendung zur Bestimmung von Körpermaßen



	<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Körpermaßtabellen der Fachverbände (DOB/ HAKA)</li> <li>3.2 Erstellung von und Umgang mit Grundkonstruktionen</li> <li>3.3 Konstruktion von Modellschnitten</li> <li>4 Grundlagen der Verarbeitungstechnik</li> <li>4.1 Maschinen zur Bekleidungsfertigung und deren Handhabung</li> <li>4.2 Fertigungsverfahren</li> <li>4.3 Rationelle Verarbeitungstechniken</li> <li>4.4 Anfertigung eines Kleidungsstückes</li> <li>4.5 Passformkontrolle und schnitttechnische Veränderungen</li> <li>5 CAD Fashion Hard und Software</li> <li>6 Schnittkonstruktion mittels CAD</li> <li>6.1 Qualitätskontrolle</li> </ul>								
<b>Qualifikationsziele</b>									
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– erstellen die Studierenden experimentelle Schnitte zur Ideenfindung im Gestaltungsprozess,</li> <li>– kennen die Studierenden die verschiedenen Maßsysteme und messen eine Figur aus,</li> <li>– erwerben die Studierenden die Kenntnisse über grundlegende Schnittentwicklungsprinzipien der Erstellung von Modellschnitten aus entsprechenden Basisschnitten,</li> <li>– kennen die Studierenden die Grundschnittkonstruktion und wenden diese exemplarisch an,</li> <li>– wandeln die Studierenden Schnitte ab,</li> <li>– kennen die Studierenden die Grundlagen professioneller Layout Software und wenden diese zielgerichtet für ihr ausgewähltes Thema an.</li> </ul>								
<b>Lehrformen</b>									
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Übung</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>								
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>									
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th style="width: 40%;">Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien</td> <td>93</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload								
<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93								
<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8								
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar									



	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01) auf,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Kollektionsentwicklung“ (BA-FM-PS-05) und „Studium in der Praxis (SiP)“ (BA-FM-SM-04).</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Clayton, M. (2011): Handbuch Nähen: Das große Nachschlagewerk zu allen Techniken. Rheinfelden: OZ Verlags GmbH.</p> <p>Fischer, A. (2009): Konstruktion - Mode Design Basics. Grünwald: Stiebner Verlag.</p> <p>Joseph-Armstrong, H. (2009): Patternmaking for fashion design. Upper Saddle River: Prentice Hall Publishing.</p> <p>Müller, M. (2012): Passformfehler DOB und HAKA. München: Rundschau-Verlag Otto G. Königer.</p> <p>Smith, A. (2011): Die große Nähschule. Alle Techniken für Anfänger und Profis. München: Dorling Kindersley Verlag</p>	



	<p>Tengler-Stadelmaier, H., Raimann, R., Treier-Schäfer, E. (2006): Nähen leicht gemacht: Alles rund ums Nähen. Offenburg: Burda Verlag</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Albrecht, W., Fuchs, H., Kittelmann, W. (2012): Vliesstoffe: Rohstoffe, Herstellung, Anwendung, Eigenschaften, Prüfung; Weinheim: Wiley VCH Verlag</p> <p>Feyerabend, F. V. (2011): Modezeichnen mit Adobe Illustrator: Einführung und fortgeschrittene Techniken. Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Feyerabend, F. V. (2012): Modezeichnen 2 mit Adobe Illustrator und Photoshop: Muster, Materialien und Oberfläche. Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Fischer, A., Gobin, Ki. (2017): Construction for Fashion Design-2. Edition.London: Bloomsbury Visual Arts.</p> <p>Gilewska, T. (2020): Schnittkonstruktion in der Mode-Maßschnitte. Stiebner Verlag.</p> <p>Jelezky, D. (2015): Modedesign - Digital Zeichnen mit Adobe Illustrator: Techniken &amp; Tipps, Hamburg: Jelezky Verlag</p> <p>Smith, S. (2015): CAD for Fashion Design and Merchandising. London: Fairchild Books</p>
<b>Besonderheiten</b>	
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Dipl.-Ing. Brigitte Mertens
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-04: Fashion-, Ästhetik- & Designtheorie

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60					30	30			
ECTS	7					3	4			
Selbststudium	115									
Student-Workload	175					75	100			

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60							30	30				
ECTS	7							3	4				
Selbststudium	115												
Student-Workload	175							75	100				

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	7						3	4					
Student-Workload	175						75	100					
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	7							3	4				
Student Workload	175							75	100				

Inhalte		
1		Genese der Modetheorie in Abgrenzung zur Kostümkunde und Bekleidungsforschung
2		Einführung in die Modetheorie
3		Mode als interdisziplinäres Wissenschaftsfeld: ökonomische, soziokulturelle, soziologische, psychologische/sozialpsychologische, Gender- Perspektiven
4		Einführung in die Designtheorie und Ästhetik
5		Interdependenzen von Mode und Design/ Kunst /Avantgarde
6		Gestalterisch-ästhetische Komponenten der Kleidung/ Mode
7		Verhältnis von Mode/ Kleidung und Körper: Formgestaltung und -analyse



	8	Mode als kulturelle Alltagspraxis (individuelle Umgangs- und Verhaltensweisen mit Kleidung/ Mode)
<b>Qualifikationsziele</b>		
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– verfügen die Studierenden über bekleidungswissenschaftliches Grundlagenwissen für die Bereiche Bekleidung, Mode, Design und Ästhetik,</li> <li>– können die Studierenden die Grundlagen der Farb- und Formgestaltung sowie Materialauswahl interdisziplinär anwenden und auf eine Gesamtgestaltung hin differenzieren,</li> <li>– können die Studierenden zu Fragestellungen von Mode, Bekleidung und Design in den Bezugfeldern textile Produktentwicklung, Modell- und Kollektionsentwicklung und Retail/ Marketing interdisziplinär forschen,</li> <li>– lernen die Studierenden das Phänomen Mode in seinen interdisziplinären Kontexten zu analysieren und Handlungsstrategien für eine Praxis orientierte Ebene zu entwickeln.</li> </ul>	
<b>Lehrformen</b>		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Praktikum <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium  Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	133
	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	33
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	175
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.	



<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für das Modul „Visualisieren der Kreationen“ (BA-FM-PS-11).</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>	
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
<b>Literatur</b>	
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Black, A. (2021): Mode. Die visuelle Geschichte. 3000 Jahre Trends, Stile, Designer. München: Dorling Kindersley Verlag.</p> <p>Bluhm, R. (2017): Kunst und Kunstbegriff: Der Streit um die Grundlagen der Ästhetik. Münster: mentis Verlag</p> <p>König, G. M. (2015): Die Wissenschaften der Mode. Bielefeld: Transcript Verlag</p> <p>Lehnert, G. (2013): Mode, Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis. Bielefeld: Transcript Verlag</p> <p>Schmelzer-Zinnger, B. (2015): Mode Design Theorie. Stuttgart: UTB Verlag.</p> <p>Schweppenhäuser, G. (2016): Designtheorie (essentials). Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Schwer, T. (2014): Produktsprachen: Design zwischen Unikat und Industrieprodukt (Kunst- und Designwissenschaft). Bielefeld: Transcript Verlag.</p> <p>Smith, M.O. (2013): Mode ist Kunst. Eine kreative Liaison. München: Prestel Verlag.</p> <p>Vercelloni, L. (2017): The Invention of Taste: A Cultural Account of Desire, Delight and Disgust in Fashion, Food and Art. London: Bloomsbury Academic.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Barnard, M. (2007): Fashion Theory. A Reader. New York: Routledge.</p> <p>Hartmann, W.D., Steilmann, K., Ullsperger, A. (2000): High-tech-fashion, Rheine: Heimdall Verlag.</p> <p>Hofer, A. (2000): Textil- und Mode-Lexikon, Frankfurt: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Luckmann, U. (2001): „Touchbuch“, Funktionelle Materialien für Sport- und Freizeit, Wiesbaden: o.V.</p> <p>Schierbaum, W. (2007): Bekleidungslexikon, Berlin: Fachverlag Schiele &amp; Schön.</p>



Besonderheiten	
	Praxisbeispiele aus der Modebranche
Dozenten/ innen	
	Prof. Dr. Kirsten Diekamp
Raum für Anmerkungen	



BA-FM-PS-05: Kollektionsentwicklung

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	75					30	45			
ECTS	7					2	5			
Selbststudium	100									
Student-Workload	175					50	125			

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	75							30	45				
ECTS	7							2	5				
Selbststudium	100												
Student-Workload	175							50	125				

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	7					2	5						
Student-Workload	175					50	125						
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	7							2	5				
Student Workload	175							50	125				

Inhalte		
1		Grundlagen Kollektionsentwicklung
1.1		Thematisierung des Begriffes Kollektion
1.2		Kollektionsmerkmale: Styling- und Designelemente (z.B. Silhouette, Gestaltung, Textur)
1.3		Spezialmärkte, Spezialkollektionen
1.4		Bekleidungsformen und Proportionen
1.5		Kollektionsaufbau und Aufbau einer Kombi-Kollektion
1.6		Funktionale und ästhetische Aspekte des Bekleidungsentwurfes
1.7		Genre, Designermode, internationale Luxusmarken, Zweitlinien



	<p>2 Trendbezogene Kollektionsentwicklung</p> <p>2.1 Ermittlung und Auswertung von Trendfaktoren, Checklisten und Trendcollagen</p> <p>2.2 Möglichkeiten der internationalen Information und Recherche von Modetrends</p> <p>2.3 Trendprognose (Sichtung der unterschiedlichen Stilrichtungen, Silhouetten, Key-Outfits, Farben, Waren)</p> <p>2.4 Lifestyle, Zielgruppen- und Stilgruppenanalysen und -typologien in der Bekleidungsbranche</p> <p>3 Visualisierung/ Gestaltung</p> <p>3.1 Praktische Ausarbeitung und Visualisierung einer Zielgruppendefinition</p> <p>3.2 Visualisierung von Ideen z.B. mittels Moodboard und Sketchbook</p> <p>3.3 Präsentationszeichnungen</p> <p>3.4 Fachzeichnungen</p> <p>3.5 Farbsysteme in der Textil- und Bekleidungsindustrie</p> <p>4 Kollektionsplanung</p> <p>4.1 Modellentwicklung über Baukastensysteme</p> <p>4.2 Produktionsvorbereitende Modellbeschreibung</p> <p>4.3 Konzept (Entwurf und Sortimentsplanung)</p> <p>4.4 Kreativitäts- und Entwurfstechniken</p> <p>4.5 Saisonablaufplan</p> <p>4.6 Kollektionsablaufplan</p> <p>4.7 Kollektionsrahmenplan: Kollektionsaufbau, Farbkonzept, Stoffkonzept, Anforderungsprofil für unterschiedliche Produktbereiche</p> <p>4.8 Projektarbeit Entwurfskollektion</p>
<b>Qualifikationsziele</b>	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– besitzen die Studierenden die Fähigkeit, die in anderen Lehrgebieten erarbeiteten Kenntnisse und Fertigkeiten in das Entwickeln von Kleidung zu integrieren,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, ihre Ideenfindung, Entwurfserarbeitung, bis hin zum endgültigen Kollektionskonzept umzusetzen,</li> <li>– kennen die Studierenden die Besonderheiten bei der Kollektionsentwicklung für unterschiedliche Trageanlässe und Einsatzgebiete,</li> <li>– verfügen die Studierenden über grundlegende Kenntnisse der stilistischen und technischen Produktentwicklung und Kollektionsgestaltung,</li> <li>– sind die Studierenden zur methodischen Entwicklung und Gestaltung einer trendbezogenen, zielgruppenorientierten und thematisch aktuellen Entwurfskollektion für Bekleidungsprodukte befähigt und können dabei produktspezifische Besonderheiten berücksichtigen.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Übung</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> Praktikum</p> <p><input type="checkbox"/> Projektarbeit</p>



<input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium  Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein																	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien</td> <td>133</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Projektarbeit</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>175</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	133	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	33	<input type="checkbox"/> Projektarbeit		Summe	175
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload																
<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	133																
<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8																
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar																	
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1																
<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	33																
<input type="checkbox"/> Projektarbeit																	
Summe	175																
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>																	
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls die Module „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01), „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02), „Visualisieren der Kreationen“ (BA-FM-PS-11) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>																
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>																	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf die Module „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01), „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02), „Visualisieren der Kreationen“ (BA-FM-PS-11) auf.</li> </ul>																
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>																	
<b>Präsenzstudium</b> <input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<b>Fernstudium</b> <input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung																



<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>	
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
<b>Literatur</b>	
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Feyerabend, G. (2008): Fashion – Formen und Stile der Mode, Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Fischer, A. (2018): Basics Fashion Design 03: Construction. London: Bloombury Visual Arts</p> <p>Jenkyn Jones, S. (2011): Fashion Design, London: Laurence King-Verlag</p> <p>Jenkyn Jones, S. (2002): Modedesign, Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Loschek, I., Loschek, W. (2011): Reclams Mode- und Kostümllexikon, Stuttgart: Reclam Verlag</p> <p>Renfrew, E., Renfrew, C. (2009): Kollektionen entwickeln, Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Seivewright, S. (2008): Recherche und Design, Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p><b>Fachzeitschriften:</b></p> <p>TextilWirtschaft, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag</p> <p>View Textile, Overath: mode...information GmbH</p> <p>Next Look Fashion Trends, Overath: mode...information GmbH</p> <p>MOLECULE – THE ELEMENT OF FASHION, Düsseldorf: B+B Media Company</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Buxbaum, G. (1999): Mode! Das 20. Jahrhundert, München: Prestel Verlag</p> <p>Eberle, H. (2007): Fachwissen Bekleidung, Haan: Europa-Lehrmittel-Verlag</p> <p>Fukai, A., Suoh, T., Iwagami, M., Koga, R., Nii, R. (2017): Fashion. Eine Modegeschichte vom 18. bis 20. Jahrhundert. Köln: Taschen Verlag</p> <p>Hofer, A. (1997): Textil- und Modelexikon, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag</p> <p>Magnenat-Thalmann, V. (2000): Virtual Clothing, Theory and Practice, Berlin: Springer-Verlag</p> <p>Maria, C. (2023): Der kreative Prozess für die Entwicklung von Modekollektionen: Entwicklungsprozess der Modekollektion für das Kinderunternehmen "Savanna Kids". München. Verlag Unser Wissen.</p> <p>Murray, J. (2010): Wörterbuch der Mode, Stuttgart: Reclam-Verlag</p> <p>Schmelzer-Ziringer, B. (2015): Mode Design Theorie. Wien: Böhlau Verlag</p> <p>Sorger, R., Udale, J. (2017): The Fundamentals of Fashion Design. London: Bloombury Visual Arts</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Praxisbezogene Projektarbeit, Fallbeispiele, Messebesuche, Firmenbesuche
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Dipl.-Des. Olivia ten Hoevel
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-06: Marken- und Produktrecht

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45								45	
ECTS	5								5	
Selbststudium	80									
Student-Workload	125								125	

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45									45			
ECTS	5									5			
Selbststudium	80												
Student-Workload	125									125			

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5									5			
Student-Workload	125									125			
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5									5			
Student Workload	125									125			

Inhalte		
1		Grundlagen des bürgerlichen Rechts
1.1		Grundbegriffe: Grundsatz Vertragsfreiheit/ Rechtsfähigkeit/ Handlungsfähigkeit/
1.2		Deliktsfähigkeit/ Abstraktionsprinzip
1.3		Lehre vom Rechtsgeschäft: Begriff der Rechtsgeschäfte/ Willenserklärung/ Verträge/ Vertretung/ Bedingte und befristete Rechtsgeschäfte/ Fristen, Termine und Verjährung/ Allgemeine Geschäftsbedingungen
2		Vertragliche Schuldverhältnisse
2.1		Kaufvertrag
2.2		Werk- und Werklieferungsvertrag



	<ul style="list-style-type: none"> <li>2.3 Dienstvertrag</li> <li>2.4 Lizenzvertrag</li> <li>3 Grundzüge des Handelsrechts</li> <li>3.1 Kaufmann, Vertretung des Kaufmanns, Hilfspersonen des Kaufmanns, Firma</li> <li>3.2 Allgemeine Regeln für Handelsgeschäfte und Handelskauf</li> <li>4 Grundzüge des Vertriebsrechts</li> <li>4.1 Direktvertrieb</li> <li>4.2 Handelsvertreter</li> <li>4.3 Franchising</li> <li>4.4 Branchenspezifische Verträge:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>4.4.1 Promotion- und Werbeverträge</li> <li>4.4.2 Merchandisingverträge</li> <li>4.4.3 Modelagenturverträge</li> <li>4.4.4 Modeexklusivverträge</li> <li>4.4.5 Modenschau- und Eventverträge</li> <li>4.4.6 Optionsverträge</li> </ul> </li> <li>5 Grundzüge des Wettbewerbsrechts und des Werberechts</li> <li>5.1 Unlauterer Wettbewerb</li> <li>5.2 Werberecht</li> <li>5.3 Rechtliche Grundlagen des Online-Marketings</li> <li>6 Grundzüge des gewerblichen Rechtsschutzes</li> <li>6.1 Markenrecht</li> <li>6.2 Gewerbliche Schutzrechte</li> <li>6.3 Urheberrecht</li> <li>6.4 Marken- und Produktpiraterie</li> </ul>
<b>Qualifikationsziele</b>	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– beherrschen die Studierenden Grundkenntnisse der wirtschaftlich relevanten Teile des bürgerlichen Rechts, des Marken-, Produkt- und Wettbewerbsrechts,</li> <li>– können die Studierenden diese Kenntnisse im allgemeinen Wirtschaftsleben anwenden,</li> <li>– erwerben die Studierenden Kenntnisse der Grundstrukturen des Vertrags- und Vertriebsrechts sowie des Marken-, Lizenz- und Wettbewerbsrechts,</li> <li>– werden die Studierenden in die Lage versetzt, diese Kenntnisse im Selbststudium für die Praxis zu vertiefen.</li> </ul>
<b>Lehrformen</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul>



	Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93
	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02) besucht haben. Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>- zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>- das Modul baut auf das Modul „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	



Literatur	
	<p>Kernliteratur:</p> <p>Aktuelle Gesetzestexte, Gesetzessammlungen bei dtv Beck, jeweils aktuellste Auflage</p> <p>Ahnefeld, J. (2007): Rechtsprobleme der Mode- und Technikbranche, Stuttgart</p> <p>Birk, A., Löffler J. (2012): Marketing- und Vertriebsrecht, Lehr- und Praxishandbuch, München</p> <p>Kirchner, A., Kirchner-Freis, I. (2011), Handbuch Moderecht, Berlin</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Eisenmann, H., Jantz, U. (2015): Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 10. A., Heidelberg</p> <p>Götting, H.P. (2014) Gewerblicher Rechtsschutz, 10. Auflage, München</p> <p>Schnauder, F. (2017): Grundzüge des Privatrechts für den Bachelor, 4. A., Heidelberg</p>
Besonderheiten	
Dozenten/ innen	
	Prof. Dr. Meike Probst-Klosterkamp
Raum für Anmerkungen	



BA-FM-PS-07: Sustainability in Fashion

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60						30	30		
ECTS	6						1	5		
Selbststudium	90									
Student-Workload	150						25	125		

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60			30	30								
ECTS	6			2	4								
Selbststudium	90												
Student-Workload	150			50	100								

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	6						1	5					
Student-Workload	150						25	125					
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	6			2	4								
Student Workload	150			50	100								

Inhalte		
1	Sustainability und Umweltmanagement	
1.1	Definition und Einführung	
1.2	Entwicklung und Implementierung nachhaltiger Strategien	
1.3	Bedeutung für die Mode- und Bekleidungsindustrie	
1.4	Gesellschaftliche Perspektive der Nachhaltigkeit	
1.5	Gesetzliche Rahmenbedingungen und freiwillige Selbstverpflichtung	
1.6	Slow und Fast Fashion	
2	(Globale) Beschaffungsmärkte	
2.1	Aufgaben und Phasen der Beschaffung	



	<p>2.2 Beschaffung von Einzelteilen und Komponenten</p> <p>2.3 Transnationale oder beziehungsorientierte Beschaffung</p> <p>2.4 Wertschöpfungsprozesse und -ketten</p> <p>3 Nachhaltige Produktion entlang der textilen Kette</p> <p>3.1 Innovationen in der Produktion (z.B. cradle to cradle)</p> <p>3.2 Innovationen im Faserbereich</p> <p>3.3 Innovationen im Designbereich (z.B. zero waste, redesign, refashion, reuse, recycling)</p> <p>3.4 Implementierung von Sozialstandards in der Wertschöpfungskette</p> <p>3.5 Textil- und Bekleidungsökologie</p>												
<b>Qualifikationsziele</b>													
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– können die Studierenden die Bedeutung der Nachhaltigkeit für die Mode- und Bekleidungsbranche einordnen,</li> <li>– kennen die Studierenden die Grundlagen und die Hintergründe sowie wichtige Werkzeuge eines nachhaltigen Beschaffungs- und Umweltmanagements der Modeindustrie,</li> <li>– können die Studierenden die nachhaltige Produktion entlang der textilen Kette einordnen,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, Nachhaltigkeitsstrategien für die spezifischen Bedarfe eines Modeunternehmens im Hinblick auf die jeweiligen Zielgruppen zu entwickeln.</li> </ul>												
<b>Lehrformen</b>													
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</p> <p><input type="checkbox"/> Übung</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> Praktikum</p> <p><input type="checkbox"/> Projektarbeit</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>												
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien</td> <td>118</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)</td> <td>28</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	118	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	28
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload												
<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	118												
<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8												
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar													
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1												
<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	28												



	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	150
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls die Module „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02) und „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf den Modulen „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02) und „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Black, S. (2008): Eco-Chic. The Fashion Paradox. London: Black Dog Publishing.</p> <p>Buxbaum, M.-S. (2014): Mode und Ethik. Eine Studie zu den Verbindungen zeitgenössischer Mode, Ethik und Nachhaltigkeit. Diplomica Verlag.</p> <p>Doppler, K., Lauterburg, C. (2005): Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt: Campus Verlag.</p> <p>Davis Burns, L. (2019): Sustainability and Social Change in Fashion. London: Bloomsbury.</p> <p>Dickson, M. (et al.). (2009): Social Responsibility in the Global Apparel Industry. London. Bloomsbury.</p> <p>Diekamp, K. und Koch, W. (2010): Eco Fashion. München: Stiebner Verlag GmbH.</p> <p>Köhler, E., Schaffrin, M. (2016): Fashion Made Fair: Modern - innovativ – nachhaltig. München: Prestel Verlag.</p> <p>Krüger, W., Wittberg, V. (Hrsg.) (2008): Nachhaltiges Kostenmanagement. Kostentreibern auf der Spur. Stuttgart: Schäffer-Poeschel</p> <p>Paulins, V. (2020): Ethics in the Fashion Industry. London: Bloomsbury.</p> <p>Payne, A. (2021): Designing Fashion's Future. London: Bloomsbury.</p>	



	<p>Rissanen, T., McQuillan, H. (2015): Zero waste fashion design. London: Fairchild Books.</p> <p>Schmidt, M., Schwegler, R. (2003): Umweltschutz und strategisches Handeln: Ansätze zur Integration in das betriebliche Management, Wiesbaden: Gabler Verlag.</p> <p>Ulasewicz, C., Hethron, J. (2022): Sustainable Fashion. London: Bloomsbury. Wenzel, E. (u.a.). (2008): Greenomics. Wie der grüne Lifestyle Märkte und Konsumenten verändert. München: FinanzBuch Verlag.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Dinkelbach, W., Rosenberg, O. (2004): Erfolgs- und Umweltorientierte Produktionstheorie. Berlin/Heidelberg/New York: Springer</p> <p>Eicher, J.J. (2005): Old Clothes, New Looks. Second Hand Fashion Oxford: Berg</p> <p>Eichler, B. (2002): Beschaffungsmarketing und -logistik. Herne: Verlag Neue Wirtschaftsbriefe</p> <p>Fletcher, K., Grose, L., Hwken, P. (2012): Fashion and Sustainability: Design for Change. London: Laurence King Publishing</p> <p>Gwilt, A. (2014): A practical guide to sustainable fashion. London: Fairchild Books.</p> <p>Hethorn, J., Ulasewicz, C. (2015): Sustainable Fashion. London: Fairchild Books.</p> <p>Kirig, A., Wenzel, E. (2009): Lohas – bewusst grün- alles über die neuen Lebenswelten. München, Redline, FinanzBuch Verlag</p> <p>Koukal, C. E. (2001) Informationsdarstellung und Wissensverarbeitung in der Arbeitsorganisation prozessnaher Tätigkeiten in Webereien. Renningen: Expert-Verlag</p> <p>Schulze, S. (2015): Fast Fashion. Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg: Beisner Druck</p> <p>Weber, J., Schäffer, U. (2006): Einführung in das Controlling. Stuttgart: Schäffer-Poeschel</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Fallbeispiele aus der Praxis
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Prof. Dr. Kirsten Diekamp</p> <p>Dipl.-Ing. Beate Welp-Gerdes</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-08: Fashion Marketing & Communication

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60							60		
ECTS	5							5		
Selbststudium	65									
Student-Workload	125							125		

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60									60			
ECTS	5									5			
Selbststudium	65												
Student-Workload	125									125			

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5							5					
Student-Workload	125							125					
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5									5			
Student Workload	125									125			

Inhalte		
1		Definition und Einordnung von Fashion Marketing & Communication
2		Abgrenzung Marketing- und PR-Kommunikation
3		Besondere Bedeutung der Kommunikation für die Fashionbranche
3.1		Aktuelle Entwicklungen der digitalen Kommunikation
4		Zielgruppen und Instrumente für Fashion Marketing & Communication
5		Analyse der Zielgruppen und des Kaufverhaltens
6		Vorstellung von Instrumenten (z.B. Anzeige, Online-Werbung, Blogs, Fashion Shows etc.)
7		Mediale Strategien für Fashion Marketing & Communication



	<p>8 Strategische und taktische Aufgaben des Marketings und der Kommunikation</p> <p>9 Content- und Online-Marketing (Influencer/ Social Media Marketing, Suchmaschinenmarketing, Affiliate Marketing etc.)</p> <p>10 Crossmediale Strategien (z.B. click to collect)</p> <p>11 Visual Merchandising</p> <p>12 Instore Marketing/ Möglichkeiten der Inszenierung am PoS</p> <p>13 Aktuelle Trends der Warenpräsentation (z.B. Fashion Shows, ready-to-wear)</p> <p>14 Case Studies aus der Fashionbranche</p> <p>15 Ausgewählte Handlungsfelder der Fashion Communication (Fashion Blogger, Krisenkommunikation, CSR-Kommunikation etc.)</p> <p>16 Trends in Fashion Marketing &amp; Communication (z.B. VR- und AR-Anwendungen etc.)</p> <p>17 Ausgewählte Handlungsfelder der Fashion Communication (Fashion Blogger, Krisenkommunikation, CSR-Kommunikation etc.)</p> <p>18 Trends in Fashion Marketing &amp; Communication (z.B. VR- und AR-Anwendungen etc.)</p>
<p><b>Qualifikationsziele</b></p>	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– können die Studierenden Marketing und Kommunikation theoretisch definieren, abgrenzen und wissenschaftlich verorten,</li> <li>– kennen die Studierenden Strategien, um Zielgruppen zu definieren und eine kundenindividuelle Ansprache im on- und offline Handel zu finden,</li> <li>– wissen die Studierenden die Reichweite und Notwendigkeit einer individuellen Kundenansprache sowie Services einzuschätzen und der Bedarfssituation der Modeunternehmen anzupassen,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, verschiedene Strategien der Inszenierung im on- und offline Handel bis hin zur Warenpräsentation am point of sale zu differenzieren und entsprechend den Bedürfnissen des Modeunternehmens umzusetzen,</li> <li>– kennen die Studierenden die Bandbreite der Einsatzmöglichkeiten der unterschiedlichen Kommunikationskanäle und können diese dem Bedarf des Modeunternehmens in seiner Kundenansprache umsetzen.</li> </ul>
<p><b>Lehrformen</b></p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>



Lehrformen im Fernstudium		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93
	<input checked="" type="checkbox"/> Synchroner Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
Voraussetzungen für die Teilnahme		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Marketing &amp; Vertrieb“ (BA-FM-MS-03) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
Verwendbarkeit des Moduls		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Marketing &amp; Vertrieb“ (BA-FM-MS-03) auf.</li> </ul>	
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten		
Präsenzstudium	Fernstudium	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input checked="" type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
Literatur		
	<p>Kernliteratur:</p> <p>Ahrens, S., Dressler, M. (2012): Online-Meinungsführer im Modemarkt: Der Einfluss von Web 2.0 auf Kaufentscheidungen. Wiesbaden: Gabler.</p> <p>Behrens, A. (2010): Social-Media als Teil des online-Marketing-Mix: Eine Untersuchung am Beispiel zweier Monolabel-Online-Stores. München: AVM.- Akademische Verlagsgesellschaft.</p>	



<p>Fausser, P.S. (2016): Markenkommunikation 2.0: Die Vermittlung emotionaler Marken- Erlebnisse im Web 2.0. Verlag: ibidem.</p> <p>Grabs, A., Bannour, K.-P./Vogl, E. (2016): Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co. Bonn: Rheinwerk Verlag.</p> <p>Keller, B., Ott, C. S. (2017): Touchpoint Management : Entlang der Customer Journey erfolgreich agieren. Freiburg: Haufe-Lexware.</p> <p>Schart, D., Tschanz, N. (2017): Augmented und Mixed Reality für Marketing, Medien und Public Relations. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.</p> <p>Schnödt, D. (2017): Inszenieren – Verführen – Verkaufen: Die Dramaturgie in der Laden- und Sortimentsplanung. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Scorzin, P.C. (2016): Scenographic Fashion Design. Zur Inszenierung von Mode und Marken. Bielefeld: Transcript Verlag.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Everett, J. C. (2015): Guide to producing a fashion show. New York: Fairchild Books.</p> <p>Fuchslocher, H./Hochheimer H. (2012): Fashion Online: Käuferverhalten, Mode und Neue Medien. Wiesbaden: Gabler Verlag.</p> <p>Gabriel, R., Röhrs, H.-P. (2017): Social Media: Potenziale, Trends, Chancen und Risiken. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Graf, A., Schneider H. (2017): Das E-Commerce Buch: Marktanalysen – Geschäftsmodelle – Strategien. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Hanning, U. (2017): Marketing und Sales Automation: Grundlagen - Tools - Umsetzung. Alles, was Sie wissen müssen. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Heinemann, G., Schleusener, M., Zaharia, S. (2011): Modernes Multi-Channeling im Fashion-Handel: Konzepte Erfolgsfaktoren Praxisbeispiele. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Hensel, D. (2015): Understanding Branding: Strategi- und Designprozesse verstehen und anwenden. Grünwald: Stiebner Verlag.</p> <p>König, G. M. (u.a.) (2010): Medien der Mode. Berlin: edition ebersbach.</p> <p>König, V. (2013): Wie Werde Ich Eine Diva?: Marketing für Junge Modedesigner - Strategien zum Aufbau Einer Luxuriösen Modemarke. Wiesbaden: Gabler Verlag.</p> <p>Löffler, M. (2014): Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web (Galileo Computing). Bon: Rheinwerk Verlag.</p> <p>Mahrtdt, N., Krisch, M. (2010): Electronic Fashion: E-Shops für Luxusmode aufbauen und profitabel managen. Wiesbaden: Gabler Verlag.</p> <p>Mahrtdt, N. (2015): Digital Fashion Marketing: 20 Fashion Cases für 2020. Norderstedt: Books on demand.</p> <p>Moore, G. (2012): Basic Fashion Management 02: Fashion Promotion: Building a Brand through Marketing and Communication. Verlag: Fashion Management.</p> <p>Perlman, S., Sherman, G. J. (2010): Fashion Public Relations. New York: Fairchild Books.</p> <p>Rath, P. M., Bay, S./ Petrizzi, R. (2014): The Why of the Buy - Consumer Behavior and Fashion Marketing. New York: Fairchild Books.</p> <p>Rupp, M. (2016): Storytelling für Unternehmen: Mit Geschichten zum Erfolg in Content Marketing, PR, Social Media, Employer Branding und Leadership. Frechen: mitp Verlag.</p> <p>Tungate, M. (2012, 3. Auflage): Fashion Brands. Brandings Style from Armani to Zara. London: Kogan Page.</p> <p>Venohr, D. (2010): Medium macht Mode. Zur Interkontextualität der Modezeitschrift. Bielefeld: Transcript Verlag.</p>
--



	<p>Wahl, K. (2014): Gebrauchsanweisung Visual Merchandising Band 1 Schaufenster: Warenpräsentation im Modehandel. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Wahl, K. (2014): Gebrauchsanweisung Visual Merchandising Band 2 Verkaufsfläche: Warenpräsentation im Modehandel. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Prof. Dr. Astrid Kruse</p> <p>Prof. Dr. Christoph Hechelmann</p> <p>Dipl.-Kfm. Bernhard van Lengerich</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-09: Produktmanagement für Modedesign

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	75							30	45	
ECTS	8							2	6	
Selbststudium	125									
Student-Workload	200							50	150	

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	75									30	45		
ECTS	8									2	6		
Selbststudium	125												
Student-Workload	200									50	150		

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	8								2	6			
Student-Workload	200								50	150			
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	8									2	6		
Student Workload	200									50	150		

Inhalte		
1		Bedeutung und Aufgabengebiete des strategischen Produktmanagements
2		Position des PM im Unternehmensaufbau
3		Produktentwicklung: Von der Idee, über die Prototypen- und Musterteilentwicklung, bis hin zur Markteinführung
4		Unternehmensspezifische Kollektionsrhythmen
5		Die Bedeutung von Organisation, Planung und Terminierung bei Zeitabläufen und die Einhaltung eines exakten Timemanagements
6		Kollektionsrahmenplan (KRP), PDM, PLM
7		Aufbereitung kollektionsrelevanter Daten



	<p>8 Produktarten</p> <p>9 Produktinnovation, Produktportfolio, Sortimentstiefe, USP</p> <p>10 Produktlebenszyklen in direkter Anwendung auf die Modeindustrie</p> <p>11 Zielgruppenanalyse, Produktpositionierung und Wettbewerb</p> <p>12 Lizenzen</p> <p>13 Eigenfertigung, passive Lohnveredelung (PLV) und Vollkauf</p> <p>14 Internationalisierung der Produktentwicklung und Einschätzung der Kostenfaktoren</p> <p>15 Grundlagen der Kalkulation</p> <p>16 Preisfindung und Preissetzung</p> <p>17 Kundenbindungsevents, Fashionshows &amp; Shootings</p> <p>18 Vernetzung von Industrie und Handel, Shopkonzepte am POS</p> <p>19 Wirtschaftlichkeitsbetrachtung, Problemanalysen und Möglichkeiten</p>
<p><b>Qualifikationsziele</b></p>	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– haben die Studierenden Einblick in ihre spätere Funktion als Fashion Manager in der Mode- und Textilindustrie als Schnittstelle zwischen Design, Schnittentwicklung, Einkauf, Fertigung und Vertrieb erhalten,</li> <li>– kennen die Studierenden den gesamten Prozess der Produktentwicklung, von der Idee, über die Prototypen- und Musterteilentwicklung, bis hin zur Markteinführung,</li> <li>– verfügen die Studierenden über das Wissen, die technische und organisatorische Produktentwicklung in ihrer Komplexität zu verstehen, zu beurteilen und zu planen,</li> <li>– kennen die Studierenden die Bedeutung von Produktlebenszyklen in der Textilindustrie,</li> <li>– kennen die Studierenden die Bedeutung von Zielgruppen, können diese einschätzen und geeignete Marktpositionierungen empfehlen,</li> <li>– kennen die Studierenden Produktarten und wissen um die Bedeutung von Alleinstellungsmerkmalen,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage Kosteneinschätzungen und Vorabkalkulationen durchzuführen,</li> <li>– verfügen die Studierenden über das Wissen wirtschaftliche Vorgaben in den Entstehungsprozess eines Produktes mit einfließen zu lassen,</li> <li>– kennen die Studierenden einen konzeptionellen Preisaufbau.</li> </ul>
<p><b>Lehrformen</b></p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> </ul>



<input type="checkbox"/> Nein		
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
<input checked="" type="checkbox"/>	Digitale Studienmaterialien	153
<input checked="" type="checkbox"/>	Synchrone Online-Veranstaltung	8
<input type="checkbox"/>	Präsenzveranstaltung/ Seminar	
<input checked="" type="checkbox"/>	E-Tutorial	1
<input checked="" type="checkbox"/>	Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	38
<input type="checkbox"/>	Projektarbeit	
	Summe	200
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>- zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>- Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Kollektionsentwicklung“ (BA-FM-PS-05) und „Studium in der Praxis (SiP) (BA-FM-SM-04).</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p>Kernliteratur:</p> <p>Aumayr, K. (2016): Erfolgreiches Produktmanagement: Tool-Box für das professionelle Produktmanagement und Produktmarketing. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag</p>	



	<p>Bruhn, M., Hadwich, K. (2017): Produkt- und Servicemanagement. München: Vahlen Verlag</p> <p>Großklaus, R.H.G. (2015): Positionierung und USP: Wie Sie eine Alleinstellung für Ihre Produkte finden und umsetzen, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag</p> <p>Herrmann, A., Huber, F. (2013): Produktmanagement: Grundlagen - Methoden – Beispiele. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag</p> <p>Neumeier, M. (2022): The Brand Gap.München. Pearson Studium</p> <p>Pepels, W. (2016): Produktmanagement: A. Neue Produkte am Markt einführen – B. Marken erfolgreich managen – C. Produktprogramme planen und kontrollieren – D. Strukturen und Prozesse implementieren. Berlin: Duncker &amp; Humblot Verlag</p> <p>Rust, H. (2024): Erfolgsfaktoren der Produktentwicklung. Konzepte. Springer Gabler Verlag.</p> <p>Ries, E. (2018): The Startup Way. Das Toolkit für das 21. Jahrhundert mit dem jedes Unternehmen erfolgreich sein kann. 1. Auflage. München.Vahlen Verlag.</p> <p>Schallmo, D. (2017): Design Thinking erfolgreich anwenden: So entwickeln Sie in 7 Phasen kundenorientierte Produkte und Dienstleistungen, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag</p> <p>Schollmeyer, M. (2016): Die Internationalisierung der Produktentwicklung unter Berücksichtigung interkultureller Herausforderungen in China. 1. Edition. Lohmar: Josel Eul Verlag.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Büchel, O. ((2022): Moderner Vertrieb braucht neue Konzepte! Independently published.</p> <p>Ehsani, T. (2020): Werde zur starken Marke. Erfolgreiches Branding dank Archetypen. Independently published.</p> <p>Hofbauer, G., Sangl, A. (2011): Professionelles Produktmanagement: Der prozessorientierte Ansatz, Rahmenbedingungen und Strategien. Erlangen: Publicis Verlag</p> <p>Janzer, M., Nentwig, G., Deininger, Ch., Michl, Th. ( 2019): Die Kunst. Eine Produktentwicklung zu führen. Erfolgreiche Konzepte aus der Unternehmenspraxis. Wiesbaden.Springer Vieweg.</p> <p>Kotler, P., Keller, Kevin L., Bliemel, F. (2007): Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln (Pearson Studium - Economics BWL). München: Addison-Wesley Verlag</p> <p>Loock, H. (2008): Kollektionsentwicklung in der Bekleidungsbranche unter besonderer Berücksichtigung empirischer Erfolgsfaktoren, Mering: Rainer Hampp Verlag</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Arbeitsprojekte mit Unternehmen aus Industrie und Handel, Firmenbesuche, Gastdozenten, Messebesuche
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Dipl.-Ing. Beate Welp-Gerdes
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-10: Marktforschung

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	60							15	45	
ECTS	5							1	4	
Selbststudium	65									
Student-Workload	125							25	100	

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	60									15	45		
ECTS	5									1	4		
Selbststudium	65												
Student-Workload	125									25	100		

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5								1	4			
Student-Workload	125								25	100			
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5									1	4		
Student Workload	125									25	100		

Inhalte		
1		Grundlagen der Marktforschung: Definition, Prozess, Messen und Skalieren
1.1		Qualitative und quantitative Methoden
1.2		Forschungsablauf und Forschungsdesigns
2		Befragung als Methode
2.1		Grundlagen: Befragungsverfahren und -formen, Planung und Ablauf, Fehlerquellen und Probleme
2.2		Durchführung und Auswertung qualitativer Befragungen (qualitative IA)
2.3		Durchführung und Auswertung quantitativer Befragungen (deskriptive und multivariate Analysemethoden)



	3	Inhaltsanalyse als Methode am Beispiel der Medienanalyse
	3.1	Mehrmethodendesigns
	3.2	Trends der Marktforschung
	3.3	Beispiele für aktuelle Marktforschungsuntersuchungen in der Modebranche – Insights und Methodenkritik
<b>Qualifikationsziele</b>		
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden die grundlegenden Elemente der Marktforschung,</li> <li>– kennen die Studierenden verschiedene quantitative und qualitative Verfahren der Marktforschung und wissen, um die Eignung der Verfahren für die Beantwortung unterschiedlicher Fragestellungen,</li> <li>– kennen die Studierenden typische Methoden und Instrumente der Marktforschung,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, Marktforschungsprojekte zu planen und durchzuführen, d.h. sie sind in der Lage, valide Instrumentarien zu entwickeln und mit diesen Daten zu erheben, können sie Datenmaterial aufbereiten und auswerten sowie die Ergebnisse der Forschung angemessen aufbereiten.</li> </ul>	
<b>Lehrformen</b>		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Praktikum <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium  Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93
	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ (BA-FM-SM-05) besucht haben.	



	Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ (BA-FM-SM-05) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Baum, F. (2002): Handelsmarketing. Marktforschung im Handel, Marketing-Konzeptionen, Instrumente des Handelsmarketing. Herne/Berlin: Verlag Neue Wirtschaftsbriefe.</p> <p>Becker, J. (2008): Marketing-Konzeption. München: Vahlen.</p> <p>Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P. (2009): Marktforschung, 12., überarbeitete Auflage, Wiesbaden.</p> <p>Buber, R., Holzmüller, H. (2009), Qualitative Marktforschung, 2. überarbeitete Auflage, Wiesbaden.</p> <p>Diekmann, A. (2010): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbeck: Rowohlt.</p> <p>Fischer, R. (2013): Alchemisten in Sachen Online. In: Internet World Business, 10/13, vom 13. Mai 2013, S. 14f.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>ARD Forschungsdienst (2011): Methoden der Markt- und Werbeforschung, in: Media Perspektiven 9/2011, S. 432 – 437.</p> <p>Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Erich Schmidt Verlag.</p> <p>Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2010): Multivariate Analysemethoden, 13. Überarbeitete Auflage, Berlin/Heidelberg/New York: Springer.</p> <p>Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2009), Multivariate Data Analysis New Jersey.</p> <p>Heidel, B. (2008): Lexikon Konsumentenverhalten und Marktforschung. Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag.</p> <p>Herrmann, A., Homburg, C., Klarmann, M. (2007): Handbuch Marktforschung: Methoden - Anwendungen – Praxisbeispiele, Wiesbaden.</p>	



	<p>Kromrey, H., Roose, J., Strübing, J. (2016): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. Beck.</p> <p>Pelz, W. (2004): Strategisches und operatives Marketing. Ein Leitfaden zur Erstellung eines professionellen Marketingplans. Norderstedt: BoD.</p> <p>Schnell, R., Hill, P., Esser, E. (2014): Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenburg.</p> <p>Theobald, E., Neundorfer, L. (2010): Qualitative Online-Marktforschung. Grundlagen, Methoden und Anwendungen. In: Rössler, Patrick (Hg.): Internet Research, Bd. 39. Baden-Baden: Nomos.</p> <p>Schirrmann, E. (2008): Effiziente Marktforschung als Erfolgsfaktor im Mittelstand. In: Krüger, W./ Wittberg, V. (Hrsg.): Nachhaltiges Kostenmanagement. Kostentreibern auf der Spur. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	<p>Fallbeispiele aus der Praxis des Modemarktes, Anwendung von Marktanalysen an Modebeispielen.</p>
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Prof. Dr. Katja Brickwedde  Prof. Dr. Astrid Kruse  Prof. Dr. Christoph Hechelmann</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



## BA-FM-PS-11: Visualisierung der Kreation

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	75		15	60						
ECTS	6		1	5						
Selbststudium	75									
Student-Workload	150		25	125						

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	75							15	60				
ECTS	6							4	2				
Selbststudium	75												
Student-Workload	150							100	50				

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	6		1	5									
Student-Workload	150		25	125									
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	6							4	2				
Student Workload	150							100	50				

Inhalte		
1	Geschichte der Modedarstellung von Illustration bis hin zur 3D-Simulation	
2	Analyse der unterschiedlichen Darstellungsformen- analog und digital	
3	Verschiedene künstlerische Darstellungstechniken, wie Handzeichnung, Malerei, Collage, Moodboard, digitale Medien, 3D Technologien, KI-Anwendungen.	
4	Designinspiration und kreativer Gestaltungsprozess mit KI-Bildgenerierungs-Tool	
5	Digitale Tools zur grafischen Illustration und technischen Zeichnungen (Adobe Creative Cloud)	
6	Präsentation und Strukturierung von Kollektionselementen	



	7	Figürliche Illustration/ Figurinen/Avatare
	8	Content für den Social Media Auftritt
	9	Virtual Reality (VR) Fashion, Augmented Reality (AR) Fashion, Virtual Influencer, Metaverse
	10	Visualisierung der Kreationen mit der Adobe Creative Cloud
	11	Projektarbeit in Form eines interaktiven Portfolios
<b>Qualifikationsziele</b>		
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden Konzepte für die Präsentation von Produkten aus dem Textil- und Modebereich und können diese anwenden,</li> <li>– können die Studierenden Informationsgrafiken und technische Zeichnungen durchführen,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage illustrative Darstellungen einzelner Kollektionselemente oder ganzer Kollektionen vorzunehmen,</li> <li>– beherrschen die Studierenden den computerbasierten Umgang, um künstlerische Projekte darzustellen.</li> </ul>	
<b>Lehrformen</b>		
	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Praktikum <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium  Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	118
	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	28
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	150



<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls die Module „Schnitt, Fertigungstechnik &amp; CAD“ (BA-FM-PS-04) und „Fashion-, Ästhetik und Designtheorie“ (BA-FM-PS-06) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf die Module „Schnitt, Fertigungstechnik &amp; CAD“ (BA-FM-PS-04) und „Fashion-, Ästhetik und Designtheorie“ (BA-FM-PS-06) auf.</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input checked="" type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>	
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
<b>Literatur</b>	
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Blackman, C., Barth, M. (2012): 100 Jahre Fashion. München: Prestel Verlag</p> <p>Dawber, M. (2014): Big Book of Fashion Illustration. London: Batsford Verlag</p> <p>Dogramaci, B., Lux, S., Rüter, U. (Hg.) (2010): Schnittstellen. Mode und Fotografie im Dialog. Hamburg: ConferencePoint Verlag</p> <p>Faerm, St. (2012): Überzeugende Portfolios für Modedesigner. München: Stiebner Verlag.</p> <p>Feyerabend, F. V. (2012): Mode-Figurinen - Vorlagen für Modezeichnungen. München: Stiebner Verlag</p> <p>Feyerabend, F. V. (2011): Modezeichnen mit Adobe Illustrator: Einführung und fortgeschrittene Techniken. Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Feyerabend, F. V. (2012): Modezeichnen 2 mit Adobe Illustrator und Photoshop: Muster, Materialien und Oberfläche. Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Herschorfer, N. (2012): Zeitlos schön: 100 Jahre Modefotografie von Man Ray bis Mario Testino. München: Prestel Verlag</p> <p>Jelezky, D. (2015): Modedesign - Digital Zeichnen mit Adobe Illustrator: Techniken &amp; Tipps. Hamburg: Jelezky Verlag</p> <p>Kiper, A. (2015): Fashion Portfolio: Design and Presentation. London: Batsford Verlag</p> <p>Morris, B. (2010): Fashion Illustrator. München, Stiebner Verlag</p>



	<p>Torre, R. (2012): 20th-Century Fashion Illustration: The Feminine Ideal. Mineola: Dover Verlag  Torre, R. (2012): 20th-Century Fashion Illustration: The Feminine Ideal. Mineola: Dover Verlag</p> <p>Volino, P., Magnenta-Thalmann, N. (2000): Virtual Clothing. Theory and Practice. Heidelberg: Springer-Verlag.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Brickel Edel, E. (2017): Sketch &amp; Go: Mode-Illustration in 5 Minuten: 500 Vorlagen und Techniken. Grünwald: Stiebner Verlag</p> <p>Downtown, D. (2012): Masters of Fashion Illustration. London: Laurence King Publishing#</p> <p>Garcia, N., Toledo, R. (2015): Der Styleguide: Akzente setzen – besser aussehen - Illustrationen von Ruben Toledo. München: Mosaik Verlag</p> <p>Harrison, M. (2001): Fashion Faces Up. Photographs and Words from the World of Fashion. Göttingen: Steidl-Verlag.</p> <p>Hoenderken, W. (2009): Illustration. Ein Handbuch. Fashion Illustration. New Edition. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt.</p> <p>Lilya, J. (2015): Fashion Illustrationen: Lebendige und glamouröse Figuren und Outfits zeichnen, Stuttgart: Frech Verlag</p> <p>Mackrell, A. (2001): An Illustrated History of Fashion: 500 Years of Fashion Illustration. Costume &amp; Fashion Press</p> <p>Tallon, K. (2009): Digitale Mode-Illustration mit Photoshop und Illustrator. München: Stiebner Verlag.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Fallbeispiele aus der Praxis, Anwendung der Studieninhalte in den Praxisphasen, Gastvorträge
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Prof. Dipl.-Des. Jochen Dickel</p> <p>Dipl.-Des. Olivia ten Hoevel</p> <p>Patrice Kunte M.A.</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-PS-12: International Fashion & Lifestyle Trends

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45								45	
ECTS	6								6	
Selbststudium	105									
Student-Workload	150								150	

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45											45	
ECTS	6											6	
Selbststudium	105												
Student-Workload	150											150	

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	6								6				
Student-Workload	150								150				
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	6										6		
Student Workload	150										150		

Inhalte		
1	Trendbegriff	
1.1	Einführung: Geschichte und Entwicklung des Phänomens Trend	
1.2	Begriffsherkunft und -bestimmung	
1.3	Systematisierung von Trends	
1.4	Trendforschung	
2	Modesystem	
2.1	Bedeutung von Trends für die Mode	
2.2	Einflussgrößen auf Modetrends (z.B. gesellschaftliche, regionale, länderspezifische, politische, kulturelle Faktoren)	



	<p>2.3 Trendführerschaft in der Mode/ „Trendmacher“ (z.B. Blogger, Show- und Popstars, „it“-girls, Designer, Modehäuser, Journalisten)</p> <p>2.4 Mediale Einflussfaktoren auf Modetrends (z.B. Web 2.0, Social Media, (digitale Zeitschriften)</p> <p>3 Lifestyle &amp; Lebensstil</p> <p>3.1 Einführung und Herleitung der Begriffe (z.B. Verortung von Lebensstilgruppen/ Milieus (Sinusmilieus))</p> <p>3.2 Einfluss von Lebensstilen auf Trends (z.B. Sub-/ Jugend- und Protestkulturen)</p> <p>3.3 Einfluss von Lifestyle auf Trends (z.B. Beauty, Sport, Fitness, Yoga, Wellness, Ernährung, Gastronomie, Lokale/Locations, Interieur und Wohnkultur, Musik)</p> <p>4 Internationale Fashion und Lifestyle Trends (z.B. Case Studies)</p>										
<b>Qualifikationsziele</b>											
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden verschiedene Trends und können diese einordnen,</li> <li>– können die Studierenden die geschichtliche Entwicklung in einen Gesamtzusammenhang der derzeitigen Trendentstehung bringen und den Modestilen gezielt zuordnen,</li> <li>– können Studierende die Funktionsweisen und Effekte von Fashion und Lifestyle Trends benennen und nachvollziehen,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, auf Basis des gewonnenen Wissens ein Gespür für kommende Trends der Bereiche Fashion und Lifestyle zu entwickeln,</li> <li>– kennen die Studierenden aktuelle Fashion &amp; Lifestyle Trends und können die Bedeutung dieser für die Modebranche einordnen.</li> </ul>										
<b>Lehrformen</b>											
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung  <input type="checkbox"/> Übung  <input type="checkbox"/> Seminar  <input type="checkbox"/> Praktikum  <input type="checkbox"/> Projektarbeit  <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:  <input checked="" type="checkbox"/> Ja  <input type="checkbox"/> Nein</p>										
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien</td> <td>118</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	118	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload										
<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	118										
<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8										
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar											
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1										



	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	28
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	150
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge des Fachbereichs Medien der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-03) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input checked="" type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input checked="" type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Abloh, V. (2023): Nike. ICONS. Berlin: Taschen Verlag.</p> <p>Baxter-Wright, E. (2017): The Little Book of Chanel. London: Welbeck Publishing Group.</p> <p>Buse, St., Beer, K. (2017): Modernes Leben- Leben in der Moderne. Berlin: Springer.</p> <p>Divita, L., Brannn, L. (2015): Fashion Forecasting. London: Fairchild Books.</p> <p>Eundeok, K., Fiore, A. (2021): Fashion Trends. Analysis and Forcasting. London: Bloomsbury.</p> <p>Gugutzer, R., Klein, G., Meuser, M.(2022) Handbuch Körpersoziologie 2. Forschungsfelder und methodische Zugänge. Lebensstile. Berlin: Springer.</p> <p>Holenstein, A. (2010): Zweite Haut – Zur Kulturgeschichte der Kleidung, Bern: Haupt-Verlag.</p> <p>Lantz, J. (2016): The Trendmakers- Behind the Scenes of the Global Fashion Industry. London: Bloomsbury Academic.</p> <p>Lehnert, G., Kühl, A., Weise, K. (2014): Modetheorie. Klassische Texte aus vier Jahrhunderten (Fashion Studies) 1.Edition. Bielefeld: transscript-Verlag.</p>	



	<p>Lemire, B. (2010): The force of fashion in politics and society – Global perspectives from early modern to contemporary times, Farnham: Ashgate-Verlag.</p> <p>Wood, S. (2023): Sneaker Freaker. The Ultimate Sneaker Book. Berlin. Taschen Verlag.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Blackman, C. (2012): 100 Jahre Fashion, München: Prestel-Verlag.</p> <p>Bönsch, A. (2011): Formengeschichte europäischer Kleidung, Wien: Böhlau-Verlag.</p> <p>Braumüller, J., Jäckle, V., Lorenzen, N., Scherer, L. (2020): Fashion Changers -Wie wir mit fairer Mode die Welt verändern können. München: Knesebeck-Verlag.</p> <p>Eberle, H. (2007): Fachwissen Bekleidung, Haan: Europa-Lehrmittel-Verlag.</p> <p>Faramah, P. (2011): New on the catwalk, Köln: Daab-Verlag.</p> <p>Highsnobiety (2020): The Incomplete Highsnobiety Guide to Streetfashion and Culture. Berlin: Die Gestalten Verlag.</p> <p>Murray, J. (2010): Wörterbuch der Mode, Stuttgart: Reclam-Verlag.</p> <p>Seeling, C. (2010): Mode:150 Jahre Couturies, Designer, Marken. Potsdam, h.f.ullmann publishing.</p> <p>Von Meinhold, R. (2005): 1968 – Der Mode-Mythos: Lifestyle als Lebenskunst. Philosophisch-anthropologische Implikationen der Mode, Würzburg: Königshausen und Neumann-Verlag.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Fallbeispiele aus der Modewirtschaft, Anwendung der Studieninhalte in den Praxisphasen
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Prof. Dr. Kirsten Diekamp</p> <p>Dipl. Ing. Berate Welp-Gerdes</p> <p>Dipl.-Kfm. Bernhard van Lengerich</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-SM-01: Wirtschaftsenglisch

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	75		45	30						
ECTS	5		3	2						
Selbststudium	50									
Student-Workload	125		75	50						

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	75	30	30	15									
ECTS	5	2	2	1									
Selbststudium	50												
Student-Workload	125	50	50	25									

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5		3	2									
Student-Workload	125		75	50									
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5	2	2	1									
Student Workload	125	50	50	25									

Inhalte		
1	Globalisation	
1.1	Emerging economies	
1.2	Business cultures, small talk importance and uses	
1.3	Interpretations of business ethics, labour relations in various cultures	
2	Organizational Structures	
2.1	Organigrammes, hierarchy	
2.2	Department names, job titles	
3	Legal Structures (SMEs)	



4	Financial & Monetary Vocabulary
4.1	Balance sheet terminology: assets & liabilities, breakeven, profit and loss terms
4.2	Basic banking terminology
5	Describing trends (describing graphs with stock market language)
6	Marketing and Advertising
6.1	Market research, target groups, marketing techniques
6.2	Product development using a market-based strategy (market-driven product development: developing new products based on market analysis)
6.3	Marketing mix, the 4 P's, AIDA – advert analysis (including passive voice: „The reader's attention is drawn to the advert by... “etc.)
7	Modern advertising
7.1	Endorsement, product placement
7.2	Social media: viral advertising, the internet as an advertising tool
7.3	Push vs pull in advertising and marketing (incl. micro-targeting)
8	Customer Service
8.1	Telephone techniques, incl. cultural differences in customer expectations and standard business practices, including apologies, “politeness”, repetition, modes of addressing customers
9	Human Resources (relevant language, work-life balance)
9.1	Takeovers and mergers
9.2	Basic takeover language, strategies, pros/cons
10	Business Reading and Comprehension Skills (Communication I)
10.1	Articles: business articles -- reading and interpretation skills, analysis skills, sorting opinion from supported facts, reading various formats including general business articles (magazines & online newspapers), specialized business articles (business magazines and research reports), business research articles (Harvard Business School articles, white papers, analytical reports)
10.2	Emails: interpreting meaning: differences in style and context in English vis-a-vis German, especially „indirect“ requests in English which use conditionals or which are framed as questions („Could you possibly...“, “It would be great if you could...” etc)
11	Business Writing (Communication II)
11.1	Emails -- typical structure, standard organization, and English phrases (Redewendungen)
11.2	Application letter/email, CV writing: incl. typical English phrases, cultural differences in self-presentation in English
11.3	Business article summarizing -- structures and phrases/sentence types used in summaries of business articles (popular press, industry focused, white paper)
11.4	Standard writing formats -- short factual summary (abstract), fact-supported summary with conclusion, analysis, and opinion
11.5	Business letters – enquiry, offer, order, complaint: standard English phrases (Redewendungen), standard organization and structures used in various types of letters



<b>Qualifikationsziele</b>																	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden das Geschäfts-Fachvokabular und können es anwenden,</li> <li>– verfügen die Studierenden über vertiefte Englischkenntnisse,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, die Grundlagen des Wirtschaftsenglisch anzuwenden und einzusetzen,</li> <li>– konnten die Studierenden ihre Sprechkompetenz und ihr Hörverständnis verbessern,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, fachspezifische Texte zu lesen und zu verstehen.</li> </ul>																
<b>Lehrformen</b>																	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>																
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien</td> <td>93</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Projektarbeit</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>125</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23	<input type="checkbox"/> Projektarbeit		Summe	125
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload																
<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93																
<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8																
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar																	
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1																
<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23																
<input type="checkbox"/> Projektarbeit																	
Summe	125																
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>																	
	<p>Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.</p>																
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>																	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für das Modul „Studium in der Praxis (SiP) (BA-FM-SM-04)</li> </ul>																



Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	
Präsenzstudium	Fernstudium
<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung
Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls	
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
Literatur	
	<p>Es werden Reader bereitgestellt. Zudem wird mit folgender Literatur gearbeitet:</p> <p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Beadle, M. (2018): Leadership Insights. New York: BEP.</p> <p>Dean, S. (2020): Business Talk English. Freiburg: Haufe.</p> <p>Förster, L., Lewis, I.C., Pattinson, A. (2018): Business English. Freiburg: Haufe Lexware.</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Dubicka, I. (2015): Market Leader Upper-Intermediate. London: Pearson Longman.</p> <p>Hewings, M. (2015): Advanced Grammar in Use. Cambridge.</p> <p><b>Zeitschriften:</b></p> <p>“Business Spotlight“: English for Business Communication.</p>
Besonderheiten	
	Die besprochenen Inhalte werden in Rollenspielen und Situationen, die aus unterschiedlichen wirtschaftlichen Kontexten stammen, angewendet und umgesetzt.
Dozenten/ innen	
	<p>Matt Beadle, M.A.</p> <p>Warren Pascal Mayr, M.A.</p>
Raum für Anmerkungen	



BA-FM-SM-02: Selbstmanagement und -organisation

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	30		30							
ECTS	5		5							
Selbststudium	95									
Student-Workload	125		125							

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	30		30										
ECTS	5		5										
Selbststudium	95												
Student-Workload	125		125										

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5		5										
Student-Workload	125		125										
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5		5										
Student Workload	125		125										

Inhalte		
1	Konzepte des Selbstmanagements	
2	Selbstorganisation und Lernmethodik	
3	Resilienz, Mental Health, Work-Life-Balance	
4	Selbstbild und kognitive Verzerrungen	
5	Stress und Stressmanagement	
6	Kommunikation, Selbstmarketing und strategische Karriereplanung	
7	Konfliktmanagement, Selbstmanagement in Krisensituationen	
8	Praktische Anwendung (Fallbeispiele)	



Qualifikationsziele																	
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kennen die Studierenden verschieden Konzepte des Selbstmanagements</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage ihre Zeit effizient und effektiv zu planen und zu realisieren,</li> <li>– kennen die Studierenden typische Zeitfallen und wissen, wie sie ihnen entgehen können,</li> <li>– kennen die Studierenden den eigenen Lernstil und können ihrem individuellen Lernstil gemäß geeigneten Lernmethoden und Lernformen wählen,</li> <li>– kennen die Studierenden effiziente Arbeitsmethoden und Organisationsformen der Arbeit</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, ihr Selbstkonzept zu reflektieren und selbstwirksame Strategien für Resilienzentwicklung und mentale Gesundheit zu entwickeln</li> <li>– können die Studierenden auch in schwierigen bzw. Krisensituationen Lösungen entwickeln</li> <li>– können die Studierenden ihre Karriereplanung strategisch entwickeln und operationalisieren</li> </ul>																
Lehrformen																	
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Übung</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praktikum</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium</li> </ul> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Ja</li> <li><input type="checkbox"/> Nein</li> </ul>																
Lehrformen im Fernstudium																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Methoden des Blended-Learning-Konzepts</th> <th>Student-Workload</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien</td> <td>93</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Projektarbeit</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe</td> <td>125</td> </tr> </tbody> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload	<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93	<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar		<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1	<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23	<input type="checkbox"/> Projektarbeit		Summe	125
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload																
<input checked="" type="checkbox"/> Digitale Studienmaterialien	93																
<input checked="" type="checkbox"/> Synchrone Online-Veranstaltung	8																
<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar																	
<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1																
<input checked="" type="checkbox"/> Ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23																
<input type="checkbox"/> Projektarbeit																	
Summe	125																



<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	
	Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Teammanagement, Präsentation &amp; Moderation“ (BA-FM-SM-03)</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>	
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
<b>Literatur</b>	
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Bischof, K., Bischof, A. (2019): Selbstmanagement effektiv und effizient. München: Haufe Verlag.</p> <p>Mai, J. (2018): Die Karriere Bibel. Definitiv alles, was Sie für Ihren beruflichen Erfolg wissen müssen. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.</p> <p>Passing, K., Lobo, S. (2016): Dinge geregelt kriegen ohne einen Funken Selbstdisziplin. 5. Aufl. Berlin: Rowohlt Taschenbuch Verlag.</p> <p>Braun, O. (2019): Selbstmanagement und mentale Stärke (Springer)</p> <p>Sachverständigenrat zur Begutachtung der Entwicklung im Gesundheitswesen (2023): Resilienz im Gesundheitswesen, (Medizinisch wissenschaftliche Verlagsgesellschaft)</p> <p><b>Weiterführende Literatur:</b></p> <p>Bargh, John (2018): Vor dem Denken. Droemer</p> <p>Clear, James (2020): Die 1%-Methode. Goldmann</p> <p>Dweck, Carol (2017); Selbstbild. Piper</p> <p>Kahneman, Daniel (2016): Schnelles Denken, Langsames Denken. Penguin</p> <p>Seiwert, L., Küstenmacher, W. T., Tracy, B. (2018): Wenn du es eilig hast, gehe langsam: Wenn du es noch eiliger hast, mache einen Umweg. Der Klassiker des Zeitmanagements mit neuen Tools: Frankfurt: Campus Verlag.</p>



Besonderheiten	
Dozenten/ innen	
	Prof. Dr. Walter Niemeier Prof. Dr. habil. Silke Pfeiffer
Raum für Anmerkungen	



BA-FM-SM-03: Teammanagement, Präsentation & Moderation

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45					45				
ECTS	5					5				
Selbststudium	80									
Student-Workload	125					125				

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45								45				
ECTS	5								5				
Selbststudium	80												
Student-Workload	125								125				

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5					5							
Student-Workload	125					125							
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5								5				
Student Workload	125								125				

Inhalte		
1	Teammanagement	
1.1	Die Bedeutung von Teams in der Wirtschaft – Chancen und Grenzen	
1.2	Grundregeln menschlicher Kommunikation	
1.3	Individuelle Leistung, Gruppen vs. Leistungsfähige Teams	
1.4	Rollenanforderungen an Teamleiter	
1.5	Synergiepotenziale von Gruppen durch systematische Teamentwicklung	
2	Präsentieren und Visualisieren	
2.1	Präsentationsformate, z.B.: Elevator Pitch, Agentur Pitch, Produkt-Präsentation	



	<p>2.2 Kernbotschaften und Argumentationstechniken im Vortrag</p> <p>2.3 Selbstpräsentation</p> <p>2.4 Überraschungen während des Vortrags meistern, mit dem Publikum im Kontakt sein</p> <p>2.5 Medieneinsatz im Vortrag</p> <p>3 Moderieren und Verhandeln</p> <p>3.1 Gesprächs- und Verhandlungspsychologie</p> <p>3.2 Teamdiskussionen zu Entscheidungen moderieren</p> <p>3.3 Problemlösungsorientierter Kundendialog</p> <p>3.4 Ergebnisoffene Verhandlungsführung, Verkaufsgespräche mit Kunden</p>		
<b>Qualifikationsziele</b>			
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kennen die Studierenden die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes und der Arbeit von Teams,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, ein Team effektiv zu organisieren,</li> <li>– kennen die Studierenden die Rollenanforderungen an Teamleiter und Teammitglieder,</li> <li>– verstehen Studierende die Dynamik von Gruppen und können Konflikte managen,</li> <li>– beherrschen die Studierenden Präsentations- und Moderationstechniken,</li> <li>– können die Studierenden zielgruppenorientierte Botschaften argumentieren und kommunizieren,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, Diskussionen in Gruppen und Teams zu Ergebnissen führen</li> <li>– kennen die Studierenden die wichtigsten personalen und medialen Kundenpräsentationsformate,</li> <li>– kennen die Studierenden die Grundlagen der Verhandlungsführung und der Verkaufsrhetorik einschließlich der Abschlussicherung.</li> </ul>		
<b>Lehrformen</b>			
	<p><input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung</p> <p><input type="checkbox"/> Übung</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> Praktikum</p> <p><input type="checkbox"/> Projektarbeit</p> <p><input type="checkbox"/> Selbststudium</p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nein</p>		
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>			
	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Methoden des Blended-Learning-Konzepts</td> <td style="width: 50%;">Student-Workload</td> </tr> </table>	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload		



	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93
	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls das Modul „Selbstmanagement &amp; Selbstmarketing“ (BA-FM-SM-02) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf das Modul „Selbstmanagement &amp; Selbstmarketing“ (BA-FM-SM-02) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input checked="" type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	<p><b>Kernliteratur:</b></p> <p>Bühler, P., Schlaich, P., Sinner, D. (2019): Präsentation. Konzeption – Design – Medien. Berlin, Heidelberg: Springer Vieweg.</p> <p>Busch, M.W., von der Oelsnitz, D. (2018): Teammanagement: Grundlagen erfolgreichen Zusammenarbeitens. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.</p>	



	<p>Glasl, F. (2024): Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führung, Beratung und Mediation, 13. Aufl. Stuttgart: Haupt Verlag.</p> <p>Seifert, J.W. (2018): Moderation und Konfliktklärung: Leitfaden zur Konfliktmoderation. 2. Aufl. Offenbach: Gabal Verlag.</p> <p>Weiterführende Literatur:</p> <p>Cerwinka, G., Schranz, G. (2013): Moderation für Einsteiger – Effizient Besprechungen gestalten, ergebnisorientiert leiten. Wien: Linde Verlag.</p> <p>Graeßner, G. (2014): Moderation - das Lehrbuch. 2. Aufl. Augsburg: Ziel-Verlag.</p> <p>Krüger, W. (2018): Teams führen. 8. Aufl. Freiburg: Haufe Lexware Verlag.</p> <p>Schwarz, G. (2013): Konfliktmanagement: Konflikte erkennen, analysieren, lösen. 9. Aufl. Wien: Springer Gabler Verlag.</p> <p>Seifert, J.W. (2015): Besprechungen erfolgreich moderieren: Kommunikationstechniken für Leiter und Teilnehmer. 15. Aufl. Offenbach: Gabal Verlag.</p> <p>Stahl, E. (2017): Dynamik in Gruppen: Handbuch der Gruppenleitung. 4. Aufl. Weinheim Basel: Verlagsgruppe Beltz.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
<b>Dozenten/ innen</b>	
	<p>Prof. Dr. Feyzullah Gökdemir</p> <p>Prof. Dr. habil. Silke Pfeiffer</p> <p>Prof. Dr. Ulrike Posch</p> <p>Prof. Dr. Berthold Schütz</p> <p>Prof. Dr. Nicole Stollenwerk</p>
<b>Raum für Anmerkungen</b>	



BA-FM-SM-03: Studium in der Praxis (SIP)

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	120				60	60				
ECTS	30				15	15				
Selbststudium	630									
Student-Workload	750				375	375				

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	120					60	60						
ECTS	30					15	15						
Selbststudium	630												
Student-Workload	750					375	375						

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	30					15	15						
Student-Workload	750					375	375						
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	30					15	15						
Student Workload	750					375	375						

Inhalte	
	<p>Studium in Vollzeit:</p> <p>Das im Studium angeeignete Wissen wenden die Studierenden während ihrer Praxisphase in einem Projekt an. Dabei sollen sie konkrete Einblicke in praktische Betriebsabläufe, Führungsstrukturen und -prozesse erlangen. Die Studierenden sollen in ihrem Bestreben, selbstorganisiert zu lernen und zu arbeiten „vor Ort“ durch anspruchsvolle, über das Maß des bisher Gelernten hinausführende Aufgaben gefordert und unterstützt werden.</p> <p>Berufsbegleitendes Studium:</p>



	Das im Studium angeeignete Wissen wenden die Studierenden während ihrer Praxisphase in einem Projekt an. Dabei sollen praktische Betriebsabläufe, Führungsstrukturen und -prozesse theoretisch reflektiert werden. Die Studierenden sollen in ihrem Bestreben, selbstorganisiert zu lernen und zu arbeiten „vor Ort“ durch anspruchsvolle, über das Maß des bisher Gelernten hinausführende Aufgaben gefordert und unterstützt werden.	
<b>Qualifikationsziele</b>		
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– sind die Studierenden in der Lage, betriebliche Einzelaufgaben in übergeordnete sachliche und organisatorische Zusammenhänge einzuordnen,</li> <li>– können die Studierenden ihre im Studium erworbenen fachlichen und überfachlichen Kenntnisse und Kompetenzen in Aufgabenstellungen der betrieblichen Praxis anwenden,</li> <li>– haben die Studierenden eine kritische Vergleichsfähigkeit zwischen wissenschaftlichen Modellen und Arbeitsweisen und alltagsbetrieblichen Realitäten entwickelt,</li> <li>– haben die Studierenden ein oder zwei eigene Projekte betreut und im Rahmen einer schriftlichen Arbeit dargestellt und reflektiert,</li> <li>– sind die Studierenden in der Lage, ein Projekt mündlich unter Verwendung geeigneter Software zu präsentieren und dieses fachlich zu diskutieren.</li> </ul>	
<b>Lehrformen</b>		
	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input type="checkbox"/> Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Praktikum <input type="checkbox"/> Projektarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium  Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden: <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	732
	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	9
	<input checked="" type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	8
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	



	Summe	750
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>		
	<p>Es wird empfohlen, dass die Studierenden vor Besuch des Moduls die Module „Retail Management“ (BA-FM-MS-04), „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01), „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-02), „Schnitt, Fertigungstechnik und CAD“ (BA-FM-PS-03) sowie „Wirtschaftsenglisch“ (BA-FM-SM-01), „Selbstmanagement und -organisation“ (BA-FM-SM-02) und „Wissenschaftliches Arbeiten“ (BA-FM-SM-05) besucht haben.</p> <p>Aus diesen Modulen ergeben sich die vorausgesetzten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Möglichkeiten der Vorbereitung auf das beschriebene Modul ergeben sich darüber hinaus aus den unten genannten Literaturempfehlungen.</p>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für die Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– das Modul baut auf die Module „Retail Management“ (BA-FM-MS-04), „Textilwissenschaften“ (BA-FM-PS-01), „Modewirtschaft und Modemanagement“ (BA-FM-PS-03), „Schnitt, Fertigungstechnik und CAD“ (BA-FM-PS-04) sowie „Wirtschaftsenglisch“ (BA-FM-SM-01), „Selbstmanagement und -organisation“ (BA-FM-SM-02) und „Wissenschaftliches Arbeiten“ (BA-FM-SM-05) auf.</li> </ul>	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>		
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>	
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input checked="" type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input checked="" type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung	
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>		
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.	
<b>Literatur</b>		
	-	
<b>Besonderheiten</b>		
	-	
<b>Dozenten/ innen</b>		
	Alle hauptberuflich an der FHM Lehrenden	
<b>Raum für Anmerkungen</b>		





BA-FM-SM-04: Wissenschaftliches Arbeiten

Vollzeit										
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
Präsenzstunden	45	45								
ECTS	5	5								
Selbststudium	80									
Student-Workload	125	125								

Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Präsenzstunden	45	45											
ECTS	5	5											
Selbststudium	80												
Student-Workload	125	125											

Fernstudium													
Vollzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.			
ECTS	5	5											
Student-Workload	125	125											
Teilzeit													
Trimester (15 Wochen)		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
ECTS	5	5											
Student Workload	125	125											

Inhalte		
1	Formulierung einer wissenschaftlichen Frage-/Problemstellung	
2	Recherche valider Fachliteratur (Einführung in die Bibliothek, Recherche wissenschaftlicher Quellen mittels Internet, KI) und Bewertung von Quellen (Quellenkritik)	
3	Aufbau und Formalia einer wissenschaftlichen Arbeit	
4	Erlernen eines wissenschaftlichen Schreibstils bzw. Entwicklung einer wissenschaftlichen Ausdrucksweise	
5	Einführung in die Wissenschaftstheorie	
6	Qualitätskriterien für Studien und Forschungsergebnisse	



	7	Einsatzmöglichkeiten von KI im wissenschaftlichen Schreibprozess
	8	Kritische Reflexion des KI-Einsatzes
<b>Qualifikationsziele</b>		
	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– können die Studierenden fachbezogene Literatur recherchieren (Bibliotheksdatenbanken, Internet, KI),</li> <li>– sind Studierende in der Lage, Quellen zu überprüfen und hinsichtlich ihrer (wissenschaftlichen) Güte zu einzuschätzen,</li> <li>– kennen die Studierenden die allg. Merkmale und die Struktur wissenschaftlicher Arbeiten und beherrschen Regeln zum Zitieren und für Quellenangaben für wissenschaftliche Arbeiten,</li> <li>– haben Studierende einen wissenschaftlichen Schreibstil/ eine wissenschaftliche Ausdrucksweise entwickelt,</li> <li>– erkennen Studierende, dass sich wissenschaftliche Erkenntnisse bewähren müssen und sich stets weiterentwickeln.</li> <li>– kennen Studierende die Einsatzmöglichkeiten von künstlicher Intelligenz für die Teilaufgaben des wissenschaftlichen Schreibprozesses.</li> <li>– sind Studierende in der Lage, künstliche Intelligenz kritisch und reflektiert im wissenschaftlichen Arbeiten einzusetzen.</li> </ul>	
<b>Lehrformen</b>		
	<p> <input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung  <input checked="" type="checkbox"/> Übung  <input type="checkbox"/> Seminar  <input type="checkbox"/> Praktikum  <input checked="" type="checkbox"/> Projektarbeit  <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium         </p> <p>Teile des Moduls können bei Bedarf als synchrone Online-Veranstaltung durchgeführt werden:</p> <p> <input checked="" type="checkbox"/> Ja  <input type="checkbox"/> Nein         </p>	
<b>Lehrformen im Fernstudium</b>		
	Methoden des Blended-Learning-Konzepts	Student-Workload
	<input checked="" type="checkbox"/> digitale Studienmaterialien	93
	<input checked="" type="checkbox"/> synchrone Online-Veranstaltung	8
	<input type="checkbox"/> Präsenzveranstaltung/ Seminar	
	<input checked="" type="checkbox"/> E-Tutorial	1
	<input checked="" type="checkbox"/> ergänzende Lehrformen (z.B. web-based Trainings, Online-Tests, Seminarunterlagen etc.)	23
	<input type="checkbox"/> Projektarbeit	
	Summe	125



<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	
	Dieses Modul kann ohne Vorkenntnisse besucht werden, da es sich um eine Veranstaltung handelt, in der Grundkenntnisse für den Bachelor-Studiengang gelehrt werden.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pflichtmodul im Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.),</li> <li>– zugelassen für alle Bachelor-Studiengänge der FHM,</li> <li>– Basismodul innerhalb des Bachelor-Studiengang Fashion Management (B.A.) für die Module „Marktforschung“ (BA-FM-PS-10) und „Studium in der Praxis (SiP)“ (BA-FM-SM-04).</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	
<b>Präsenzstudium</b>	<b>Fernstudium</b>
<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Mündliche Prüfung <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input type="checkbox"/> Referat <input checked="" type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung <input type="checkbox"/> Präsentation von Projektarbeiten in künstlerischer Form	<input type="checkbox"/> Klausurarbeit <input type="checkbox"/> Praxisbezogene Projektarbeit (SiP) <input checked="" type="checkbox"/> Studienarbeit <input type="checkbox"/> Berufspraktische Übung
<b>Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls</b>	
	Das Modul wird im Studienverlauf für jede Studiengruppe mindestens einmal angeboten.
<b>Literatur</b>	
	<p>Kernliteratur:</p> <p>Buck, I. (2025). Wissenschaftliches Schreiben mit KI (1. Aufl.). UVK Verlag.</p> <p>Kipman, U. (2018): Wissenschaftliches Arbeiten 4.0. Lehrbuch. 3. Aufl. Berlin: Springer.</p> <p>Pitz-Klauser, P. (2024): Analysieren, interpretieren, argumentieren. 2. Aufl. UTB ; 5116: Schlüsselkompetenzen. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.</p> <p>Theisen, M.-R. (2024): Wissenschaftliches Arbeiten, Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. 19. Aufl., München: Vahlen.</p>
<b>Besonderheiten</b>	
	Fallbeispiele
<b>Dozenten/ innen</b>	
	Alle hauptberuflich an der FHM Lehrenden
<b>Raum für Anmerkungen</b>	

