

Veranstungsverzeichnis

des Fachbereichs 09 - Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement

Kernmodule Master-Studiengang Weinwirtschaft

Informationen über Termine und Räume aller Modulangebote finden Sie in Stud.IP, im aktuellen Vorlesungsverzeichnis oder im Stundenplan des Fachbereichs:

<http://www.uni-giessen.de/cms/fbz/fb09/studium/msc/stpl>

Kernmodule des ersten Studienjahres (Gießen)	3
MK-003 Angewandte Ökonometrie	3
MK-045 Marktlehre	5
MK-125 Nachhaltige Unternehmensführung und Berichterstattung	7
MK-126 Nachhaltigkeit, Transformation und Organisation	9
Kernmodule des zweiten Studienjahres (Geisenheim)	11
GM 016 - Genossenschaftswesen in der Weinwirtschaft	11
GM 018 - Angewandte Weinmarktforschung	12
GM 021 - Strategisches Management in der Weinwirtschaft	13
GM 025 - Ausgewählte Weinmärkte der Welt	14

Kernmodule des ersten Studienjahres (Gießen)

MK-003	MK-003 Angewandte Ökonometrie	6 CP
	Applied Econometrics	
Pflicht-/ Wahlpflichtmodul	Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement / Institut für Agrarpolitik und Marktforschung	1./2. Sem.;
	erstmals angeboten im WS 2015/16	
	Teilnehmerzahl: nicht limitiert	
Angebotsrhythmus und Dauer: WS, 1 Semester		
Modulverantwortliche Professur oder Stelle: Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft		
Verwendbar in folgenden Studiengängen: Agrar- und Ressourcenökonomie, Master (1./2.); Nachhaltige Ernährungswirtschaft, Master (1./2.); Weinwirtschaft, Master (1./2.);		
Teilnahmevoraussetzungen: Keine		
Qualifikationsziele: Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • können erklären, wie ökonometrische Modelle formuliert und Hypothesentests durchgeführt werden; • wissen, wie verschiedene ökonometrische Modelle zu interpretieren sind und welche Anwendungsmöglichkeiten für diese in der Agrar- und Ernährungsökonomie bestehen; • können mit dem ökonometrischen Softwarepaket R eigenständig eine ökonometrische Analyse durchführen und diese als Hausarbeit zusammenfassen. 		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Wahrscheinlichkeitstheoretische und statistische Grundbegriffe der Ökonometrie • Einfache und multiple Regressionsmodelle; Kleinste-Quadrate Methode • Testverfahren in der Regressionsanalyse • Funktionsformen • Umgang mit möglichen Problemen wie Multikollinearität und Heteroskedastizität • Spezifische Aspekte von Zeitreihenanalysen: Autokorrelation, Stationarität, Fehlerkorrekturmodelle • Modelle für qualitative abhängige Variablen: Lineares Wahrscheinlichkeitsmodell, Probit- und Logit-Modelle • Einführung in das praktische Arbeiten mit dem ökonometrischen Programmpaket R 		

Veranstaltung:	Präsenzstunden	Vor- und Nachbereitung
Vorlesung	42	84
Seminar		
Praktikum		
Übung	18	36
Exkursion		
Summe:	180	
Prüfungsvorleistungen: Keine		
Modulprüfung:		
<ul style="list-style-type: none"> • Prüfung: Klausur und Hausarbeit (5-7 Seiten) oder Klausur und Bearbeitung von Aufgaben (5-7 Stück) • Bildung der Modulnote: Klausur (50 %) und Hausarbeit (50 %) oder Klausur (70 %) und Bearbeitung von Aufgaben (30 %) • Wiederholungsprüfung: Klausur 		
Unterrichts- und Prüfungssprache: Deutsch		

MK-045	MK-045 Marktlehre	6 CP
	Market Analysis	
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement / Institut für Agrarpolitik und Marktforschung	1./2. Sem.;
	erstmalig angeboten im SS 2016	
	Teilnehmerzahl: nicht limitiert	
Angebotsrhythmus und Dauer: SS, 1 Semester		
Modulverantwortliche Professur oder Stelle: Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft		
Verwendbar in folgenden Studiengängen: Nachhaltige Ernährungswirtschaft, Master (1./2.); Weinwirtschaft, Master (1./2.); Agrar- und Ressourcenökonomie, Master (1./2.);		
Teilnahmevoraussetzungen: Angewandte Ökonometrie (MK-003)		
Qualifikationsziele: Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • beherrschen die mikroökonomischen Methoden zur Analyse von unvollkommenen Märkten; • sind in der Lage, theoretische und empirische Konzepte zur Messung von Marktmacht darzustellen; • können die Bedeutung von unvollkommenem Wettbewerb auf Märkten der Agrar- und Ernährungswirtschaft aufzeigen; • können Literatur zu aktuellen Themen der Marktanalyse auswerten und den Stand der Forschung in einem Vortrag zusammenfassen, darstellen und kritisch reflektieren. 		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Ökonometrische Grundlagen der Marktanalyse/Politikevaluation • Ökonomische Präferenzen, verhaltensökonomische Konzepte • mikroökonomische Methoden der Analyse unvollkommener Märkte (spieltheoretische Grundlagen) • theoretische und empirische Methoden zur Bestimmung von Marktmacht • Preisbildung auf unvollkommenen Märkten bei alternativen Marktformen (monopolistische Konkurrenz, Oligopol, Oligopson, Teilmonopol) • Preisdifferenzierung und Preissetzungsstrategien • Qualitäts-, Innovations- und Kapazitätswettbewerb • Analyse von Fallstudien aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft zu den methodischen Konzepten Seminar: <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation und kritische Diskussion studentischer Vorträge zu wichtigen inhaltlichen und methodischen Fragen der Marktlehre wie bspw. neue Methoden der experimentellen Wirtschaftsforschung und ihre Anwendung auf Lebensmittelmärkten • Einführung von Biotechnologien in der Produktion und Verarbeitung von Lebensmitteln • Preisstrategien des Lebensmittelhandels und die Wettbewerbssituation im Handel sowie Wirkungen von Kennzeichnungen 		

Veranstaltung:	Präsenzstunden	Vor- und Nachbereitung
Vorlesung	30	60
Seminar	30	60
Praktikum		
Übung		
Exkursion		
Summe:	180	
Prüfungsvorleistungen: Keine		
Modulprüfung:		
<ul style="list-style-type: none"> • Prüfung: Klausur und Vortrag (10 min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (5-7 Seiten) oder Klausur und Vortrag (10 min.) • Bildung der Modulnote: Klausur (50 %) und Vortrag mit schriftlicher Ausarbeitung (50 %) oder Klausur (50 %) und Vortrag (50 %) • Wiederholungsprüfung: Klausur 		
Unterrichts- und Prüfungssprache: Deutsch		

MK-125	MK-125 Nachhaltige Unternehmensführung und Berichterstattung	6 CP
	Sustainability Management and Reporting	
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement / Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft	1./2. Sem.;
	erstmals angeboten im WS 2022/23	
	Teilnehmerzahl: nicht limitiert	
Angebotsrhythmus und Dauer: WS, 1 Semester		
Modulverantwortliche Professur oder Stelle: Betriebslehre der Ernährungswirtschaft und des Agribusiness		
Verwendbar in folgenden Studiengängen: Agrar- und Ressourcenökonomie, Master (1./2.); Nachhaltige Ernährungswirtschaft, Master (1./2.); Weinwirtschaft, Master (1./2.);		
Teilnahmevoraussetzungen: Keine		
Qualifikationsziele: Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Handlungsfelder und theoretischen Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements, einschl. der impliziten Annahmen, die den theoretisch-konzeptionellen Perspektiven zugrunde liegen sowie der Auswirkungen dieser Perspektiven auf die Managementpraxis und -forschung; • haben konzeptionelle und praktische Fähigkeiten, die notwendig sind, um die Management- und Unternehmenspraxis in der Ernährungswirtschaft verstehen und kritisch analysieren zu können; • beherrschen strategische und operative Ansätze für eine nachhaltige Unternehmensführung; • haben praktische Erfahrungen und Kenntnisse zum Nachhaltigkeitsmanagement (mit besonderem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeitsbilanzierung, -bewertung und -berichterstattung); • verstehen, warum die traditionelle Rechnungslegung und Rechenschaftspflicht den Managern und anderen Interessengruppen von Unternehmen angesichts zunehmender gesellschaftlicher Forderungen nach Rechenschaftspflicht, Transparenz und sozialer Verantwortung nicht mehr gerecht werden. 		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Theoretisch-konzeptionelle Perspektiven auf die nachhaltige Betriebsführung (z.B. Legitimitätstheorie, Stakeholder-Konzept, institutionentheoretische Ansätze) • Geschäftsmodelle und Wettbewerbsstrategien in der wertorientierten Agrar- und Ernährungswirtschaft • Gestaltungselemente: Konzepte und Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements • Strategisches Controlling und Nachhaltigkeitsstrategie • Umwelt-/Nachhaltigkeitsbilanzierung und -bewertung (z.B. Wertschöpfungsrechnungen, Umwelt- und Gemeinwohlbilanzen, Lebenszyklusrechnungen, True Cost Accounting) • Transparenz, Rückverfolgbarkeit/Traceability, Auditierung, Zertifizierung, Labeling • Nachhaltigkeitsberichterstattung (u.a. Formen, Standards, gesetzliche Regulierungen, nationale und internationale Entwicklungen) 		

Veranstaltung:	Präsenzstunden	Vor- und Nachbereitung
Vorlesung	44	88
Seminar		
Praktikum		
Übung	16	32
Exkursion		
Summe:	180	
Prüfungsvorleistungen: Keine		
Modulprüfung:		
<ul style="list-style-type: none"> • Prüfung: Klausur • Bildung der Modulnote: Klausur (100 %) • Wiederholungsprüfung: Klausur 		
Unterrichts- und Prüfungssprache: Deutsch		

MK-126	MK-126 Nachhaltigkeit, Transformation und Organisation	6 CP
	Sustainability, Transformation and Organisation	
Pflicht- oder Wahlpflichtmodul	Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement / Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft	2./3. Sem.;
	erstmals angeboten im SS 2023	
	Teilnehmerzahl: nicht limitiert	
Angebotsrhythmus und Dauer: SS, 1 Semester		
Modulverantwortliche Professur oder Stelle: Betriebslehre der Ernährungswirtschaft und des Agribusiness		
Verwendbar in folgenden Studiengängen: Agrar- und Ressourcenökonomie, Master (2./3.); Nachhaltige Ernährungswirtschaft, Master (2./3.); Weinwirtschaft, Master (2./3.);		
Teilnahmevoraussetzungen: Keine		
Qualifikationsziele: Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • haben ein differenziertes Verständnis von Ansätzen des Transformationsmanagements und von Gestaltungs- und Organisationsfragen in der Agrar- und Ernährungsbranche; • reflektieren die Komplexität von nachhaltigen Ernährungssystemen und der Rolle, die die Agrar- und Ernährungswirtschaft darin hat; • sind in der Lage, geeignete Organisationsformen für die Herstellung von Gütern und Diensten der Agrar- und Ernährungswirtschaft zu finden, die einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten. 		
Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Ernährungswirtschaft in global-regionalen Kontexten und in Bezug auf die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals) und weiterer internationaler und nationaler Rahmenwerke • Transformationsmanagement, Gestaltungsaufgaben in Transformationsprozessen, Multi-Level-Perspektive, Unternehmen als strukturpolitische Akteure, Entrepreneurship for Sustainable Development • Organisation in der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Gestaltung von resilienten Wertschöpfungsketten und nachhaltigen Produktionsnetzwerken • Technische und soziale Innovationen in der Agrar- und Ernährungswirtschaft • Kollektive und gemeinschaftsgetragene Formen des Wirtschaftens in der Agrar- und Ernährungsbranche • Unternehmen und Eigentum 		

Veranstaltung:	Präsenzstunden	Vor- und Nachbereitung
Vorlesung	45	90
Seminar		
Praktikum		
Übung	15	30
Exkursion		
Summe:	180	
Prüfungsvorleistungen: Keine		
Modulprüfung: <ul style="list-style-type: none"> • Prüfung: Klausur • Bildung der Modulnote: Klausur (100 %) • Wiederholungsprüfung: Klausur 		
Unterrichts- und Prüfungssprache: Deutsch		

Kernmodule des zweiten Studienjahres (Geisenheim)

GM 016 - Genossenschaftswesen in der Weinwirtschaft				3./4. Sem.;	6 CP
Englische Modulbezeichnung	Cooperatives in Wine Business				
FB / Institut / Professur	Hochschule Geisenheim / Institut für Wein- und Getränkewirtschaft / International Marketing Management				
Verwendet in Studiengang (Sem.)	Weinwirtschaft, Master (3./4.)				
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Jon Hanf				
Teilnahmevoraussetzungen	Unternehmensführung in der Agrar- und Ernährungswirtschaft (MK 001); Marktlehre für Fortgeschrittene (MK 45)				
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • schätzen die strategische Wirkungen von Kooperation ab • lernen verschiedene Kooperationsformen voneinander abzugrenzen • verstehen Genossenschaften und das Genossenschaftswesen im Allgemeinen und ordnen speziell ihre (derzeitige und zukünftige) Bedeutung im und für den nationalen und internationalen Weinsektor ein • analysieren die Besonderheiten des Genossenschaftsmanagements, um eigenständig Lösungen für deren Probleme erstellen. 				
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • theoretische Ansätze zu Kooperation • Experimente zum Thema kooperativer Informationsaustausch und Fairness • Genossenschaftstheorie und Managementlehre • Genossenschaftsstrukturen im Weinmarkt • Managementansätze für Genossenschaften im Allgemeinen und im Speziellen für Winzergenossenschaften • Vergleich von Genossenschaften zwischen Sektoren und Ländern 				
Lehrveranstaltungsform(en)	Vorlesung (50%), Seminar (50%)				
Workload in Stunden	Workload insgesamt	180 Stunden			
		A Lehrveranstaltungen		B selbst gestaltete Arbeit	C Prüfung
		a Präsenzstunden	b Vor-/Nachbereitung		Summe
	Vorlesung	30	60		
	Seminar	30	60		
	Praktikum				
	Übung				
	Exkursion				
Hausaufgaben					
Workload insgesamt	60	120			180 / 6 CP
Modulprüfung	Prüfungsform(en)	Referat und mündliche Prüfung			
	Bildung der Modulnote	Referat (30 %), mündliche Prüfung (70 %)			
	Form der Ausgleichsprüfung				
	Art der Wiederholungsprüfung	Mündliche Prüfung			
Angebotsrhythmus	WS	Dauer 1 Semester			
Aufnahmekapazität	20				
Unterrichtssprache	deutsch und englisch				

GM 018 - Angewandte Weinmarktforschung				3./4. Sem.;	6 CP
Englische Modulbezeichnung	Applied Wine Market Research				
FB / Institut / Professur	Hochschule Geisenheim / Institut für Wein- und Getränkewirtschaft / Betriebswirtschaft des Wein- und Getränkesektors				
Verwendet in Studiengang (Sem.)	Weinwirtschaft, Master (3./4.)				
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Simone Loose				
Teilnahmevoraussetzungen	„Angewandte Ökonometrie“ (MK 003) (empfohlen: Grundkenntnisse Marktforschung)				
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können empirische Fragestellungen zu Weinmärkten mit ökonomischen Modellen lösen, • können empirische Erhebungskonzepte für konkrete Fragestellungen entwerfen und umsetzen, • können Sekundärstatistiken und erhobene Daten kritisch hinterfragen und beurteilen • können erhobene Daten unter Anwendung ökonomischer und / oder anderer statistischer Methoden auswerten und interpretieren, • können grundlegende Software für qualitative und quantitative Datenanalyse anwenden, • können Ergebnisse qualitativer und quantitativer Untersuchungen auswerten und Handlungsempfehlungen für die Getränkewirtschaft daraus ableiten, • Können Ergebnisse geeignet visualisieren und für Branchenvertreter zur Umsetzung geeignet kommunizieren 				
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitative und quantitative Methoden der Marktforschung • Entwicklung von Erhebungskonzepten bei Weinkonsumenten • Methoden der Stichprobenziehung • Statistische Auswertung mit verfügbarer Software • Anschauliche Darstellung der Ergebnisse und Interpretation (Visualisierung und Storytelling) • Erstellen eines Beitrages zur Veröffentlichung • Präsentation der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen an Branchenvertreter 				
Lehrveranstaltungsform(en)	Vorlesung (30%), Seminar (20%), Übung (50%)				
Workload in Stunden	Workload insgesamt	180 Stunden			
		A Lehrveranstaltungen		B selbst gestaltete Arbeit	C Prüfung
		a Präsenzstunden	b Vor-/Nachbereitung		Summe
	Vorlesung	18	36		
	Seminar	12	24		
	Praktikum				
	Übung	30	60		
	Exkursion				
Hausaufgaben					
Workload insgesamt	60	120		180 / 6 CP	
Modulprüfung	Prüfungsform(en)	Referat mit Diskussion			
	Bildung der Modulnote	Referat (100 %)			
	Form der Ausgleichsprüfung				
	Art der Wiederholungsprüfung	Mündliche Prüfung			
Angebotsrhythmus	WS		Dauer 1 Semester		
Aufnahmekapazität	20				
Unterrichtssprache	deutsch und englisch				

GM 021 - Strategisches Management in der Weinwirtschaft				3./4. Sem.;	6 CP	
Englische Modulbezeichnung		Strategic Management in Wine Business				
FB / Institut / Professur		Hochschule Geisenheim / Institut für allgemeinen und ökologischen Weinbau / Ökologischer Weinbau				
Verwendet in Studiengang (Sem.)		Weinwirtschaft, Master (3./4.)				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Robert Anton Göbel				
Teilnahmevoraussetzungen		Keine				
Kompetenzziele		Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • lernen die Differenzierung grundlegender Typen unternehmerischer Strategien • können strategischer Instrumente zur Unternehmensentwicklung analysieren und Entwicklungsalternativen ableiten • kennen die Methoden zur strategischen Positionierung eines Unternehmens in der Weinwirtschaft • können Produkte und Sortimente in der Weinwirtschaft entwickeln • können eine interne und externe Unternehmenskommunikation im Hinblick auf strategische Unternehmensziele entwickeln 				
Modulinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Analyse und Entwicklung von Unternehmensstrategien in der Weinwirtschaft • Instrumente der Positionierung und Profilierung für Unternehmen der Weinwirtschaft • Produkt- und Sortimentsentwicklung • Strategische Kommunikationsentwicklung 				
Lehrveranstaltungsform(en)		Seminar (50%), Übung (50%)				
Workload in Stunden	Workload insgesamt		180 Stunden			
			A Lehrveranstaltungen		B selbst gestaltete Arbeit	C Prüfung
			a Präsenzstunden	b Vor-/Nachbereitung		Summe
	Vorlesung					
	Seminar		30	60		
	Praktikum					
	Übung		30	60		
	Exkursion					
Hausaufgaben						
Workload insgesamt		60	120		180 / 6 CP	
Modulprüfung	Prüfungsform(en)		Hausarbeit und Referat			
	Bildung der Modulnote		Hausarbeit (50 %), Referat (50 %)			
	Form der Ausgleichsprüfung					
	Art der Wiederholungsprüfung		mündliche Prüfung			
Angebotsrhythmus		WS		Dauer 1 Semester		
Aufnahmekapazität		18				
Unterrichtssprache		Deutsch				

GM 025 - Ausgewählte Weinmärkte der Welt				3./4. Sem.;	6 CP
Englische Modulbezeichnung	Selected Wine Markets of the World				
FB / Institut / Professur	Hochschule Geisenheim / Institut für Wein- und Getränkewirtschaft / Internationale Weinwirtschaft				
Verwendet in Studiengang (Sem.)	Weinwirtschaft, Master (3./4.)				
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Paola Corsinovi				
Teilnahmevoraussetzungen	Grundkenntnisse in Marktanalyse				
Kompetenzziele	Die Studierenden: <ul style="list-style-type: none"> • analysieren die wichtigsten Weinerzeuger- und -Verbraucherländer und können hieraus Weinmärkte anhand von Kriterien abgrenzen • grenzen unterschiedliche Weinmarktentwicklungen voneinander ab, um diese empirisch zu analysieren 				
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Internationales Weinrecht im Vergleich • Ursachenanalyse unterschiedlicher Weinmarktentwicklungen • Handelsstrukturen im internationalen Vergleich • Vergleich von Länder- und Unternehmensstrategien 				
Lehrveranstaltungsform(en)	Vorlesung (50%), Seminar (50%)				
Workload in Stunden	Workload insgesamt	180 Stunden			
		A Lehrveranstaltungen		B selbst gestaltete Arbeit	C Prüfung
		a Präsenzstunden	b Vor-/Nachbereitung		Summe
	Vorlesung	30	60		
	Seminar	30	60		
	Praktikum				
	Übung				
	Exkursion				
Hausaufgaben					
Workload insgesamt	60	120			180 / 6 CP
Modulprüfung	Prüfungsform(en)	Referat und mündliche Prüfung			
	Bildung der Modulnote	Referat (30 %), mündliche Prüfung (70 %)			
	Form der Ausgleichsprüfung				
	Art der Wiederholungsprüfung	Mündliche Prüfung			
Angebotsrhythmus	WS	Dauer 1 Semester			
Aufnahmekapazität	20				
Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch				