

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-001 - Unternehmensführung in der Agrar- und Ernährungswirtschaft	3
MK-003 - Angewandte Ökonometrie	4
MK-045 - Marktlehre	5
MK-067-EN - Theorie und Praxis der ökonomischen Entwicklung	6
Kernmodule des zweiten Studienjahres (Geisenheim)	7
GM 016 - Genossenschaftswesen in der Weinwirtschaft	7
GM 018 - Angewandte Weinmarktforschung	8
GM 021 - Strategisches Management in der Weinwirtschaft	9
GM 025 - Ausgewählte Weinmärkte der Welt	10

Kernmodule des ersten Studienjahres (Gießen)

MK-001 - Unternehmensführung in der Agrar- und Ernährungswirtschaft			1./2. Sem.;	6 CP		
Englische Modulbezeichnung	Managerial Economics in the Agro-Food Industry					
FB / Institut / Professur	Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement / Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft / Betriebslehre der Ernährungswirtschaft					
Verwendet in Studiengang (Sem.)	Agrar- und Ressourcenökonomie, Master (1./2.) Ernährungswirtschaft, Master (1./2.) Weinwirtschaft, Master (1./2.)					
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Rainer Kühl					
Teilnahmevoraussetzungen	Keine (empfohlen: Kenntnisse der Mikroökonomik)					
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können betriebliche Entscheidungsprobleme der Organisation und Strategie lösen, • beherrschen strategische und operative Managementtechniken, • sind in der Lage, theoretische und praxisbezogene Lösungsverfahren zu erkennen und umzusetzen, • sind befähigt, sich an der Diskussion neuer internationaler Management- und Führungsstiltheorien zu beteiligen und diese weiter zu entwickeln. 					
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • strategische Unternehmensführung und -politik (Managerial Economics) • Wettbewerbsstrategien in der Agrar- und Ernährungswirtschaft • Struktur- und Konkurrentenanalyse, strategisches Technologie- und Umweltmanagement. • Gestaltungselemente der Unternehmensführung: Innovationsmanagement, Krisen- und Risikomanagement • ökonomische Theorien der Koordination, Motivation, Verträge und Anreize • Organisationsstrukturen für Unternehmen der Ernährungswirtschaft • Branchenanalysen 					
Lehrveranstaltungsform(en)	Vorlesung (73%), Übung (27%)					
Workload in Stunden	Workload insgesamt	180 Stunden				
		A Lehrveranstaltungen		B selbst gestaltete Arbeit	C Prüfung	
		a Präsenzstunden	b Vor-/Nachbereitung			Summe
	Vorlesung	44	88			
	Seminar					
	Praktikum					
	Übung	16	32			
	Exkursion					
Hausaufgaben						
	Workload insgesamt	60	120			180 / 6 CP
Modulprüfung	Prüfungsform(en)	mündliche Prüfung				
	Bildung der Modulnote	mündliche Prüfung (100 %)				
	Form der Ausgleichsprüfung					
	Art der Wiederholungsprüfung	Mündliche Prüfung				
Angebotsrhythmus	SS		Dauer 1 Semester			
Aufnahmekapazität	nicht limitiert					
Unterrichtssprache	Deutsch					

MK-003 - Angewandte Ökonometrie				1./2. Sem.;	6 CP	
Englische Modulbezeichnung		Applied Econometrics				
FB / Institut / Professur		Agrarwissenschaften, Ökotoxikologie und Umweltmanagement / Institut für Agrarpolitik und Marktforschung / Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft				
Verwendet in Studiengang (Sem.)		Agrar- und Ressourcenökonomie, Master (1./2.) Ernährungswirtschaft, Master (1./2.) Weinwirtschaft, Master (1./2.)				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Ramona Teuber				
Teilnahmevoraussetzungen		Keine				
Kompetenzziele		<p>Die Studierenden</p> <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 Ernährungswirtschaft bestehen; • können mit dem ökonometrischen Softwarepaket R eine Nachfrage-, Angebots- oder Preisanalyse für einen ausgewählten Lebensmittelmarkt durchführen und diese als Hausarbeit zusammenfassen. 				
Modulinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Wahrscheinlichkeitstheoretische und statistische Grundbegriffe der Ökonometrie; • einfache lineare und multiple Regressionsmodellen; • Testverfahren in der Regressionsanalyse; • Funktionsformen; • Probleme der ökonometrischen Analyse: Multikollinearität, Autokorrelation, Heteroskedastizität. • Einführung in das praktische Arbeiten mit dem ökonometrischen Programmpaket R; • ökonometrische Nachfrage- bzw. Angebotsanalyse; • ökonometrische Preisanalysen; 				
Lehrveranstaltungsform(en)		Vorlesung (70%), Übung (30%)				
Workload in Stunden	Workload insgesamt		180 Stunden			
			A Lehrveranstaltungen		B selbst gestaltete Arbeit	C Prüfung
			a Präsenzstunden	b Vor-/Nachbereitung		Summe
	Vorlesung		42	84		
	Seminar					
	Praktikum					
	Übung		18	36		
	Exkursion					
	Hausaufgaben					
Workload insgesamt		60	120		180 / 6 CP	
Modulprüfung	Prüfungsform(en)		Klausur und Hausarbeit oder Klausur und Bearbeitung von Aufgaben			
	Bildung der Modulnote		Klausur (60 %), Hausarbeit (40 %) oder Klausur (70 %), Bearbeitung von Aufgaben (30 %)			
	Form der Ausgleichsprüfung					
	Art der Wiederholungsprüfung		Klausur			
Angebotsrhythmus		WS		Dauer 1 Semester		
Aufnahmekapazität		nicht limitiert				
Unterrichtssprache		Deutsch				

MK-045 - Marktlehre			1./2. Sem.;	6 CP		
Englische Modulbezeichnung	Market Analysis					
FB / Institut / Professur	Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement / Institut für Agrarpolitik und Marktforschung / Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft					
Verwendet in Studiengang (Sem.)	Ernährungsökonomie, Master (1./2.) Weinwirtschaft, Master (1./2.)					
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Ramona Teuber					
Teilnahmevoraussetzungen	Angewandte Ökonometrie (MK 003)					
Kompetenzziele	<p>Die Studierenden</p> <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 fortgeschrittene Literatur zu aktuellen Themen der Marktanalyse identifizieren und auswerten und den Stand der Forschung im Referat zusammenfassen und darstellen. 					
Modulinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • erweiterte Konsumtheorie (Dualität, Slutsky-Gleichung); • verhaltensökonomische Konzepte; • mikroökonomische Methoden der Analyse unvollkommener Märkte (spieltheoretische Methoden); • theoretische und empirische Methoden zur Bestimmung von Marktmacht; • Preisbildung auf unvollkommenen Märkten bei alternativen Marktformen (monopolistische Konkurrenz, Oligopol, Oligopson, Teilmonopol); • Preisdifferenzierung und räumliche Preissetzungsstrategien, • nicht preispolitische Wettbewerbsstrategien von Unternehmen auf unvollkommenen Märkten: Qualitäts-, Innovations- und Kapazitätswettbewerb, • Analyse von Fallstudien aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft zu den methodischen Konzepten <p>Seminar: Präsentation und kritische Diskussion studentischer Referate 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 Labeling.</p>					
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)	Klausur und Vortrag mit schriftlicher Ausarbeitung				
	Bildung der Modulnote	Klausur (50 %), Vortrag mit schriftlicher Ausarbeitung (50 %)				
	Form der Ausgleichsprüfung					
	Art der Wiederholungsprüfung	Klausur und Vortrag mit schriftlicher Ausarbeitung				
Angebotsrhythmus	SS		Dauer 1 Semester			
Aufnahmekapazität	nicht limitiert					
Unterrichtssprache	Deutsch					

MK-067-EN - Theorie und Praxis der ökonomischen Entwicklung				1./2. Sem.;	6 CP	
Englische Modulbezeichnung		Theory and Practice of Economic Development				
FB / Institut / Professur		Agrarwissenschaften, Ökotropologie und Umweltmanagement / Institut für Agrarpolitik und Marktforschung / Agrar-, Ernährungs- und Umweltpolitik				
Verwendet in Studiengang (Sem.)		Transition Management, Master (2.)Weinwirtschaft, Master (1./2.)Agrar- und Ressourcenökonomie, Master (1./2.)				
Modulverantwortliche/r		Prof. Dr. Martin Petrick				
Teilnahmevoraussetzungen		Keine				
Kompetenzziele		<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sind mit den Grundkonzepten der Analyse von ökonomischen Entwicklungen vertraut • sind in der Lage diese Konzepte auf eine große Bandbreite von aktuellen Entwicklungsthemen anzuwenden • sind sich der Rolle von natürlichen Ressourcen und Institutionen im Entwicklungsprozess bewusst • berücksichtigen ökonomische Entwicklungen als ein interdisziplinäres Thema und sind in der Lage der angrenzenden Sozialwissenschaften in einen problemzentrierten Ansatz zu integrieren 				
Modulinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Wachstums- und Entwicklungsmodelle • Temporäre Entwicklungsmodelle • Handel & Globalisierung • Entwicklungsstrategien und Industriepolitik • Ressourcenfluch • Landbesitz & ag-Vertrag • Agrarwende • Umwelt & Gemeinschaftsgüter • Institutionen & Entwicklung 				
Lehrveranstaltungsform(en)		Vorlesung (100%)				
Workload in Stunden	Workload insgesamt		180 Stunden			
			A Lehrveranstaltungen		B selbst gestaltete Arbeit	C Prüfung
			a Präsenzstunden	b Vor-/Nachbereitung		Summe
	Vorlesung		60	120		
	Seminar					
	Praktikum					
	Übung					
	Exkursion					
Hausaufgaben						
Workload insgesamt		60	120		180 / 6 CP	
Modulprüfung	Prüfungsform(en)		Klausur oder Vortrag oder Klausur und Bearbeitung von Aufgaben			
	Bildung der Modulnote		Klausur (100 %) oder Vortrag (100 %) oder Klausur (50 %), Bearbeitung von Aufgaben (50 %)			
	Form der Ausgleichsprüfung					
	Art der Wiederholungsprüfung		Klausur			
Angebotsrhythmus		WS		Dauer 1 Semester		
Aufnahmekapazität		Nicht limitiert				
Unterrichtssprache		Englisch				

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				