

Modulhandbuch
Fachbereich Wirtschaft

gültig ab 01.10.2024



Forschungsmethoden (W3M10001)

Applied Research

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10001	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Verständnis für die Bedeutung von Wissenschaft entwickelt und kennen die Erkenntnistheorie und den damit verbundenen Methodendiskurs in der wissenschaftlichen Theoriebildung. Darüber hinaus haben sie ein Verständnis für den Nutzen von wissenschaftlichen Untersuchungen und der Theoriebildung entwickelt. Die Studierenden sind Expertin oder Experte für anwendungsorientierte Fragestellungen und die Überprüfung von Theorien. Sie haben Kenntnis der jeweils angemessenen Verfahren der Gewinnung und Analyse von Informationen in Form von Datengenerierung, -aufbereitung, -analyse und -interpretation im Kontext typischer Forschungsfragestellungen, um daraus eine Handlungsempfehlung abzuleiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Relevanz von Forschungsprojekten und Ableitung eventuell praktisch nutzbarer Denkanstöße oder Handlungsempfehlungen zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Rahmen der Wertschätzung von wissenschaftlichen Vorgehensweisen, kennen sie die Bedeutung der ethischen und verantwortungsbewussten Datenerhebung und Datenverwendung, unter denen die Analyse und Interpretation von Erkenntniszusammenhängen möglich ist.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und formulieren wissenschaftlichen Fragestellungen, leiten ein geeignetes Forschungsdesign ab und reflektierten kritisch die Ergebnisse und den Forschungsprozess.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsmethoden	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Theoretische Grundlagen der Wirtschafts- und Sozialforschung
- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen und Erkenntnistheorien
- Modellentwicklung und resultierende Theoriebildung sowie Theoriebewertung

Prozesse der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung
- Formulierung von Fragestellungen
Hypothesenbildung
- Auswahl des Forschungsdesigns
- Datenerhebung
- Datenanalyse und -interpretation

Ausgewählte Verfahren der Wirtschafts- und Sozialforschung
- Beobachtung, Befragung und experimentelle Verfahren
- Psychometrische und apparative Verfahren
- Uni-, bi- und multivariate Verfahren
- Qualitative Inhaltsanalyse

Anwendungsorientierte Forschungsprojekte
- Sammlung potentieller Forschungsthemen
- Skizze für das Design eines exemplarischen Forschungsthemas

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (Bachelorniveau) und Grundlagen der deskriptiven Statistik.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Baur, N.; Fromm, S.: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene - Ein Arbeitsbuch, Wiesbaden
Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin
Barker, G., Kicher, P.: Philosophy of Science: A new introduction, Oxford
Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlage und praktische Anwendung, Wiesbaden
Fantapie-Altobelli, C. – Marktforschung, Stuttgart
Hey, B.: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, Heidelberg
Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg
Kuhn: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, Berlin
Kuckartz U. et al.: Statistik - Eine verständliche Einführung, Wiesbaden
Kuckartz, U.: Qualitative Inhaltsanalyse, Weinheim
O'Brian, D.: An introduction to the Theory of Knowledge, Cambridge
Saunders, M.: Research Methods for Business Students, Harlow
Schnell, R.; Hill, P. B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden
Stier, W.: Empirische Forschungsmethoden, Berlin
Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München

Lehrforschungsprojekt: Aktuelle Managementthemen (W3M10002)

Student Research Project: Contemporary Management Topics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10002	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erarbeiten sich selbständig aktuelle Themen zum Management von Unternehmen oder mit Branchen-/Funktionsbezug. Hierbei vertiefen sie sich in Aspekte, die aufgrund ihrer Aktualität teils über das Curriculum hinausgehen. Darüber hinaus werden ihnen durch die Beiträge der Kommilitonen*innen zahlreiche weitere Impulse eröffnet, die durch die Veranstaltung als (interdisziplinäre) Austauschplattform vertieft werden können.

METHODENKOMPETENZ

Bei der Bearbeitung der Themen wenden die Studierenden Methoden und Techniken im jeweiligen fachlichen Kontext und beruflichen Anwendungsfeld an, reflektieren diese und entwickeln sie weiter.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden stellen ihr Thema aus ihrer (fachkulturellen) Perspektive stichhaltig und sachgemessen vor. Durch den interdisziplinären Austausch in der Veranstaltung werden sie für die unterschiedlichen Sichtweisen ihrer Kommilitonen*innen aus anderen Unternehmen, Branchen und Funktionen sensibilisiert. Sie lernen dadurch, ihren Standpunkt zu hinterfragen und sich kritisch damit auseinanderzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, übergreifende Auswirkungen aktueller Herausforderungen auf ihr Unternehmen bzw. die Branche zu analysieren und situationsangemessen damit umzugehen. Sie schärfen ihren Weitblick und entwickeln neue Vorgehensweisen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Lehrforschungsprojekt: Aktuelle Managementthemen	42	93

In diesem Modul werden im Rahmen eines Seminars Fragen zu aktuellen Themen aus dem erweiterten Kontext des Managements erarbeitet. Fallabhängig erfolgt ein Themeneinstieg über (Impuls-)Vorträge. Daran anschließend durchlaufen die Studierenden aktiv und in selbstständig organisierter Einzel- oder Gruppenarbeit ein eigenes Forschungsprojekt, indem sie unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Daten erheben, auswerten und im Rahmen der gewählten Prüfungsform präsentieren. Dabei werden sie durch den*die Dozierende gezielt unterstützt. Die [Studierende erwerben damit Kompetenzen in der strukturierten und fundierten Herangehensweise an die Beantwortung einer Fragestellung, der Eigenorganisation, des Problemlöse- und Durchhaltevermögens sowie Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten, die auch außerhalb der Hochschule von hoher Bedeutung sind.]

BESONDERHEITEN

Die Seminararbeit wird mit 70% gewichtet, der Vortrag mit 30%.

In der Veranstaltung wird i.d.R. ein übergeordnetes Thema behandelt, das auch studiengangsübergreifend organisiert werden kann.

Im Studiengang MBA ist die Prüfung in der Regel als Gruppenarbeit (§ 5 Abs. 1 MaStuPro) zu erbringen.

Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss des Moduls Forschungsmethoden bzw. entsprechende Vorkenntnisse.

LITERATUR

- Abele, Thomas (Hrsg.): Fallstudien zum Technologie- & Innovationsmanagement. Praxisfälle zur Wissensvertiefung, Wiesbaden, 2019
- Anderson, Chris.: TED Talks. The Official TED Guide to Public Speaking, Boston/New York, 2018.
- Gallo, Carmine: The Presentation Secrets of Steve Jobs. How to be Insanely Great in Front of Any Audience, New York, 2010
- Gerhold, Lars et al. (Hrsg.): Standards und Gütekriterien der Zukunftsforschung. Ein Handbuch für Wissenschaft und Praxis, Wiesbaden, 2015
- Gochermann, Josef.: Technologiemanagement. Technologien erkennen, bewerten und erfolgreich einsetzen, Wiesbaden, 2020
- Hey, Barbara: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, 2., überarbeitete Auflage, Berlin/Heidelberg, 2019
- Lauff, Werner: Perfekt schreiben, reden, moderieren, präsentieren, 2., aktualisierte und ergänzte Auflage, Stuttgart, 2019
- Lingnau, Volker/Müller-Seitz, Gordoan/Roth, Stefan (Hrsg.): Management der Digitalen Transformation. Interdisziplinäre theoretische Perspektiven und praktische Ansätze, München, 2018
- Lochmahr, Andrea/Müller, Patrick/Planing, Patrick/Popovic, Tobias (Hrsg.): Digitalen Wandel gestalten. Transdisziplinäre Ansätze aus Wissenschaft und Wirtschaft, Wiesbaden, 2019
- Minto, Barbara: Das Prinzip der Pyramide. Ideen klar, verständlich und erfolgreich kommunizieren, Hallbergmoos, 2005
- Müller-Friemauth, Friederike/Kühn, Rainer: Ökonomische Zukunftsforschung. Grundlagen – Konzepte – Perspektiven, Wiesbaden, 2017
- Müller-Friemauth, Friederike/Kühn, Rainer.: Silicon Valley als unternehmerische Inspiration. Zukunft erforschen – Wagnisse eingehen – Organisationen entwickeln, Wiesbaden, 2016
- Schellinger, Jochen/Tokarski, Kim Oliver /Kissling-Näf, Ingrid (Hrsg.): Digitale Transformation und Unternehmensführung. Trends und Perspektiven für die Praxis, Wiesbaden, 2020
- Watzlawick, Paul/Beavin, Janet. H./Jackson, Don. D.: Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien, 12., unveränd. Aufl., Bern u.a., 2011
zzgl. themenspezifische Literatur

Forschungsprojektarbeit I (W3M10011)

Research Project I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10011	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	Siehe Pruefungsordnung	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	8	127	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden eignen sich selbständig detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand in dem von ihnen gewählten Themenbereich an. Sie entwickeln die Fähigkeit, mit Hilfe wissenschaftstheoretischer Vorgehensweisen existierende betriebliche Lösungen zu modifizieren oder neuartige Lösungsszenarien zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden nutzen relevante Arbeitsmethoden zur Informationssammlung. Sie bauen Erfahrungswissen im Umgang mit einer Forschungsmethode auf. Die Studierenden entwerfen Forschungsfragen und gehen systematisch sowie wissenschaftsgestützt bei der Beantwortung vor. Ihre Lösungsvorschläge für das Unternehmen bzw. die öffentliche Institution können sie kritisch reflektieren sowie deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Für die forschungsorientierte Aufgabe können die Studierenden Ziele ableiten und selbständig Vorgehensweisen entwickeln. In der Forschungsprojektarbeit zeigen die Studierenden Lösungen auf, die Neuerungen und Innovationen im betrieblichen Umfeld anstoßen bzw. unterstützen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der bis dato kennengelernten Fachgebiete lösungsorientiert verknüpfen, um daraus ein anwendungsorientiertes Forschungsprojekt zu konzipieren. Sie reflektieren berufliche Gegebenheiten vor einem theoretischen Hintergrund und entwickeln daraus abgeleitet adäquate berufspraktische Lösungen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit I	8	127

Die Forschungsprojektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen bzw. öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien. Die Forschungsprojektarbeit I soll einen inhaltlichen Schwerpunkt haben, der in einem der Themengebiete der ersten beiden Semester liegt (Studiengangsmodule oder Wahlmodule des Studiengangs).

Ein Begleitseminar unterstützt die Studierenden bei der Themenabgrenzung und Entwicklung des Forschungsdesigns und fördert darüber hinaus das gemeinschaftliche Lernen.

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%. Die schriftliche Ausarbeitung hat einen Umfang von 15 – 20 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten. Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Die Forschungsprojektarbeit I kann angemeldet werden, wenn das Modul „Forschungsmethoden“ erfolgreich absolviert wurde.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Akca, N./Bruns, A. S./Fromen, B./Zelewski, S. (Hrsg.): Case-Study-Guide. Grundlagen - Anschauungsbeispiele - Hinweise für Seminararbeiten, Berlin.
- Ang, Siah Hwee: Research Design for Business & Management, Los Angeles u.a.
- Flick, U./ von Kardorff, E./Steinke, I. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg
- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Bern
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart
- Kuckartz, U.: Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren, Wiesbaden
- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim
- Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, London
- Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
- Schwaiger, M./Meyer, A. (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende, München
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München
- Weber, D.: Wissenschaftlich arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim
- Wilson, J.: Essentials of Business Research, London

zzgl. themenspezifische Literatur

Forschungsprojektarbeit II (W3M10012)

Research Project II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10012	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	Siehe Pruefungsordnung	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	8	127	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln eine Routine bei der selbständigen Aneignung von detailliertem und spezialisiertem Wissen in dem von ihnen gewählten Themenbereich. Sie erweitern ihr Wissen und Verständnis von anwendungsorientierter Forschung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln relevante Arbeitsmethoden zur Informationssammlung weiter. Sie bauen ihr Erfahrungswissen im Umgang mit Forschungsmethoden aus. Ihre systematische und wissenschaftsgestützte Vorgehensweise bei der Beantwortung selbständig entworfener Forschungsfragen entwickeln die Studierenden weiter.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an konzeptionellem Denken, Zeit- und Selbstmanagement sowie Reflexivität auf. Durch die in der Forschungsprojektarbeit erarbeiteten Lösungsvorschläge sind sie Impulsgeber für Weiterentwicklungen und Innovationen im Unternehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verknüpfen ihr erweitertes fachliches Wissen mit ihrem vertieften Verständnis von organisatorischen und inhaltlichen Zusammenhängen ihres betrieblichen Umfelds, so dass die in der Forschungsprojektarbeit entwickelten praktischen und fachlichen Lösungsstrategien von hoher Angemessenheit und Relevanz sind.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit II	8	127

Die Forschungsprojektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen bzw. öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien. Die Forschungsprojektarbeit II soll einen inhaltlichen Schwerpunkt zum Studiengang haben (Studiengangsmodule oder Wahlmodule des Studiengangs).

Ein Begleitseminar unterstützt die Studierenden bei der Themenabgrenzung und Entwicklung des Forschungsdesigns und fördert darüber hinaus das gemeinschaftliche Lernen.

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%. Die schriftliche Ausarbeitung hat einen Umfang von 15 – 20 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten. Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Die Forschungsprojektarbeit II kann in der Regel erst angemeldet werden, wenn das Modul „Forschungsprojektarbeit I“ erfolgreich absolviert wurde. Eine Ausnahme ist nur auf begründeten Antrag und nach Genehmigung durch die*den Modulverantwortliche*n möglich.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Akca, N./Bruns, A. S./Fromen, B./Zelewski, S. (Hrsg.): Case-Study-Guide. Grundlagen - Anschauungsbeispiele - Hinweise für Seminararbeiten, Berlin.
- Ang, Siah Hwee: Research Design for Business & Management, Los Angeles u.a.
- Flick, U./von Kardorff, E./Steinke, I. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg
- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Bern
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart
- Kuckartz, U.: Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren, Wiesbaden
- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim
- Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, London
- Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
- Schwaiger, M./Meyer, A. (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende, München
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München
- Weber, D.: Wissenschaftlich arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim
- Wilson, J.: Essentials of Business Research, London

zzgl. themenspezifische Literatur

Masterarbeit (W3M10013)

Master Thesis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10013	-	1	Prof. Dr. Boris Alexander Kühnle	

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Individualbetreuung	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Masterarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Mündliche Prüfung (Kolloquium)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
540	8	532	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden setzen ihre routinierte, selbständige Aneignung von detailliertem und spezialisiertem Wissen sowie ihr vertieftes Wissen zu und Verständnis von anwendungsorientierter Forschung ein, um einen Beitrag zur normativen, strategischen und/oder operativen Weiterentwicklung von Unternehmen bzw. öffentlichen Institutionen – insbesondere in ökonomischer Hinsicht - zu leisten. Sie sind fähig, sich dauerhaft berufliches Wissen systematisch anzueignen und dies weiterzugeben.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden nutzen die erlernten Forschungsmethoden zur Beantwortung einer ausgewählten Problemstellung aus ihrem betrieblichen Umfeld. Sie können eigenverantwortlich die für die Forschungsfrage geeignete Methode selektieren, kritisch reflektieren und anwenden. Ihre Forschungsergebnisse ordnen sie anhand wissenschaftlicher Publikationen in den aktuellen Erkenntnisstand ein.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein komplexes Forschungsprojekt zu strukturieren und durch ein entsprechendes Zeit- und Selbstmanagement fristgerecht umzusetzen. Sie finden eine angemessene Balance zwischen inhaltlichen Anforderungen und zeitlichen Restriktionen. Sie können im Unternehmen und darüber hinaus durch ihr Tun wesentliche Erkenntnisbeiträge leisten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können das über das gesamte Studium hinweg erworbene tiefe Verständnis zu übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen auf eine Problemstellung aus der unternehmerischen Praxis anwenden und systematisch anhand wissenschaftlicher Methoden konkrete, reflektierte Lösungsvorschläge ausarbeiten. Sie tragen damit auf anspruchsvolle Weise zu einem Erkenntnisfortschritt und wertschöpfender Innovation innerhalb und außerhalb von Organisationen bei.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mastermodul	8	532

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Die Masterarbeit stellt eine selbständige und nach wissenschaftlichen Prinzipien gestaltete schriftliche Ausarbeitung zu einer geeigneten Fragestellung dar. Sie greift prinzipiell anwendungsorientierte Problemstellungen auf und löst diese unter Nutzung von methodisch-analytischen Kompetenzen und Techniken innerhalb einer vorgegebenen Zeit. Die mündliche Prüfung beinhaltet die Präsentation und Diskussion der Masterarbeit. Der*die Studierende zeigt dabei, dass er*sie Fragestellungen fächerübergreifend problem- und methodenorientiert sowie selbständig bearbeiten und in einen weiteren betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen kann.

Ein Begleitseminar unterstützt die Studierenden bei der Themenabgrenzung und Entwicklung des Forschungsdesigns und fördert darüber hinaus das gemeinschaftliche Lernen.

Kolloquium

0

0

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Masterarbeit 70% und Mündliche Prüfung 30%. Das Modul kann in Absprache mit den Prüfer*innen auch in englischer Sprache absolviert werden.

Die Masterarbeit hat einen Umfang von 60 – 80 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von vier Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.

Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Eine Anmeldung auf das Modul kann frühestens erfolgen, wenn die Voraussetzungen der jeweils gültigen Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) (Master Studien- und Prüfungsordnung DHBW – MaStuPro DHBW) erfüllt sind. Zur Anmeldung gehört daneben ein Exposé, das Teil des Anmeldeformulars ist.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Akca, N./Bruns, A. S./Fromen, B./Zelewski, S. (Hrsg.): Case-Study-Guide. Grundlagen - Anschauungsbeispiele - Hinweise für Seminararbeiten, Berlin.
- Ang, Siah Hwee: Research Design for Business & Management, Los Angeles u.a.
- Bui, Y. N.: How to Write a Master's Thesis, Thousand Oaks u.a.
- Ebster, C./Stalzer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, München
- Eco, U.: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt, Heidelberg
- Esselborn-Krumbiegel, H.: Von der Idee zum Text, Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben, Stuttgart
- Fielding, N. G./Lee, R. M./Black, G. (Hrsg.): The Sage Handbook of Online Research Methods, London u.a.
- Flick, U./von Kardorff, E./Steinke, I. (Hrsg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg
- Huemer, B./Rheindorf, M./Gruber, H.: Abstract, Exposé und Förderantrag. Eine Schreibanleitung für Studierende und junge Forschende, Wien u.a.
- Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation, Bern
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart
- Kuckartz, U.: Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren, Wiesbaden
- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim
- Raffée, H.: Grundprobleme der Betriebswirtschaftslehre, Göttingen
- Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A.: Research Methods for Business Students, London
- Schnell, R./Hill, P.B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München
- Schwaiger, M./Harhoff, D. (Hrsg.): Empirie und Betriebswirtschaft. Entwicklungen und Perspektiven, Stuttgart
- Schwaiger, M./Meyer, A. (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende, München
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München
- Weber, D.: Wissenschaftlich arbeiten für Wirtschaftswissenschaftler. Untersuchungen planen, durchführen und auswerten, Weinheim
- Wilson, J.: Essentials of Business Research, London

Ergänzend: DHBW (Hrsg.): Richtlinien zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis und zum Umgang mit wissenschaftlichem Fehlverhalten an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg

zzgl. themenspezifische Literatur

Jahresabschluss nach IFRS und HGB im Vergleich (W3M10101)

Financial Statements in accordance with IFRS and German GAAP (HGB)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10101	-	1	Prof. Dr. Stefan Leukel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben ein vertieftes Verständnis über die Verpflichtungen zur Rechnungslegung nach HGB und IFRS und können die Relevanz nach den Spezifika der jeweiligen Unternehmen zuordnen und beurteilen. Sie beherrschen im Detail die aktuellen Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisregeln nach HGB und IFRS und können die wesentlichen Unterschiede zwischen den Rechnungslegungssystemen identifizieren und mit Blick auf die Zielsetzungen der Rechnungslegung kritisch würdigen. Die Absolventinnen und Absolventen erkennen die Vernetzung dieses Bereiches mit anderen Bereichen des Rechnungswesens (z.B. Kosten- und Leistungsrechnung, wertorientierte Unternehmenssteuerung) und können Auswirkungen von Bilanzierungsentscheidungen auf diese anderen Bereiche bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen können selbständig auch komplexere Problemstellungen der Rechnungslegung in ihre Bestandteile zerlegen (z.B. Ansatz, Bewertung, Ausweis), beurteilen und normenbasiert sachgerechte Lösungen entwickeln. Sie sind ferner in der Lage, vorgelegte Lösungen für Bilanzierungsprobleme systematisch und kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie wissen um die Bedeutung eines normgerechten Verhaltens im Bereich der Rechnungslegung und können bestehende Ermessensspielräume und Wahlrechtsausübungen in ihren ethischen Grenzen einschätzen. Durch Fallbetrachtungen werden Lösungsmöglichkeiten selbständig und eigenverantwortlich erarbeitet sowie die erworbenen Kenntnisse teamfähig und zielorientiert präsentiert und umgesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Jahresabschluss nach IFRS und HGB im Vergleich	42	93

Pflicht zur und Bestandteile der externen Rechnungslegung nach IFRS und HGB
 Zwecke der externen Rechnungslegung nach IFRS und HGB
 Rechtsquellen und Grundsätze der externen Rechnungslegung nach IFRS und HGB
 Ansatzkonzeptionen nach IFRS und HGB im Vergleich
 Ansatz und Bewertung bedeutsamer Bilanzpositionen nach IFRS und HGB im Vergleich: z.B. immaterielles Anlagevermögen, Sachanlagevermögen, Vorräte, finanzielles Vermögen, finanzielle Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Eigenkapital, latente Steuern, Leasingfälle
 Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. Gesamterfolgsrechnung

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse der Finanzbuchführung und der handelsrechtlichen Rechnungslegung sollten vorhanden sein.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Lehrbücher:

Baetge/Kirsch/Thiele: Bilanzen, Düsseldorf

Buchholz: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München

Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundsätze, Stuttgart

Pellens u.a.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart

Kommentare:

Adler/Düring/Schmalz: Rechnungslegung nach Internationalen Standards, München

Beck'scher Bilanzkommentar: Der Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht, München

Heuser/Theile: IFRS-Handbuch, Köln

Lüdenbach/Hoffmann: IFRS-Kommentar, Freiburg

Wertorientiertes Management und Controlling (W3M10102)

Value based Management and Controlling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10102	-	1	Prof. Dr. Petra Kroflin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über detaillierte Kenntnis der Shareholder Value Konzepte und sind imstande, deren Relevanz für verschiedene Anwendungen im Kontext der wertorientierten Unternehmensführung einzuschätzen. Ebenso beherrschen die Studierenden gängige Methoden zur Bestimmung von Unternehmenswerten und können diese in der Praxis einsetzen. Die Studierenden verfügen über umfangreiches Wissen zu den Wirkungszusammenhängen zwischen operativen Einflussfaktoren und dem Unternehmenswert. Auf Basis dieses Wissens können sie Maßnahmen und Methoden zur Steigerung des Unternehmenswertes entwickeln. Ebenso sind sie aufgrund ihrer umfangreichen Fachkenntnisse in der Lage, ein für ein Unternehmen angepasstes Controlling-System zu entwickeln und dabei die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Systeme (z.B. Kennzahlensysteme) bewertend einfließen zu lassen. Aufgrund der hohen Aktualität des Wertbegriffs und des umfangreichen Diskurses zum Shareholder Value Konzept sind die Studierenden über die neuesten wissenschaftlichen Positionen im Bereich Wertorientierung im Bilde und können diese im wissenschaftlichen Kontext anschlussfähig diskutieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die genannten Konzepte sowohl wissenschaftlich als auch hinsichtlich ihrer praktischen Anwendbarkeit kritisch reflektieren. So können sie auch die Berechtigung und Grenzen der Shareholder versus Stakeholderansätze benennen und abwägen und vermeiden so ungewollte Polarisierung. Sie sind imstande, den wissenschaftlichen Diskurs zum Thema Wertorientierung durch prägnante wissenschaftliche Fragestellungen voranzutreiben. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen außer den ideologischen Hintergründen auch die Möglichkeiten und Grenzen der praktischen Anwendbarkeit der Modelle. Durch Erfahrung im Umgang mit diesen Modellen im praktischen Umfeld tragen sie auch zu deren ständiger Weiterentwicklung bei.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich ihrer Verantwortung als Controller*innen bewusst, indem sie die Modelle der Wertorientierten Unternehmensführung verantwortungsbewusst, zum Wohle aller Anspruchsgruppen einsetzen und so an der Zukunftsbeständigkeit von Unternehmen beitragen. Gleichzeitig sind sie sich der ethischen Spannungsfelder zwischen den Ansprüchen verschiedener Gruppen bewusst und finden verantwortungsvolle Antworten hierauf.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Aufgrund ihrer methodisch fachlichen Kenntnis und ihres Erfahrungswissens können die Studierenden sowohl innerhalb des Unternehmens als auch außerhalb angemessene Entscheidungen treffen und deren Auswirkungen fundiert abschätzen. Sie können die Rolle des Unternehmens in seinem wirtschaftlich gesellschaftlichen Umfeld reflektieren und eigenverantwortliche Entscheidungen treffen und rechtfertigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wertorientiertes Management und Controlling	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Theoretische Grundlagen & Kennzahlen der Wertorientierung

- Wertorientierung als Managementkonzept
- Theoretische Grundlagen der Wertorientierung: Theorem der neoklassischen Finanzierungstheorie, Fisher-Separation, Neo-Institutionalismus und Behavioral Finance
- Begründung des Shareholder Value als Oberziel der Unternehmensleitung
- Bewertung von Investitionsalternativen unter Unsicherheit
- Portfolio Selection Theory als Ansatz für Entscheidungen unter Unsicherheit über Investitionsprogramme
- Capital Asset Pricing Model (CAPM) und Arbitrage Pricing Theory (APT)
- Renditeforderung der Kapitalgeber und die Kapitalkostenkonzeption des WACC
- Wichtige Kennzahlen der Wertorientierung: Economic Value Added (EVA), Market Value Added (MVA), Cash Flow Return on Investment (CFROI), Cash Value Added (CVA), Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA), Cash-Burn Rate
- Portfolio Management in der Praxis

Wertorientiertes Controlling

- Zusammenhang zwischen Wertorientierung und Controlling: Beeinflussung des Unternehmenswertes durch Controlling, Grenzen traditioneller Kennzahlen
- Ausgestaltung eines wertorientierten Controllings: Zielsystem, daraus abgeleitete Aufgaben, geeignete Instrumente und Methoden, erforderliche Informationen
- Umsetzung eines wertorientierten Controllings: z. Bsp.: Shareholder Value-Netzwerk, Werttreiber-Modelle, CFROI-Schema, Balanced Scorecard, Performance Measurement-Ansätze
- Zahlungsstromorientiertes Controlling
- Verknüpfung von kurz- und langfristigen wertorientierten Verfahren

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Coenenberg, A.G., Salfeld R.: Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, Stuttgart
- Rappaport, A.: Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren, Stuttgart.
- Wagenhofer/Hrebicek (Hrsg.): Wertorientiertes Management -Konzepte und Umsetzung zur Unternehmenswertsteigerung, Stuttgart
- Weber, J. u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden
- Young, S. D. /O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al.
- Baum, H-G./ Coenenberg, A. G., Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart
- Böhl, S.: Wertorientiertes Controlling: Eine ganzheitliche führungsprozessorientierte Konzeption zur Unterstützung der Implementierung einer wertorientierten Unternehmensführung Hamburg
- Camphausen, B.: Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling, München
- Mensch, G.: Finanz-Controlling: Finanzplanung und -kontrolle. Controlling zur finanziellen Unternehmensführung, München
- Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Sternenfels
- Schierenbeck, H./ Lister, M.: Value Controlling: Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung, München
- Schröder, R. W./ Wall, F.: Controlling zwischen Shareholder Value und Stakeholder Value: Neue Anforderungen, Konzepte und Instrumente, München
- Coenenberg, A.G./ Salfeld R.: Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, Stuttgart
- Rappaport, A.: Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren, Stuttgart.
- Wagenhofer/Hrebicek (Hrsg.): Wertorientiertes Management - Konzepte und Umsetzung zur Unternehmenswertsteigerung, von, Stuttgart,
- Weber, J. u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden
- Young, S. D. /O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al.
- Baum, H-G./ Coenenberg, A. G., Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart
- Böhl, S.: Wertorientiertes Controlling: Eine ganzheitliche führungsprozessorientierte Konzeption zur Unterstützung der Implementierung einer wertorientierten Unternehmensführung Hamburg
- Camphausen, B.: Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling, München
- Mensch, G.: Finanz-Controlling: Finanzplanung und -kontrolle. Controlling zur finanziellen Unternehmensführung, München
- Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Sternenfels
- Schierenbeck, H., Lister, M.: Value Controlling: Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung, München
- Schröder, R. W./ Wall, F.: Controlling zwischen Shareholder Value und Stakeholder Value: Neue Anforderungen, Konzepte und Instrumente, München

Konzernrechnungslegung nach IFRS und HGB (W3M10107)

Consolidated Financial Statements in accordance with IFRS and German GAAP (HGB)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10107	-	1	Prof. Dr. Stefan Leukel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN**FACHKOMPETENZ**

Die Absolventinnen und Absolventen erkennen ausgehend von den Schwächen des Einzelabschlusses die Notwendigkeit eines Konzernabschlusses. Sie entwickeln ein vertieftes Verständnis über die Zusammensetzung des Konsolidierungskreises im engeren und weiteren Sinne nach den einschlägigen nationalen und internationalen Normen. Sie sind in der Lage bestehende Unternehmensverbindungen mit Blick auf die Einbeziehung in den Konsolidierungskreis zu beurteilen. Sie wissen um die Einheitlichkeit von Ansatz- und Bewertungsregeln und deren Umsetzung in einer sog. HB II. Auf Basis dieser können sie im Rahmen einer Vollkonsolidierung die Abschlüsse des Mutter- und der Tochterunternehmen nach den nationalen und internationalen Rechnungslegungsnormen zusammenfassen. Die dabei auftretenden Besonderheiten sind ihnen vertraut und sie können zielgerichtet die Konsolidierungsbuchungen vornehmen und einen Konzernabschluss erstellen. Ferner sind sie in der Lage auch die Konzernbeziehungen im Rahmen des erweiterten Konsolidierungskreises sachgerecht durch Anwendung der einschlägigen nationalen und internationalen Abbildungsregeln in den Konzernabschluss einzubeziehen.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen wissen um die für die Konzernabschlusserstellung erforderlichen Vorarbeiten, auch bei den Tochterunternehmen, und sind in der Lage, die erforderlichen Informationen abzufragen und umzusetzen. Die Absolventinnen und Absolventen können selbständig auch komplexere Problemstellungen der Konzernrechnungslegung in ihre Bestandteile zerlegen, beurteilen und normenbasiert sachgerechte Lösungen entwickeln. Sie sind ferner in der Lage, vorgelegte Lösungen für Konsolidierungsprobleme kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie wissen um die Bedeutung eines normgerechten Verhaltens im Bereich der Rechnungslegung und können bestehende Ermessensspielräume und Wahlrechtsausübungen in ihren ethischen Grenzen einschätzen. Durch Fallbetrachtungen werden Lösungsmöglichkeiten selbständig und eigenverantwortlich erarbeitet sowie die erworbenen Kenntnisse teamfähig und zielorientiert präsentiert und umgesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Konzernrechnungslegung nach IFRS und HGB	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Konzernbegriff und –arten
Bestandteile eines Konzernabschlusses nach HGB und IFRS
Pflicht zur Konzernrechnungslegung und Abgrenzung des Konsolidierungskreises nach HGB und IFRS
Konsolidierungsarten nach HGB und IFRS: Tochterunternehmen, Anteile an Joint Ventures, Anteile an assoziierten Unternehmen
Bedeutsame Einzelfragen der Abgrenzung des Konsolidierungskreises und der Konsolidierung nach HGB und IFRS: z.B. Einbeziehung von Zweckgesellschaften, Kaufpreisallokation, Behandlung des Geschäfts- oder Firmenwertes und Impairment-Test, Konsolidierung im mehrstufigen Konzern, bilanzielle Abbildung des (sukzessiven) Kaufs und Verkaufs von Konzernunternehmen
Aktuelle Themen der Konzern- und Internationalen Rechnungslegung: z.B. Fair-Value Bilanzierung, Bilanzierung immaterieller Werte, Ergebnis je Aktie

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Gute Kenntnisse der Finanzbuchführung sowie der Bilanzierungsregeln nach HGB und IFRS in Bezug auf den Einzelabschluss sollten vorhanden sein.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Lehrbücher

Baetge, J. u.a.: Konzernbilanzen, Düsseldorf

Coenenberg/Haller/Schultze: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundsätze, Stuttgart

Kütting, K., Weber, C.: Der Konzernabschluss, Stuttgart

Pellens u.a.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart

Kommentare

Adler/Düring/Schmalz: Rechnungslegung nach Internationalen Standards, München

Beck'scher Bilanzkommentar: Der Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht, München

Bohl, W. u.a.: Beck'sches IFRS-Handbuch, München

Heuser/Theile: IFRS-Handbuch, Köln

Lüdenbach/Hoffmann.: IFRS-Kommentar, Freiburg

Investor Relations, Corporate Governance, Compliance (W3M10108)

Investor Relations, Corporate Governance, Compliance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10108	-	1	Prof. Stefan Fünfgeld	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Zielgruppe der Studierenden gewinnt fundiertes Wissen über die Methoden der Investor Relations, der Corporate Governance und der Compliance. Sie kennen die zu Grunde liegenden Rechtsnormen. Die Studierenden verfügen über ein hohes Maß an Argumentationssicherheit in den rechtlichen Fragestellungen sowie bei Rechtsstreitigkeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen können selbständig beurteilen, welche Informationen im Rahmen der Berichterstattung an unterschiedliche Zielgruppen von Bedeutung sind um die Adressaten zu erreichen. Die bereitgestellten Informationen bieten den Informationsempfängern die gewünschte Grundlage für weitere Entscheidungen. Die Studierenden erkennen welche Erfordernisse sich aus den rechtlichen Rahmenbedingungen für das einzelne Unternehmen ableiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden wissen, dass die hier behandelten Themengebiete im Blickfeld der Finanzwelt (Anleger*innen, Analyst*innen und Kontrollorgane) stehen und können die Auswirkungen auf die Akteure innerhalb und außerhalb der beteiligten Unternehmen kritisch einschätzen. Sie verstehen welche Ziele mit Investor Relations angestrebt werden. Die Studierenden erkennen welcher Handlungsbedarf für die Unternehmen in den Gebieten Corporate Governance und Compliance auf Grund von rechtlichen Regelungen und wirtschaftlichen Normen besteht.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Fertigkeiten und Kenntnisse, um das für die Berichterstattung relevante Zahlenmaterial zu ermitteln und zielorientiert zu kommunizieren. Dabei ist es notwendig das Verständnis für Finanzkennzahlen mit Wissen über rechtliche Anforderungen in Verbindung zu bringen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Investor Relations, Corporate Governance, Compliance	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen der Investor Relations: Ziele und Aufgaben der Investor Relations, Adressaten der Kommunikation
Ökonomische Analyse des Kapitalmarkts: Einflussfaktoren auf die Kapitalmärkte, Anlageinstrumente, Kapitalmaßnahmen
Rechtliche Rahmenbedingungen der Investor Relation: Wertpapierzulassung, Insiderrecht, Übernahmerecht, Corporate Governance, Hauptversammlung, Berufsgrundsätze der Investor Relations
Formen und Instrumente der Berichterstattung: Geschäfts- und Quartalsberichte, Hauptversammlung, Internet, Road Shows, Analystenkonferenzen
Grundlagen der Wertpapieranalyse: Technische Aktienanalyse, Wirkungszusammenhänge der wertorientierten Berichterstattung, Value Reporting
Praxisorientierte Beispiele
kapitalmarktbezogene Mitteilungs- und Handlungspflichten von Gesellschaftern und Leitungsorganen (ad hoc Mitteilungen, Insiderrecht, Mitteilung über Anteilsbesitz), sowie besondere Regeln bei Übernahmen bei kapitalmarktorientierten Unternehmen (WpÜG), aktienrechtliche Grundsätze ordnungsgemäßer Unternehmensführung, Inhalt und Rechtsfolgen des DCGK (insbes. Verletzung der Entsprechenserklärung)
Compliance: Aufbau, Struktur, rechtliche Grundlagen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der Rechnungslegung und von Methoden und Instrumenten der Finanzierung. Interesse und grundlegende Kenntnisse an handels- und gesellschaftsrechtlichen Themen.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Gorr, C.: Investor Relations und Shareholder Value: Erweiterte Inhalte der Kapitalmarktkommunikation im Rahmen der wertorientierten Unternehmensführung, Saarbrücken

Marcus, B.: Competing for Capital: Investor Relations in a Dynamic World (Wiley Finance), New York u.a.

Kirchhoff, K./ Piwinger, M. (Hrsg.): Praxishandbuch Investor Relations: Das Standardwerk der Finanzkommunikation, Wiesbaden

Brox, H; Handels- und Wertpapierrecht, akt. Aufl., München

Grunewald, B. / Schlitt, M., Einführung in das Kapitalmarktrecht

KPMG: Das wirksame Compliance-Management-System: Ausgestaltung und Implementierung in Unternehmen, Herne, Berlin

Kümpel: Bank- und Kapitalmarktrechte, Köln

Malik F.: Die richtige Corporate Governance: Mit wirksamer Unternehmensaufsicht Komplexität meistern, Frankfurt

Welge, M. u.a.: Corporate-Governance-Management: Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung, Berlin

Strategisches und operatives Controlling (W3M10112)

Strategic Controlling and Operations Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10112	-	1	Prof. Dr. Ludwig Hierl	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden aktualisieren, erweitern und vertiefen ihr Wissen sowie ihre Fertigkeiten im Bereich des strategischen und operativen Controllings. Sie lernen, wie sie in einem von Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität geprägten betrieblichen Umfeld selbständig und eigenverantwortlich berufstypische Aufgabenstellungen unter Zuhilfenahme von klassischen, aber auch modernen Controlling-Instrumenten gelöst werden können und welche Besonderheiten dabei in Bezug auf Branche (u.a. Handel, Finanzdienstleistungen und Industrie) und Funktion (u.a. Einkaufs-, Investitions- und Vertriebscontrolling) zu berücksichtigen sind.

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden können die aufgezeigten Methoden zur Planung, Informationsaufbereitung, Kontrolle und Steuerung von betrieblichen Führungs- und Entscheidungsproblemen im Hinblick auf die situativ-individuelle Eignung in der Praxis beurteilen. Des Weiteren können sie das Methodenwissen zielorientiert an die betrieblichen Rahmenbedingungen anpassen und daraus unter Beachtung von Wechselwirkungen zwischen beteiligten Organisationseinheiten eigenständig Controlling-Konzeptionen modifizieren und entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches und operatives Controlling	42	93

Aufgaben und Organisation des Controllings unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen
 Situative Anwendung von Instrumenten des operativen und strategischen Controllings
 Empfängerorientierte Ausgestaltung, Implementierung sowie Weiterentwicklung von Planungs-, Informations- und Kontrollsystemen
 Funktionale Besonderheiten beispielsweise beim Investitions-, Personal-, Projekt- oder Marketing- und Vertriebscontrolling
 Branchenbezogene Controlling-Besonderheiten beispielsweise bei Industrie-, Dienstleistungs-, Handels- oder Finanzdienstleistungsunternehmen
 Einführung in Business Analytics
 Fallstudien zur Planung, Informationsaufbereitung, Kontrolle und/oder Steuerung von operativen und strategischen betrieblichen Entscheidungen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Alter, R.: Strategisches Controlling: Unterstützung des strategischen Managements, Berlin/Boston

Ehrmann, H.C.: Marketing-Controlling, Ludwigshafen

Ewert, R./Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, Berlin/Heidelberg

Graumann, M.: Fallstudien zum Controlling - Strategisches und operatives Controlling, Herne

Hierl, L./Batz, T. (2019): Impulse für Ihr Vertriebs-Controlling, in: Zeitschrift Controlling & Management Review, Ausgabe 1 (Vol. 63), Springer Gabler Verlag Wiesbaden, S. 8-15.

Horvath, P./Gleich, R./Voggenreiter, D.: Controlling umsetzen – Fallstudien, Lösungen und Basiswissen, Stuttgart

Küpper, H.-U. et al.: Controlling – Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Stuttgart

Troßmann, E./Baumeister, A./Werkmeister, C.: Fallstudien im Controlling - Lösungsstrategien für die Praxis, München

Waniczek, M./Feichter, A./Schwarzl, P./Eisl, C.: Management Reporting - Berichte wirksam und adressatengerecht gestalten, Wien

Weber, J./Schäffer, U./Binder, C.: Einführung in das Controlling - Übungen und Fallstudien mit Lösungen, Stuttgart

Weitere Unterlagen: u.a. Internationaler Controller Verein (ICV) sowie Veröffentlichungen in wissenschaftlichen Zeitschriften

Führungsorientierte Kosten- und Leistungsrechnung (W3M10116)

Management Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10116	-	1	Prof. Dr. Matthias Hofmann	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Modulprüfung - Klausur und Referat	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über detailliertes und konzeptionelles Fachwissen zu den Möglichkeiten und Grenzen der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie verstehen die Komplexität der entsprechenden Ansätze und Instrumente und können diese routiniert in unterschiedlichen berufspraktischen Situationen anwenden. Sie sind in der Lage, sowohl operative als auch insbesondere strategische Entscheidungen zu fundieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, passende Ansätze und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung unter verschiedenen Rahmenbedingungen für die Anwendung in der Wirtschaftspraxis zusammen zu stellen, zu konzipieren und weiter zu entwickeln. Zugleich können sie deren Vor- und Nachteile analysieren und evaluieren. Sie verfügen über Erfahrungswissen im Umgang mit den Ansätzen und Instrumenten und sind zudem motiviert und in der Lage, sich zukünftig selbstständig und kritisch mit der Kosten- und Leistungsrechnung auseinanderzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können sich in die Perspektive potenzieller Gesprächspartner*innen (Geschäftsführung, Führungskräfte und Mitarbeiter*innen verschiedener Fachabteilungen) hineinversetzen, deren Erwartungen erkennen und angemessene Handlungsoptionen erarbeiten. Sie sind in der Lage, die Rolle eines*r Kostenrechners*in bzw. Controllers*in zeitgemäß auszufüllen. Durch die Mitarbeit in den Gruppenprojekten erweitern Studierende ihre Kompetenz, Probleme im Team zu erschließen, zu bearbeiten und zu präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über ein Verständnis zu den übergreifenden Zusammenhängen und Implikationen der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie sind in der Lage, eigenverantwortlich und situationsangemessen zu handeln. Zudem können Studierende ihre eigenen beruflichen Ziele im Kontext der Kosten- und Leistungsrechnung bestimmen und sind damit nachhaltig handlungs- und entwicklungsfähig.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Führungsorientierte Kosten- und Leistungsrechnung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Für wesentliche Ansätze und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung (z. B. Abweichungsanalyse, Grenzplankostenrechnung, Erlösrechnung, Time-Driven Activity Based Costing, Target Costing, Life Cycle Costing) erwerben die Studierenden im Rahmen des seminaristischen Unterrichts und der Gruppenprojekte folgende Kompetenzen:

- Anwenden auf exemplarische Situationen aus der Wirtschaftspraxis (z. B. Unternehmen verschiedener Branchen, Größen, Lebenszyklusphasen)
- Erkennen, Entwickeln und Bewerten von Ausgestaltungsalternativen unter Berücksichtigung unterschiedlicher Ausgangsbedingungen
- Ableiten und Begründen von Entscheidungen
- Verstehen der Grenzen der Aussagekraft der Instrumente
- Kennen und Bewältigen von typischen Herausforderungen bei der Einführung und Weiterentwicklung der Ansätze und Instrumente
- Antizipieren und Bewältigen von möglichen Konflikten und Kommunikationsproblemen in der Zusammenarbeit von Controller*innen und anderen Akteur*innen im Unternehmen

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus einer Klausur (Gewichtung: 50%, Dauer: 60 min.) und einem Referat (Gewichtung: 50%).

VORAUSSETZUNGEN

Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung kennen, verstehen und an Beispielen anwenden können (insbesondere Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträger-, Deckungsbeitrags-, Plankosten- und Prozesskostenrechnung)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Coenenberg, A./Fischer, T./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart
 - Joos, T.: Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement, Wiesbaden
 - Schweitzer, M./Küpper, H.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München
 - Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung, München
 - Walter, W./Wünsche, 1.: Einführung in die moderne Kostenrechnung: Grundlagen - Methoden - Neue Ansätze, Wiesbaden
 - Ernst, C./Riegler, C./Schenk, G.: Übungen zur Internen Unternehmensrechnung, Berlin/Heidelberg
 - Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, München
 - Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart
 - Bölscher, A. (Hrsg.): Stückkostenrechnung: praktischer Einsatz bei Dienstleistern, Wiesbaden
 - Brück, U.: Praxishandbuch SAP-Controlling, Bonn
- sowie (aktuelle) Veröffentlichungen in wissenschaftlichen Zeitschriften

Umsatzsteuer und Verkehrsteuer (W3M10117)

Value added Tax, Real Estate Transfer Tax, Inheritance and Gift Tax

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10117	-	1	Prof. Dr. Jens Siebert	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolvent*innen erwerben einen Überblick über die Umsatzsteuer, die Erbschaft- und Schenkungsteuer sowie die Grunderwerbsteuer. Dabei erkennen sie, welche Zusammenhänge zwischen der Umsatzsteuer- bzw. den Verkehrsteuern und den Ertragsteuern bestehen.

Die Absolvent*innen sind mit Grundbegriffen der Umsatzsteuer in nationaler und europäischer Sicht vertraut und können die Zahllast verlässlich ableiten. Die Umsatzbesteuerung von Unternehmensgruppen ist geläufig, ebenso die damit verbundenen Auswirkungen auf das Rechnungswesen. Neben Umsatzsteuerbefreiungen sind die Absolvent*innen mit der Ausübung von damit zusammenhängenden Wahlrechten vertraut. Neben den Korrekturvorschriften des UStG wissen die Absolvent*innen um die verfahrensrechtlichen Aspekte der Umsatzsteuer. Die Absolvent*innen können Grundfragen der Umsatzsteuer im europäischen Binnenmarkt und bei Im- und Exporten in bzw. aus Drittstaaten verlässlich einschätzen.

Die Absolvent*innen sind mit den verschiedenen Tatbeständen der Grunderwerbsteuer bezogen auf betriebliche Grundstücke und Gesellschaftsanteilen vertraut. Besondere Befreiungstatbestände für Ein- und Ausbringungen, sowie Umwandlungen und Umstrukturierungen sind bekannt. Die Absolvent*innen sind in der Lage, zukunftsbezogene Voraussetzungen verlässlich einzuschätzen

Die Absolvent*innen sind mit der Besteuerung der Übertragung von Unternehmen bzw. Anteilen nach dem ErbStG ebenso vertraut wie mit Schenkungen zwischen Gesellschaftern. Neben allgemeinen nationalen Befreiungstatbeständen sind sie mit den Verschonungsmöglichkeiten für Betriebsvermögen und Anteilen sowie den dazu erforderlichen Berechnungen vertraut. Weiterhin ist den Absolvent*innen bewusst, welche zukunftsbezogenen Voraussetzungen bei den Verschonungsregelungen sicherzustellen sind. Die Absolvent*innen sind problembewusst bezüglich der Doppelbesteuerung von ausländischen Betriebsvermögen.

METHODENKOMPETENZ

Bei einer Veränderung der Rechtslage können die Absolvent*innen die notwendigen Folgen daraus ableiten und die Umsatzsteuer-Compliance anpassen. Sie können verantwortlich aus den verschiedenen Möglichkeiten zur Lösung von rechtlichen Unsicherheiten auswählen. Die Absolvent*innen können die Bewältigung von aperiodischen Vorgängen anstoßen bzw. Lösungsvorschläge eigenständig erarbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolvent*innen können die sich aus unterschiedlichen Bemessungsgrundlagen, Steuersätzen, Steuerbefreiungen und Steuerverschonungen ergebenden Restriktionen und Möglichkeiten in die Unternehmenssteuerung und -planung aktiv einbringen und Anzeigepflichten wahrnehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
-------------------------	-------------	---------------

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Umsatzsteuer und Verkehrsteuer	42	93

Umsatzsteuer:

- Unternehmen einschließlich Organschaft
- Binnenmarkt und Drittland
- Lieferungen und Reihengeschäfte
- Sonstige Leistungen und E-Commerce
- Steuerbefreiungen
- Bemessungsgrundlage
- Vorsteuerabzug und Korrektur
- (Umgekehrte) Steuerschuldnerschaft
- Umsatzsteuervoranmeldung und Jahreserklärung
- Umsatzsteuer-Compliance

Grunderwerbsteuer:

- Zusammenhänge Umsatzsteuer sowie Erbschafts- und Schenkungsteuer
- Grundstück und Grunderwerbsteuerliche Zurechnung
- Anteile an Personen- und Kapitalgesellschaften
- Steuerbefreiung für Unternehmen und Unternehmer
- Bemessungsgrundlage
- Steuerschuldnerschaft und Anzeigepflichten
- Korrekturmöglichkeiten

Erbschaft- und Schenkungsteuer:

- Persönliche Steuerpflicht und DBA
- Schenkung und Erwerb von Todes wegen
- Abfindungsregelungen
- Steuerbefreiungen, Verschonungsregelungen und Familiengesellschaft
- Bemessungsgrundlage
- Anzeigepflichten

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Brüggemann, G.; Stirnberg, M.; Erbschaftsteuer, Schenkungsteuer
Bruschke, G; Grunderwerbsteuer, Kraftfahrzeugsteuern
Kurz, D.; Meissner, G.; Umsatzsteuer
Lippross, O.-G.; Umsatzsteuer
Moench, D.; Loose, M.; Erbschaftsteuer
Möller, C. ; Umsatzsteuer
Scheffler, W.; Besteuerung von Unternehmen I
Schneeloch, D; Meyering, S.; Patek, G.; Betriebswirtschaftliche Steuerlehre Band 3
Tipke, J.; Lang, J.; Steuerrecht

Ertragsteuern und Steuerbilanz (W3M10118)

Profit Taxation and Tax Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10118	-	1	Prof. Dr. Jens Siebert	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolvent*innen erwerben einen vertieften Überblick über die Ertragsteuern, die für die Unternehmensbesteuerung bedeutsam sind. Dabei ordnen sie rechtsformspezifische Besonderheiten zutreffend ein und sind mit den Grundlagen Unternehmenssteuerrechts aus nationaler Sicht vertraut. Den Absolvent*innen sind die Grundlagen des internationalen sowie des europäischen Steuerrechts und der Thematik der Verrechnungspreise geläufig. Die Absolvent*innen sind mit den nationalen Bilanzierungsvorschriften vertraut. Dabei kennen sie die relevanten Rechtsgrundlagen, konkret die Ansatz- und Bewertungsvorschriften in der handels- und steuerrechtlichen Jahresabschlusserstellung (Maßgeblichkeitsgrundsatz). Dazu werden einzelne Bilanzposten und deren Entwicklung vertieft. Darüber hinaus kennen die Absolvent*innen Gründe für die Erstellung von Sonderbilanzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolvent*innen können die steuerlichen Bemessungsgrundlagen ausgehend von der handelsrechtlichen Rechnungslegung selbständig ableiten und Standardinstrumente der Steuerbilanzpolitik anwenden. Sie erkennen in Standardsituationen die sich anbietenden Steuergestaltungspotentiale und können Steuereffekte in diesem Bereich zutreffend einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolvent*innen können bilanzielle Fragestellungen eigenständig bearbeiten und deren Auswirkung auf die steuerliche Bemessungsgrundlage sowie den Jahresabschluss sicher einschätzen. Die Absolvent*innen sind in der Lage, Arbeitsergebnisse im Rahmen einer Abschlussprüfung oder steuerlichen Außenprüfung zu vertreten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolvent*innen haben nach Abschluss des Moduls ein tiefgehendes Verständnis über die Zusammenhänge zwischen der Handels- und Steuerbilanz und ziehen daraus selbständig die notwendigen Schlüsse im Rahmen der Bilanzpolitik. Die Absolvent*innen erkennen die Zusammenhänge zwischen den Verrechnungspreisen und Daten in den Managementinformationssystemen.

Die Absolvent*innen können ihre Kenntnisse aus den Gebieten der Unternehmensbesteuerung mit den Compliance-Vorgaben ihres Unternehmens vernetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Ertragsteuern und Steuerbilanz	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Ertragsteuern

- Überblick Ertragsteuern
- Persönliche und sachliche Steuerpflicht
- Ableitung der steuerlichen Bemessungsgrundlagen
- Außerbilanzielle Korrekturen
- Hinzurechnungen und Kürzungen GewSt
- Besonderheiten bei Personengesellschaften
- Rückwirkung Ertragsteuern auf die Rechnungslegung

Steuerbilanz

- Maßgeblichkeitsgrundsatz
- Abgrenzung der Handels- und Steuerbilanz dem Grunde und der Höhe nach
- Sonderbilanzen
- Ziele und Grenzen einer Steuerbilanzpolitik

Internationales Steuerrecht

- Grundprinzipien des internationalen Steuerrechts
- Europäisches Steuerrecht
- Doppelbesteuerungsabkommen
- Verrechnungspreise

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Bilanzen
Brähler, G.; Internationales Steuerrecht
Coenenberg, A.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
Falterbaum, H. et al., Buchführung und Bilanz
Jacobs, O. H.; Endres, D.; Spengel, C.; Internationale Unternehmensbesteuerung
Jacobs, O. H.; Scheffler, W.; Spengel, C.; Unternehmensbesteuerung und Rechtsform
Kokott, J., Das Steuerrecht der Europäischen Union
Prinz, U.; Adrian, G.; Kanzler, H.-J.; Handbuch Bilanzsteuerrecht
Scheffler, W.; Besteuerung von Unternehmen I
Schreiber, U.; Besteuerung der Unternehmen
Tipke, J.; Lang, J.; Steuerrecht

Rechnungswesen 4.0: Nutzung der Informationstechnologie im Internen und Externen Rechnungswesen (W3M10119)

The use of information technology for financial and managerial accounting purposes

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10119	-	1	Prof. Dr. Ralf Gerhards	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Geschäftsprozesse im betrieblichen Rechnungswesen mit den informationstechnologischen Potentialen verbinden. Sie entwickeln ein Einfühlungsvermögen über die Möglichkeiten, welche die Digitalisierung für das betriebliche Rechnungswesen bietet und welche organisatorischen und beruflichen Umstellungen damit verbunden sind. Die Studierenden erkennen darüber hinaus, dass sich durch die Digitalisierung neue Geschäftsmodelle entwickeln und Wettbewerbsvorteile generiert werden können.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen den grundlegenden Nutzen des Einsatzes von betriebswirtschaftlichen Anwendungssystemen kennen. Die klassischen Datenkategorien im Rechnungswesen werden hervorgehoben und dabei insbesondere die Interdependenzen zwischen dem Rechnungswesen und den sonstigen betrieblichen Funktionsbereichen herausgestellt. Der integrative Charakter von Geschäftsprozessen, die letztlich im betrieblichen Rechnungswesen ausgewiesen werden, steht dabei im Vordergrund.

Die Möglichkeiten der Auswertung und der Analyse von Daten des Rechnungswesens über analytische Systeme werden den Studierenden aufgezeigt. Dabei werden die zentralen Terminologien, wie Data Warehouse, Business Intelligence, Data Mining und OLAP-Systeme abgegrenzt.

Die Studierenden lernen darüber hinaus, Techniken innerhalb von Industrie 4.0 in ihren Auswirkungen im betrieblichen Rechnungswesen zu beurteilen und die Potentiale für eine umfassende Digitalisierung im Rechnungswesen zu erkennen. Im Mittelpunkt stehen die Potentiale eines „Predictive Accounting“ bzw. von „Predictive Analytics“ insgesamt.

Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein informationstechnologisches Verständnis zu vermitteln, welches für das Verständnis der Potentiale für das betriebliche Rechnungswesen unerlässlich ist. Der Frage, wie diese Potentiale für die Prozesse im Rechnungswesen genutzt werden können, wird breiter Raum eingeräumt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Rechnungswesen 4.0: Nutzung der Informationstechnologie im Internen und Externen Rechnungswesen	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Über die klassischen Geschäftsvorfälle im externen und internen Rechnungswesen hinaus werden Formen der Individualisierung von Standardsoftwaresystemen (vor allem Customizing) im Bereich des Rechnungswesens vorgestellt. Besonderer Wert wird darauf gelegt, die Integration des Rechnungswesens mit anderen Modulen (insbesondere Materialwirtschaft, Vertrieb, Human Capital Management, Produktionsplanung) hervorzuheben.

Ein weiterer Schwerpunkt besteht in der selektiven Nutzung von Daten aus dem Rechnungswesen, um sie zur Entscheidungsunterstützung zu verwenden. Die Suche nach Wissen aus den Daten wird über Data Mining Verfahren veranschaulicht. Dabei wird auch auf andere analytische Systeme (insbesondere Strategic Enterprise Management Systeme) eingegangen.

- Abbildung von Geschäftsprozessen im Rechnungswesen (Module FI, CO, Financial Supply Chain Management)
- Individualisierung von Standardsoftwaresystemen im Bereich des Rechnungswesens
- OLAP-Systeme, Data Warehouse, Business Intelligence
- Data Mining
- SEM-Systeme

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in der praktischen Anwendung von ERP-Systemen (z.B. SAP) sind wünschenswert, Kenntnisse im unternehmensweiten Reporting erforderlich.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Gerhards, Ralf: ERP-Systeme. In: WISU, 11/2010, S. 1499-1503

Gerhards, Ralf: Business Intelligence. In: WISU, 10/2012, S. 1326-1332

Gronau, Norbert: Enterprise Resource Planning. 3. Auflage. Oldenbourg 2014

Kemper u.a.: Business Intelligence. 3. Auflage. Wiesbaden 2010

Mertens u.a.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. 12. Auflage. Heidelberg 2017

Scheer, August-Wilhelm: EDV-orientierte Betriebswirtschaftslehre. 4. Auflage. Heidelberg 2008

Thome, Rainer: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik. Frankfurt am Main 2006

Mergers & Acquisitions, Beteiligungsmanagement (W3M10120)

Mergers & Acquisitions, Corporate Portfolio Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10120	-	1	Prof. Dr. Frank Borowicz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden gewinnen fundiertes Wissen über den Erwerb und die Veräußerung von Unternehmen sowie über das Management von Beteiligungen. Sie lernen die typischen Schritte des Erwerbs und der Veräußerung von der strategischen Vorbereitungsphase über die Transaktionsphase bis hin zur Phase der Post Merger Integration kennen. Sie können die strategischen Folgen von M&A für die wesentlichen Stakeholder wie Eigenkapitalgeber*innen, Mitarbeiter*innen oder die Gesellschaft abschätzen und berücksichtigen diese bei der Entwicklung von M&A- Strategien. Sie lernen die theoretischen Ansätze kennen, die sich auf M&A beziehen. Die Studierenden lernen zudem das Management eines Beteiligungsportfolios kennen. Sie wissen, wie ein Controlling und Reporting ausgestaltet werden kann und welche Steuerungsgrößen hierfür sinnvoll sind.

Zudem können sie verschiedene Verrechnungs- und Lenkungspreissysteme für die Beteiligungssteuerung unterscheiden und kennen ihre Folgewirkungen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden, die sie für die strategischen Aufgaben des Unternehmenskaufs, -verkaufs und des Beteiligungsmanagements benötigen, auf die jeweilige einzigartige Unternehmens-Umwelt-Situation anzupassen. Sie sind in der Lage, Standard-Prozesse auf die jeweiligen Bedürfnisse hin weiterzuentwickeln und Instrumente und Methoden hierbei situativ angepasst zu nutzen. Sie sind sich der Möglichkeiten und Grenzen dieser Instrumente / Methoden bewusst. Die Studierenden erlernen die reflektierte Anwendung und Weiterentwicklung von Methoden anhand von Übungsbeispielen und Fallstudien (M&A).

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Rahmen von komplexen Fallstudien, die in Teams zu bearbeiten sind, erweitern die Studierenden ihre Fähigkeiten in den Bereichen Projektmanagement, Zeitmanagement und Teamkommunikation / Diskursführung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mergers & Acquisitions, Beteiligungsmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

M&A:

1. M&A-Einführung mit den theoretischen Grundlagen
2. Vorbereitungsphase (Kauf und Verkauf)
 - Ziele und Strategien
 - Market Screening
3. Transaktionsphase (Kauf und Verkauf)
 - Sondierung
 - Due Diligence
 - Finanzierung
 - Verhandlung mit Kaufpreis incl. Earn-Out und Transaktionsstruktur
 - Sonstige Instrumente (u.a. Fairness Opinions)
4. Integrationsphase
 - Integrationskonzept
 - Ausgewählte PMI-Bereiche
 - Carve-Outs
5. Projektmanagement bei M&A (Kauf und Verkauf)

Beteiligungsmanagement:

1. Wesen und Bedeutung von Unternehmensbeteiligungen
2. Einführung in die Steuerung von Unternehmensbeteiligungen
 - Theoretische Grundlagen des Beteiligungsmanagements
 - Ziele, Aufgaben und Organisation des Beteiligungscontrollings
3. Konzepte und Methoden für das Management von Beteiligungsportfolios
4. Steuerungsgrößen für das Performance Measurement von Beteiligungen
 - Bedeutsame Cash Flow-Größen für die liquiditätsorientierte Steuerung
 - Zentrale Rentabilitätsmaße und Wertmanagementkonzepte
5. Verrechnungs- und Lenkungspreissysteme für die Beteiligungssteuerung
6. Operative Beteiligungsplanung und Beteiligungsberichtsweisen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse der Unternehmensbewertung sind notwendig. Hierbei sollten den Studierenden insbesondere Discounted- Cash-flow-Verfahren (insb. WACC-Entity-Modell) und Multiple-Verfahren bekannt sein.

Einführende Literaturempfehlung: Ernst, D. / Schneider, S. / Thielen, B.: Unternehmensbewertungen erstellen und verstehen: Ein Praxisleitfaden, München, neueste Auflage.

Grundkenntnisse des Strategischen Managements werden vorausgesetzt (insb. zur Strategischen Analyse von Unternehmen und zur Strategieformulierung sollten bekannt sein. Einführende Literaturempfehlung: Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, Wiesbaden, neueste Auflage.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

M&A:

- Borowicz, F. / Schuster, M.: Mergers & Acquisitions für Entscheider, Stuttgart
- Berens, W. / Brauner, H. U./Strauch, J. (Hrsg.): Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen, Stuttgart
- Gaughan, P.: Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings, New York u.a.
- Meyer-Sparenberg, W. / Jäckle, C. (Hrsg.): Beck'sches M&A-Handbuch: Planung, Gestaltung, Sonderformen, regulatorische Rahmenbedingungen und Streitbeilegung bei Mergers & Acquisitions, München
- zusätzlich: aktuelle Artikel aus Fachzeitschriften, die in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben werden

Beteiligungsmanagement:

- Baum, H.-G. / Coenenberg, A. G. / Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart
- Burger, A. / Ulbrich, P. / Ahlemeyer, N.: Beteiligungscontrolling, München
- Heesen, B.: Beteiligungsmanagement und Bewertung für Praktiker, Wiesbaden
- Paul, J.: Beteiligungs- und Konzerncontrolling, Wiesbaden
- zusätzlich: aktuelle Fachartikel, die in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben werden

Finanzberichterstattung (W3M10121)

Financial Reporting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10121	-	1	Prof. Dr. Ludwig Hierl	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden aktualisieren, erweitern und vertiefen ihr Wissen sowie ihre Fertigkeiten zur normenbasierten obligatorischen Finanzberichterstattung in Abhängigkeit von Unternehmensgröße, Rechtsform, Konzernzugehörigkeit und Kapitalmarktorientierung. Im Hinblick auf die Transparenzanforderungen können sie Gestaltungsoptionen, legale Reduktions- beziehungsweise Umgehungstatbestände, aber auch Möglichkeiten der freiwilligen ergänzenden Finanzberichterstattung aufzeigen. Auch bei weiteren berufstypischen Aufgabenstellungen wie beispielsweise der Nachhaltigkeits-, der Ad hoc- sowie der integrierten Berichterstattung agieren sie rechtssicher.

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden können systematisch alternative Methoden sowie die damit verbundenen Strategien zur Finanzberichterstattung analysieren und deren situativ-individuelle Praxiseignung beurteilen. Nachdem sie das Methodenwissen zielorientiert an die betrieblichen Rahmenbedingungen angepasst haben, können sie darüber hinaus eigenständig Konzepte zur Finanzberichterstattung beurteilen, modifizieren oder auch neu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzberichterstattung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Rechtliche Anforderungen an die Erstellung, Prüfung und Offenlegung von Abschlussunterlagen an Unternehmen (u.a. Art, Inhalt, Umfang und Fristen) unter Abgrenzung von HGB- und IFRS- sowie Einzel- und Konzernabschlüssen.

Vertiefung der inhaltlichen Anforderungen an Bilanz, GuV, Anhang und Lagebericht sowie sonstige Berichterstattungsinstrumente wie z.B. Segmentbericht oder Kapitalflussrechnung (Struktur, Grundsätze, bedeutsame Inhalte und Rechtsnormen).

Transparenzanforderungen der nationalen und internationalen Kapitalmärkte (z.B. Zwischenberichte, Ad-hoc-Mitteilungen) einschließlich Enforcement der Berichterstattung (DPR, BAFin).

Nachhaltigkeitsberichterstattung und Integrated Reporting.

Ermittlung und Kommunikation von Key Performance- sowie Bonitätsindikatoren.

Identifikation typischer Fehlerquellen.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Fundierte Grundlagen zur Bilanzierung

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Coenenberg, A. G. / Haller, A. / Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart.

Global Reporting Initiative (GRI): Sustainability Reporting Guidelines, Online unter www.globalreporting.com.

Hierl, L./ Weiss, R.: Bilanzanalyse von Fußballvereinen - Praxisorientierte Einführung in die Jahresabschlussanalyse, Wiesbaden.

International Integrated Reporting Council (IIRC): The International Integrated Reporting Framework, Online unter <http://www.theiirc.org/international-ir-framework>.

Küting, K. / Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss, Stuttgart.

Möller, H. P.: Konzern-Finanzberichte, Wiesbaden.

Stolowy, H./ Lebas, M./ Ding, Y.: Financial Accounting and Reporting - A Global Perspective, London.

Weitere Unterlagen: u.a. EU-Richtlinie 2013/50/EU, Unterlagen der Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung (DPR), der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) sowie Veröffentlichungen in wissenschaftlichen Zeitschriften.

Interne Kontrollsysteme und Interne Revision als Instrumente der Unternehmensführung (W3M10122)

Internal Control Systems and Internal Auditing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10122	-	1	Prof. Dr. Andreas (LB) Jonen	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Aufgaben der Internen Revision aufzeigen, sie einbetten in die Überwachung insgesamt sowie abgrenzen zur prozessunabhängigen externen Revision. Neben den klassischen Aufgaben des Financial Auditing, Operational Auditing sowie Management Auditing hat sich, nicht zuletzt auch durch gesetzliche und sonstige Regelungen, das Auditing des gesamten Internen Kontrollsystems durch die Interne Revision entwickelt (Interne Revision als "Kontrolle der Kontrolle"). Die Durchführung der eigenverantwortlichen Kontrolle der Geschäftsprozesse durch die Interne Revision wird dabei durch die Nutzung der Informationstechnologie unterstützt. Die Studierenden lernen grundlegende Funktionen spezifischer Softwaresysteme kennen, die es der Internen Revision ermöglicht, prüfungsrelevante Daten zu erheben und auszuwerten. Dabei ist die Informationstechnologie auch selbst Gegenstand der Revision (IT-Revision). Die Studierenden erkennen, dass etwa das Berechtigungswesen innerhalb eines Informationssystems Prüfungsgegenstand ist. Die Studierenden erkennen auch die Möglichkeiten, die Interne Revision in die Aufbauorganisation einzubinden und die Vor- und Nachteile alternativer Positionierungen (z.B. als Stabsstelle) abzuleiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolvent*innen können selbständig mögliche Schwachstellen im Internen Kontrollsystem identifizieren, analysieren und lösen sowie vorgelegte Lösungen kritisch reflektieren. Ebenso können sie selbständig geeignete Prüfungshandlungen im Rahmen der Internen Revision erarbeiten und vorgeschlagene Prüfungshandlungen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, sich mit den laufenden Veränderungen von Anforderungen an das Interne Kontrollsystem und die Interne Revision zu befassen und erkennen deren Auswirkungen. Die Absolvent*innen sind in der Lage, ihre Kompetenz im Hinblick auf das Interne Überwachungssystem eines Unternehmens einzuschätzen und Wissenslücken eigenständig zu beheben. Sie können auf gutem fachlichem und persönlichem Niveau mit außenstehenden Gesprächspartner*innen (insbesondere Wirtschaftsprüfer*innen, Steuerberater*innen) in Bezug auf Fragen der internen Unternehmensüberwachung kommunizieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolvent*innen sind bezüglich der Möglichkeiten bewusster Umgehungen Interner Kontrollen sensibilisiert und können die hieraus resultierenden Grenzen der Wirksamkeit Interner Kontrollen kritisch reflektieren. Sie erkennen in der Innenrevision einen Mediator zwischen verschiedenen Stakeholdern. Sie wissen um die Bedeutung von ethischen Berufsgrundsätzen in der Internen Revision sowie der Notwendigkeit einer unabhängigen und distanzierten Prüfungsdurchführung und Berichterstattung. Durch Fallbetrachtungen werden Lösungsmöglichkeiten selbständig und eigenverantwortlich erarbeitet sowie die erworbenen Kenntnisse teamfähig und zielorientiert präsentiert und umgesetzt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Interne Kontrollsysteme und Interne Revision als Instrumente der Unternehmensführung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Internes Kontrollsystem (IKS):

Ziele eines IKS im Kontext der Unternehmensführung;
Nationale und Internationale Anforderungen an ein IKS (inklusive COSO-Framework);
Ausgewählte Einzelprozesse eines IKS (z.B. Beschaffung, Absatz);
Nutzung von Kennzahlen im IKS;
Dokumentation eines IKS.

Interne Revision:

Aufgaben (Financial Auditing, Operational Auditing, Management Auditing) und Ziele im Kontext der Corporate Governance;
Abgrenzung zum Controlling und zur externen Wirtschaftsprüfung;
Normsetzende Institutionen zur Internen Revision (Deutsches Institut für Interne Revision e. V.; The Institute of Internal Auditors) und Berufsexamina (Certified Internal Auditor);
Aufbauorganisation der internen Revision;
Prüfungsablauf und -techniken;
Einsatz von IT im Prüfungsablauf (insbesondere Governance, Risk und Compliance Systeme (GRC-Systeme) sowie das rollengestützte Auditmanagement);
Berichterstattung;
Wesen und Aufdeckung von Fraud/Gesetzesverstößen;
Zusammenarbeit mit dem Abschlussprüfer;
Besonderheiten der Konzernrevision;
Besonderheiten des IT-Auditing;
Internal Consulting durch die Innenrevision.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse des wirtschaftlichen Prüfungswesens

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bergwanger, Jörg: Interne Revision: Funktion, Rechtsgrundlagen und Compliance, Gabler-Verlag, Wiesbaden.
Bungartz, Oliver: Handbuch Interne Kontrollsysteme (IKS): Steuerung und Überwachung von Unternehmen, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
Chuprunov, Maxim: Handbuch SAP-Revision: IKS, Audit, Compliance (SAP Press). Deutsches Institut für Interne Revision (Hrsg.): Meilensteine der Internen Revision. Zeitschrift Interne Revision, Sonderheft 1/2015.
Freidank, Carl-Christian / Peemöller, Volker H.: Corporate Governance und Interne Revision - Handbuch für die Neuausrichtung des Internal Auditings, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
Institut für Interne Revision IIA Austria (Hrsg.): Das interne Kontrollsystem aus der Sicht der Internen Revision. Linde Verlag, Wien.
Lück, Wolfgang (Hrsg.): Zentrale Tätigkeitsbereiche der Internen Revision - Aktuelle und zukünftige Schwerpunkte erfolgreicher Revisionsarbeit, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
Marten, Kai-Uwe / Quick, Reiner / Ruhnke, Klaus: Wirtschaftsprüfung, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart.
Peemöller, Volker / Kregel, Joachim: Grundlagen der Internen Revision: Standards, Aufbau und Führung, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
Rückle, Dieter/Gerhards, Ralf: Interner Revisor und Controller - zwei Berufsbilder im Vergleich (Teil 1). In: Zeitschrift Interne Revision, 4/98, S. 219-226.
Rückle, Dieter/Gerhards, Ralf: Interner Revisor und Controller - zwei Berufsbilder im Vergleich (Teil 2). In: Zeitschrift Interne Revision, 5/98, S. 268-280.
Wagenhofer, Alfred (Hrsg.): Controlling und Corporate Governance-Anforderungen. Erich Schmidt Verlag/Berlin.
v. Wsocki, Klaus: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens. Vahlen Verlag, München.

Ausgewählte Themen des Logistik-, Dienstleistungs- und Vertriebscontrollings (W3M10123)

Special Concepts of Managerial Accounting in Logistics, Service and Sales

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10123	-	1	Prof. Dr. Christoph Neef	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls weisen die Absolventinnen und Absolventen fundierte Kenntnisse zu logistik- und vertriebsorientierten Themen auf. Die Absolventinnen und Absolventen kennen die wesentlichen Dienstleistungseigenschaften und wissen, welche Besonderheiten sich daraus für das Controlling ergeben. Die Absolventinnen und Absolventen kennen die – im Sinne des Controllings – steuernden Elemente der Logistik und des Vertriebs. Sie haben Kenntnisse über die besonderen Anforderungen der Logistikkosten- und -leistungsrechnung sowie der Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung im Vertrieb. Die Absolventinnen und Absolventen weisen fundierte Kenntnisse zu den Controllingkonzepten im Dienstleistungsbereich auf. Sie können allgemeine Instrumente des Controllings auf Logistik und Vertrieb sowie auf Dienstleistungsunternehmen übertragen und kennen neue Möglichkeiten, die sich im Rahmen von Business Intelligence und Analytics bieten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Kennzahlen aus strukturierten Daten zu Informationen zu generieren, zu operationalisieren und in Kennzahlensystemen überwiegend automatisiert aufzubereiten. Sie sind methodisch fähig, Kennzahlen zu messen und im Rahmen eines Berichtswesens zu visualisieren. Zudem können die Studierenden methodisch Datenmengen aufbereiten, strukturieren und analysieren und mithilfe von Excel Modellen Entscheidungen treffen. Zudem sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung von Datenaufbereitung, -strukturierung und -analyse für die Entscheidungen im branchenspezifischen und funktionsorientierten Controlling vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung zu hinterfragen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die gelernten Kenntnisse kritisch zu reflektieren. Sie prüfen selbstständig die Voraussetzungen für einen Einsatz von Konzepten und Instrumenten. Sie können die Stärken und Schwächen jeweils beurteilen und sind sich der Folgen eines Einsatzes in der Praxis bewusst. Sie besitzen Ambiguitätstoleranz, um sich mit den vielschichtigen Inhalten des Logistik-, Dienstleistungs- und Vertriebscontrollings auseinandersetzen zu können. Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis dafür entwickelt, welchen Einfluss die Instrumente des Logistik- und Vertriebscontrollings sowie die Instrumente des Dienstleistungscontrollings auf das Verhalten von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen haben können. Auch sind sie in der Lage, den Einsatz von ausgewählten Controllinginstrumenten in Hinblick auf damit verbundene ethische und ökologische Folgen zu reflektieren. Die Studierenden können Entscheidungen basierend auf der Datenaufbereitung und -analyse kritisch reflektieren. Sie sind sich bewusst, dass eine erfolgreiche Bearbeitung der behandelten Aufgabenfelder voraussetzt, sich auf die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in den Fachabteilungen einzustellen. Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, konstruktiv im Rahmen einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten und ihren Standpunkt zu vertreten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
-------------------------	-------------	---------------

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Ausgewählte Themen des Logistik-, Dienstleistungs- und Vertriebscontrollings	42	93
<p>Logistikkonzepte, Supply Chain Management, Kennzahlen und Berichtswesen, Case Studies zu ausgewählten Instrumenten des Controllings, z.B. Prozesskostenrechnung mit dem Schwerpunkt der Datenaufbereitung, -strukturierung und -analyse sowie der Excel basierten Entscheidungsfindung, Ausgewählte Themen vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen (z.B. Digitalisierung)</p> <p>Dienstleistungseigenschaften Immaterialität und Externer Faktor, Controllingkonzepte und -instrumente für Dienstleistungsbetriebe und produktbegleitende Dienstleistungen, Wertschöpfungskette und Instrumente des Kostenmanagements in Dienstleistungsbetrieben, Kennzahlengestütztes und automatisiertes sowie visualisiertes Berichtswesen im Sinne eines Business Analytics and Optimization</p> <p>Reifegradmodelle zu Big Data nach Davenport, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung sowie ERP-Systeme zu deren Automatisierung für den Vertrieb, Kennzahlensysteme des Vertriebs und ihre Visualisierung, Nutzwertanalysen auf Kunden und Produkte, Scoring-Modelle, automatisierte Abweichungs- und Gap-Analysen mit ihren Analytics Komponenten, Markt- und Wettbewerbsanalysen auf strukturierte und unstrukturierte Daten, Kundenerfolgsrechnung qualitativ und quantitativ, Produkterfolgsrechnung, Controlling von Vertriebsprozessen, Prognoserechnung und Predictive Analytics</p>		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Pfohl, Hans-Christian: Logistiksysteme. Heidelberg: Springer.

Schulte, Christoph: Logistik. München: Vahlen.

Weber, Jürgen; Wallenburg, Carl Marcus: Logistik- und Supply Chain Controlling. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Becker, Wolfgang; Rech, Stefan: Dienstleistungscontrolling. Stuttgart: Kohlhammer.

Bruhn, Manfred; Stauss, Bernd: Dienstleistungscontrolling. Wiesbaden: Springer Gabler.

Nagl, Anna; Rath, Verena: Dienstleistungscontrolling. München: Haufe.

Siebold, Matthias: Dienstleistungscontrolling in der Praxis. Weinheim: Wiley.

Davenport, Thomas H.: Big Data at work. Boston: Harvard Business Review Press.

Hauser, Martin; Kleinhietaß, Guido: Profit Center – Vertriebs-Controlling. Freiburg: Verlag für Controllingwissen.

Klein, Andreas: Marketing- und Vertriebscontrolling. München: Haufe.

Kühnapfel, Jörg B.: Vertriebscontrolling: Methoden im praktischen Einsatz. Wiesbaden: Springer Gabler.

Pufahl, Mario: Vertriebscontrolling. Wiesbaden: Springer Gabler.

Business Planning und Business Analytics (W3M10124)

Business Planning and Business Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10124	-	1	Prof. Dr. Uwe Nölte	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Projekt-/Forschungsskizze (50%) und Referat (50%)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolvent*innen sind in der Lage, die Bedeutung der Planung für die Unternehmenssteuerung zu beurteilen. Ihnen ist die Bedeutung der Budgetierung als Prozess bewusst und sie kennen unterschiedliche Konzepte der Budgetierung und die jeweiligen Kritikpunkte. Alternative Konzepte, die an diesen Kritikpunkten ansetzen, sind den Studierenden bekannt. Pläne als Ergebnis des Prozesses und als Ausgangspunkt eines Regelkreises können von Studierenden betriebswirtschaftlich eingeordnet werden. Auch verhaltenstheoretisch erklärbare Muster innerhalb der Planung sind den Absolvent*innen bekannt und können so professionell gehandhabt werden.

Aufgrund der immer größeren Bedeutung IT-basierter Planungsunterstützung sind die Absolvent*innen in der Lage, das Thema Business Analytics inhaltlich zu durchdringen. Sie kennen Verfahren der Descriptive Analytics, Predictive Analytics und Prescriptive Analytics und können diese zur Planungs- und Reportingproblematik in Beziehung setzen.

Sie kennen die neuen Aufgaben von Controller*innen im Umfeld von Big Data. Sie wissen, in welchen Situationen mit welchen Verfahren neue Erkenntnisse über Controlling-Sachverhalte gewonnen werden können.

In ihrer Funktion als Controller*innen sind sie in der Lage die Ergebnisse von Business Analytics an das Management ansprechend zu kommunizieren und können die hierzu erforderlichen Anforderungen an die Datenqualität an Data Scientists kommunizieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventen sind in der Lage die für Planung und Business Analytics notwendigen Daten um Unternehmen zu erheben und zu analysieren und die Methoden entsprechend der betrieblichen Fragestellung auszuwählen, falls nötig anzupassen und weiterzuentwickeln. Auch die Grenzen der Methoden hinsichtlich Praktikabilität und notwendiger Voraussetzungen werden erkannt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolvent*innen bilden ein kompetentes Bindeglied zwischen Data Scientist, Fachbereichen und Unternehmensführung. Sie beherrschen Steuerungs- und Koordinationsprozesse in Unternehmen inhaltlich und prozessual und sind in der Lage, solche Prozesse zu konzeptionieren und weiterentwickeln sowie der Unternehmensführung datengestützt neue Handlungswege aufzuzeigen. Absolvent*innen des Moduls verstehen es, Planungsdynamiken durch entsprechendes moderierendes Einwirken zielorientiert zu lenken.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolvent*innen sind in der Lage, unternehmensbereichs- und funktionsübergreifende Prozesse eigeninitiativ zu gestalten und weiterzuentwickeln. Daten können sie kritisch hinterfragen und zielorientiert mit Umsicht einsetzen, um die Weiterentwicklung der Organisation voranzutreiben.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Planning und Business Analytics	42	93
Business Planning Rolle von Planung und Budgetierung im Steuerungskontext von Unternehmen. Planungszwecke in Organisationen und ihre Auswirkung auf die Gestaltung des Planungssystems. Teilsysteme der Planung (Operative Planung-Strategische Planung, Budgetierung, Forecasting). Moderne Ansätze der Planung (Advanced Budgeting, Better Budgeting, Beyond Budgeting, etc.). Verknüpfung von Planung und Anreizsystemen		
Business Analytics Nutzung von Business Analytics in verschiedenen Unternehmensbereichen (z.B. Customer Analytics, Human Resource Analytics, Marketing Analytics, Financial Analytics u.a.). Nutzung verschiedener Methoden der Descriptive Analytics zur Beschreibung von Ereignissen (z.B. Modellierung von Projektkostenverläufen, Abweichungsanalysen bei Deckungsbeitragsrechnungen, u.a.). Nutzung verschiedener Methoden der Predictive Analytics zur Vorhersage von Ereignissen (z.B. Budgetierung und Working Capital-Optimierung mit Hilfe von Regressionsanalysen, Prognose von Produktverkäufen mit Hilfe von Zeitreihenanalysen, Faktoranalysen zur Prognose der Personalentwicklung und -fluktuation, u.a.). Nutzung verschiedener Methoden der Prescriptive Analytics zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen (z.B. Conjoint Analyse zur Nutzung im Target Costing, Monte-Carlo-Simulation von Werttreibermodellen, Optimierungsmodelle von Produktpreisen, u.a.). Nutzung von Visualisierungsmethoden, um die Folgen der Handlungsempfehlungen darzustellen (Dashboards, Power BI, u.a.). Übersicht über gängige Business Analytics Tools und Software (SAP Analytics, XL Stat, Rapidminer, u.a.)		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Artz, M.: Controlling in Marketing und Vertrieb: Planung, Budgetierung und Performance Measurement
- Gleich, R./Gänßlen, S./Kappes, M./Kraus, U./Leyk, J./Tschandl, M. (Hrsg.): Moderne Instrumente der Planung und Budgetierung. Innovative Konzepte und Best Practice für die Unternehmenssteuerung, München
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling, München
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M.: Controlling. 10 Fallstudien aus der Unternehmenspraxis, München
- Kohlhammer, J./Proff, D./Wiener, A.: Visual Business Analytics, Heidelberg
- Reiter, H. : Financial Governance: Im Kontext von Planung, Budgetierung & Forecasting und Performance Measurement
- Rieg, R.: Planung und Budgetierung. Was wirklich funktioniert, Wiesbaden
- Seiter, M.: Business Analytics: Effektive Nutzung fortschrittlicher Algorithmen in der Unternehmenssteuerung, Stuttgart
- Weber, J. / Linder, S : Neugestaltung der Budgetierung mit better und beyond Budgeting: Eine Bewertung der Konzepte

Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (W3M10125)

Business Tax Planning

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10125	-	1	Prof. Dr. Clemens Wangler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Gegenstand der Vorlesung ist die Analyse des Einflusses der Besteuerung auf betriebswirtschaftliche Entscheidungen. Die Studierenden vertiefen ihre bereits vorhandenen betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Kenntnisse und verknüpfen diese systematisch unter dem Gesichtspunkt der Entscheidungsrelevanz von Steuern auf funktionale und konstitutive betriebswirtschaftliche Entscheidungen. Sie vergegenwärtigen sich Steuerwirkungen in Entscheidungsprozessen (bspw. Investition-, Finanzierungs-, Rechtsformwahl- oder Standortentscheidungen). Ausgangspunkt sind hierbei die Verfahren zur Messung der Steuerbelastung und modelltheoretische Ansätze zur Quantifizierung von steuerinduzierten Entscheidungswirkungen.

Die Studierenden bearbeiten auch Fallstudien. Grundlage sind hierbei die klassischen Fragestellungen der Steuerplanung: Rechtsformwahl, Standortwahl, Investition und Unternehmensfinanzierung sowie Steuerbilanzpolitik. Ferner werden jeweils aktuelle Fragestellungen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre bearbeitet (bspw. Unternehmensbesteuerung und steuerliche Forschungsförderung, steuerliche Förderung alternativer Antriebsformen und Mobilitätskonzepte).

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Standardinstrumente der betriebswirtschaftlichen Steuerplanung zur Erzielung von Steuerersparnissen oder Barwerteffekten einsetzen und ggf. an die jeweilige Unternehmenssituation selbstständig anpassen. Dabei schätzen die Studierenden die Möglichkeiten und Grenzen der klassischen Art der Steuerplanung in Form von Modellrechnungen verlässlich ein.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden ordnen die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre im Kontext einer Steuer-Compliance und CSR ein.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Vernetzung mit anderen Teilgebieten der BWL (z.B. Investition, Finanzierung, Organisation, Controlling) im Rahmen einer nachhaltigen und integrierten Planung und Entscheidung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre – Steuerwirkungslehre –
Steuergestaltungslehre – Normative Steuerlehre – Steuerwirkungs- und Steuergestaltungslehre
in Bezug auf Rechtsformwahl und Standortwahl – Fallstudien zu Rechtsformwahl und
Standortwahl

Finanzierungsentscheidungen - Aktuelle konstitutive und funktionale Entscheidungen –
Fallstudien zu diversen Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre

Steuerwirkungs- und Steuergestaltungslehre in Bezug auf Investitionsentscheidungen.
Fallstudien zu diversen Themen der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre wie bspw.
Steuerbilanzpolitik, Gewinnverwendungspolitik, Konzernorganisation – Unternehmensbewertung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse der Unternehmensbesteuerung und Steuerbilanz auf dem Niveau des Moduls W3M10118
Unternehmensbesteuerung und Steuerbilanz

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Haberstock, L./Breithecker, V.: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre.

Kaminski, B./Strunk, G.: Einfluss von Steuern auf unternehmerische Entscheidungen.

König, R./ Maßbaum, A./ Sureth C.: Besteuerung und Rechtsformwahl: Personen-, Kapitalgesellschaften und Mischformen im Vergleich; Steuerbelastungsrechnungen,
Aufgaben, Lösungen.

Kußmaul H.: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre.

Kußmaul H.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.

Scheffler, W.: Die Besteuerung von Unternehmen III - Steuerplanung

Schneider, D.: Steuerlast und Steuerwirkung.

Schreiber, U.: Besteuerung der Unternehmen: Eine Einführung in Steuerrecht und Steuerwirkung Wagner, F. W.: Die Wissenschaft von der Unternehmensbesteuerung,
ZfbF 2015, 522 - 548

Wagner, F. W.: Unternehmensbesteuerung und Corporate Social Responsibility, ZfbF 2019, 347 - 380

Wangler, C.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, in: Häberle (Hrsg.): Das neue Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Band 3.

Nachhaltigkeit: Management - Controlling - Reporting (W3M10126)

Sustainability: Management - Controlling - Reporting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10126	-	1	Prof. Dr. Petra Morschheuser	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die (nachhaltigen) Erfolgsfaktoren für ein Unternehmen zu erarbeiten. Daraus resultierende Auswirkungen/Implikationen auf das Unternehmen sowie auf die verschiedenen Stakeholder können sie analysieren sowie nachhaltige und zum Teil konträre Unternehmensziele ableiten, abwägen und ganzheitliche Lösungsvorschläge erarbeiten. Die Studierende kennen Inhalte, Methoden und Modelle Nachhaltiger Unternehmensführung, des Nachhaltigkeitsmanagements sowie des strategischen und operativen Nachhaltigkeitscontrollings und können diese im berufspraktischen Umfeld anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, in allen Gestaltungsfeldern eines Nachhaltigkeitsmanagements mögliche Begrenzungen zu erkennen, die sich aus einer normativen, nachhaltigen Betrachtungsperspektive ergeben. In konkreten betrieblichen Entscheidungssituationen berücksichtigen die Studierenden Methoden und Instrumente des Nachhaltigkeitsmanagements und -controllings, um deren Anwendung auf die Praxis zu analysieren, zu beurteilen und an die jeweiligen Problemstellungen anzupassen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden nutzen ihre Kenntnisse der Nachhaltigen Unternehmensführung, des -managements und -controllings, um sich aktiv im Unternehmen einzubringen, dabei können sie auf wissenschaftlicher, fundierter Basis argumentieren und Leitungsfunktionen in Projekten und Arbeitsgruppen übernehmen. Die Studierenden reflektieren die Bedeutung ihres eigenen Wirkens und Handelns im Unternehmen und können auch die Folgen bzw. Auswirkungen ihrer Tätigkeiten auf das Unternehmen mit seinen Stakeholdern einschätzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die Methoden und Konzepte des Nachhaltigkeitsmanagements und -controllings in ihren Unternehmen anwenden, den Transfer zwischen Theorie und Praxis herstellen. Dabei gelingt es ihnen, neue Aufgaben und Problemstellungen mit gelerntem Methodenwissen Lösungen zuzuführen, die nachhaltig zum Unternehmenserfolg beitragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Nachhaltigkeit: Management - Controlling - Reporting	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Theoretische Grundlagen zum Nachhaltigkeitskonzept, Shareholder- versus Stakeholder-Management
Grundlagen einer nachhaltigen Wirtschaftsweise (Sustainability), Nachhaltiges Unternehmertum
Prinzipien einer nachhaltigen Unternehmenspolitik
Nachhaltige Unternehmensführung, Nachhaltigkeitsmanagement
Transformation von Wertketten zu Wertschöpfungskreisläufen (cradle to cradle)
Strategisches und operatives Nachhaltigkeitscontrolling (u.a. Kennzahlen, Umweltkostenrechnung, Investitionsrechnung, Wesentlichkeitsanalyse)
Instrumente des Nachhaltigkeitscontrollings
Nachhaltigkeitsberichterstattung (u.a. GRI, UN Global Impact, DNK, CSRD)
Praxisbeispiele, Fallstudien, Impact Scenarios-Entwicklung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bitte wie folgt ordnen: alphabetisch nach Nachname (bitte ausschreiben), Vorname (möglichst ausschreiben), Trennung mit Komma; bitte aktuelle Auflage bzw. Ausgabe in Zahlenangaben (nicht bei Erstauflage), Erscheinungsort und Erscheinungsjahr angeben.]

Arndt, Hans-Knud, u.a. (Hrsg.): Nachhaltige Betriebliche Umweltinformationssysteme, Wiesbaden: Springer, 2018

Balik, Michael/Frühwald, Christian: Nachhaltigkeitsmanagement: Mit Sustainability Management durch Innovation und Verantwortung langfristig Werte schaffen, Saarbrücken: AV, Akademikerverlag, 2012

Baumast, Annett/Pape, Jens. (Hrsg.): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, 2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart, 2022

Colsman, Bernhard: Nachhaltigkeitscontrolling, 2. Auflage, Wiesbaden, 2016

Dyckhoff, Harald (Hrsg.): Umweltmanagement. Zehn Lektionen in umweltorientierter Unternehmensführung, Berlin u.a., 2000

Ernst, Dietmar/Sailer, Ulrich (Hrsg.): Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, München, 2021

Gleich, Ronald, Bartels, Peter und Breisig, Volker. (Hrsg.): Nachhaltigkeitscontrolling, Freiburg, 2012

Günther, Edeltraud/Steinke, Karl-Heinz (Hrsg.): CSR und Controlling, Wiesbaden, 2016

Homburg, Christian: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, Wiesbaden, 2020

Müller-Christ, Georg: Nachhaltiges Management. Einführung in Ressourcenorientierung und widersprüchliche Managementrationalitäten, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Baden-Baden, 2014

Raisch, Sebastian/Probst, Gilbert/Gomez, Peter: Wege zum Wachstum: Wie Sie nachhaltigen Unternehmenserfolg erzielen. 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2010

Schmeisser, Wilhelm u. a.: Shareholder Value Approach versus Corporate Social Responsibility: Eine unternehmensethische Einführung in zwei konträre Ansätze. München, 2009

Sailer, Ulrich: Management - Komplexität verstehen: Systemisches Denken, Business Modeling, Handlungsfelder nachhaltigen Erfolgs, Stuttgart. 2012

von Hauff, Michael: Nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und Umsetzung, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, Berlin, 2021

Weber, Jürgen, Georg, Johannes, Janke, Robert und Mack, Simone: Nachhaltigkeit und Controlling, Weinheim, 2012

Risikomanagement (W3M10201)

Risk Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10201	-	1	Prof. Dr. Andreas Kaapke	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen erwerben über Grundlagen hinausgehende Kenntnisse denkbarer Diskontinuitäten und Risiken. Dadurch wird das Management von Strukturbrüchen erlernt und vertieft und anhand von Beispielen aus dem Unternehmensalltag z.B. unterschiedlicher Branchen und Unternehmensgrößen kritisch reflektiert. Dazu können volkswirtschaftliche Phänomene wie Wirtschafts-, Finanz-, Immobilienkrisen, gesundheitliche Beeinträchtigungen in der Unternehmerfamilie, Nachfrageschwankungen, exogene Schocks, veränderte Konkurrenzsituationen und dergleichen mehr zählen. Dabei werden interne und externe Risiken unterschieden. Bei den externen Risiken werden solche des sog. Makro-Umfelds von Risiken des Mikro-Umfelds getrennt. Daneben erwerben sie ein differenziertes Verständnis für Risikomanagement. Neuere, branchenübergreifende Forschungserkenntnisse zeigen hier bei vielen Unternehmen einen erheblichen Risikoumfang durch zahlreiche Gefährdungspotenziale auf, der in eklatantem Gegensatz zur beschränkten Risikotragfähigkeit steht. Daher stehen hier sowohl eine fokussierte Risikoidentifikation als auch die Etablierung spezifischer Risikobewältigungsmaßnahmen zur Reduzierung eines bestandsgefährdenden Risikoumfangs im Mittelpunkt der inhaltlichen Auseinandersetzung.

METHODENKOMPETENZ

Die typischen Methoden der Phasen eines Risikomanagementkreislaufs werden erlernt und können von den Absolventinnen und Absolventen situationsbezogen und routiniert zum Einsatz gebracht werden. Wissenschaftliche Methoden zur Erstellung eines Risikoinventars und Methoden zur Risikobewertung werden ebenfalls wie Steuerungsmaßnahmen für einzelne Risiken beherrscht.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen erkennen, dass die frühe Erkennung von Diskontinuitäten und Risiken den Fortbestand des Unternehmens sichert, so man die Diskontinuität erfasst und das Risiko hinsichtlich seiner Eintrittswahrscheinlichkeit fassen und hinsichtlich der max. Schadenshöhe abschätzen kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben nach Abschluss des Moduls ein eingehendes Verständnis über die Zusammenhänge des Risikomanagements, insbesondere haben sie spezifische Analysetools und Maßnahmenpakete kennen und anwenden gelernt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Risikomanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Diskontinuitätenmanagement
Methode der schwachen Signale
Verfahren zum Erkennen von Diskontinuitäten (Environmental Scanning, Monitoring)
Beispiele für Diskontinuitäten und Darstellung, wie sich diese auf das Unternehmen auswirken können

Risiken im Unternehmen

Externe Risiken (Makro-Umfeld): volkswirtschaftlicher Art; sozio-kultureller Art; politisch-rechtlicher Art; ökologischer Art; technologischer Art
Externe Risiken (Mikro-Umfeld): auf Wettbewerbs-, Kunden-, Lieferantenebene
Interne Risiken auf persönlicher Ebene, organisatorischer Ebene (z. B. Personalrisiko), substanzialer Ebene (z. B. Technologierisiko, Bilanzrisiko, Prozessrisiko, Ausfallrisiko)

Risikomanagement im Unternehmen

Risikomanagement im Kontext des Controllings

Risikomanagementkreislauf

Prozess des Risikomanagements (Risikoarten; Risikoidentifikation; Risikoanalyse und -bewertung; Risikoaggregation; Risikosteuerung; Risikobewältigung; Risikokontrolle; Risikobericht; Risikokommunikation; prä- und postprozessualer Bereich)

Strategisches und operatives Risikomanagement

Besonderheiten des Risikomanagements im Mittelstand (Mittelstandsadäquate Gestaltung des Risikomanagement-Prozesses; empirisch gestützte Analyse der speziellen Risiko-Situationen je nach Unternehmens- und Situationstyp („strategische Misserfolgskriterien“); Optimierung der Risiko-Tragfähigkeit angesichts beschränkter Ressourcen-Ausstattung)

Externe Institutionen zur Unterstützung des Risikomanagement-Prozesses

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Um das Modul bewältigen zu können, bedarf es expliziter Kenntnisse aus den Fächern Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, vornehmlich Bilanzierung, Finanzierung sowie Grundlagen der statistischen Methoden zum Verstehen typischer Risikomodelle. Da viele Risiken sich aus exogenen volkswirtschaftlichen Zusammenhängen ergeben, sind Grundlagenkenntnisse der VWL unabdingbar.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Crouhy, M., Galai, D., Mark, R.: The essentials of Risk Management, McGraw-Hill

Henschel, T.: Risk management practices of SMEs: Evaluating and implementing effective risk management systems, Berlin, Schmidt

Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements im Unternehmen, Vahlen

Lam, J.: Enterprise Risk Management, John Wiley & Sons

Schröer, C.: Risikomanagement in KMU: Grundlagen, Instrumente, Nutzen, Saarbrücken, VDM

Krisen- und Turnaroundmanagement (W3M10202)

Crisis and Turnaround Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10202	-	1	Prof. Dr. Andreas Kaapke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Im Modul soll die Sensibilität der Studierenden für Krisensituationen geschärft sowie denkbare Krisen reflektiert und eingeordnet werden. Daraus leiten sie denkbare Gegenmaßnahmen ab, wie mit Krisen umzugehen ist und wie reflektiert Krisenkommunikation nach innen und außen betrieben wird.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Absolventinnen und Absolventen einschlägige Methoden zur Krisenidentifikation und Krisensteuerung anwenden. Die typischen Modelle und Methoden entwickeln sie weiter, um eine Übertragung auf das jeweilige Anwendungsbeispiel zu ermöglichen. Im einem weiteren Kontext wird darüber hinaus der Blick bei den Studierenden für das Gesamtunternehmen geschärft, indem die Sinnhaftigkeit einer Unternehmensfortführung im Krisenfall diskutiert und die Bewertung des Unternehmens in der spezifischen Situation des Turnarounds bewertet wird.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Krisen und insbesondere ein Turnaround stellen höchste Anforderungen an die Führung und die Mitarbeiter*innen eines Unternehmens. Krisen können nicht von allen Beteiligten gleichermaßen bewältigt werden. Führungskräfte verneinen oder bagatellisieren dies, Mitarbeiter*innen fehlt oft der Mut frühzeitig auf Missstände hinzuweisen. Wie muss in einer Krise kommuniziert werden, wer wird von wem informiert. Wer übernimmt im Krisenfall die Führung? Da Krisen bisweilen lähmend wirken, führen sie nicht selten zu extremen Situationen zwischen den Menschen in Unternehmen. Das Modul soll die Belange aufzeigen und verdeutlichen, mit welchen Techniken und Maßnahmen man gegensteuern kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Den Studierenden wird im Modul vermittelt, wie sich aus Diskontinuitäten und Risiken unternehmerische Krisen ergeben können, wie diese zu managen sind und wie sich Krisen und ein Turnaround auf die Bewertung eines Unternehmens auswirken können. Diese übergeordnete Sichtweise ermöglicht es den Studierenden ein generelles Verständnis von Zusammenhängen in Unternehmen zu erhalten, diese analysieren, erkennen und entsprechende Konsequenzen daraus ziehen zu können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Krisen- und Turnaroundmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Krisenmanagement:
Grundlagen der Krisenerkennung
Frühwarnsysteme
Krisenarten (Strategie-, Ertrags-, Liquiditätskrise)
Krisenphasen
Analyse der Krisenursachen
Entrepreneurship
Führung(-spersönlichkeit und -kompetenz), Werte und (Entscheidungs-)Verhalten
Unternehmensnachfolge (interne, extern, Zeitpunkt)
Unternehmensbewertung
Kooperationen in allen Funktionsbereichen
Eigen- vs. Fremdbezug
„war for talents“ (demographischer Wandel, Entlohnung, Arbeitszeiten usw.)
Gewinnung neuer Absatzmärkte (Export)
Sanierungsfinanzierung, Erweiterungsfinanzierung, Investoren
Finanzierungswechsel

Turnaroundmanagement:
Krisenfrüherkennung und -analyse(Vermeidungsstrategie)
Phasen des Turnarounds
Strategische Vorgehensweise (was ist das neue Geschäftsmodell): Marktreife der Produkte,
Einkauf, Lagerhaltung
Mehrheitsverhältnisse im Unternehmen und die damit einhergehenden Implikationen für
fundamentale Veränderungen
Einbindung Dritter
Finanzierung: Kapitalbeteiligungsgesellschaft, Bürgschaftsbanken, öffentliche
Förderprogramme, Hausbankprinzip, Mezzanine Finanzierung, Stille Beteiligungen, etc.
Beratung etc.
Informieren der Mitarbeiter, Einbinden der Mitarbeiter, neue Struktur und Aufgabenzuweisung,
Freisetzung, Mitarbeitergewinnung, Erfolgs- und Kapitalbeteiligung usw.
Informieren der externen Teilöffentlichkeiten (Kunden, Lieferanten, bisherige Gesellschafter
usw.)
Informationspolitik (z.B. Sonderbilanz)
Sanierungsalternativen
Wachstums- und Schrumpfsstrategien (Investment oder Desinvestment)
Sanierungsmanagement (außergerichtliche Sanierungsmaßnahmen, Sanierung im Rahmen der
Insolvenzordnung)
Gesundschumpfung, Liquidation
Chancen aus der Insolvenz
Übernahme

Auswirkungen von Risiken und Krisen auf die Unternehmensbewertung

BESONDERHEITEN

Besonders geeignet für Studierende, die das Modul WM10201 wählen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt
Crouhy, M., Galai, D., Mark, R.: The essentials of Risk Management, McGraw-Hill
Henschel, T.: Risk management practices of SMEs: Evaluating and implementing effective risk management systems, Berlin, Schmidt
Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements im Unternehmen, Vahlen
Lam, J.: Enterprise Risk Management, John Wiley & Sons
Schröder, C.: Risikomanagement in KMU: Grundlagen, Instrumente, Nutzen, Saarbrücken, VDM
Wengert, H., Schittenhelm, F.-A.: Corporate Risk Management, Heidelberg, Springer/Gabler
Behrens, M.: Turnaround Finance: Eine Analyse der Kapitalzufuhr im Krisenfall des Mittelstandes, Verl. Wissenschaft & Praxis, Sternenfels
Handbuch Krisen- und Restrukturierungsmanagement : generelle Konzepte, Spezialprobleme, Praxisberichte; Krystek, Ulrich, Stuttgart, Kohlhammer
Heinemann, D.: Lernen im Turnaround von KMU: Eine theoretische und empirische Betrachtung des Unternehmens-Turnarounds von KMU aus der Perspektive des
individuellen und organisationalen Lernens, Frankfurt am Main, Lang
Krystek, U.: Unternehmenssanierung: Strategien zur erfolgreichen Bewältigung von Unternehmenskrisen, Freiburg i. Br., Haufe
Paffenholz, G.: Insolvenzplanverfahren: Sanierungsoption für mittelständische Unternehmen, Wiesbaden, Deutscher Universitäts-Verlag,
Salm, M.: Krisenmanagement: Strategien gegen die Insolvenzgefahr in kleinen und mittleren Betrieben, Frankfurt am Main, Frankfurter Allgemeine Buch

Geschäftsmodelle, Strategie und Steuerung (W3M10203)

Business Models, Strategy and Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10203	-	1	Prof. Dr. Andreas Mitschele	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen Geschäftsmodelle als grundlegendes Element von Unternehmen, können diese systematisieren und in den Rahmen des strategischen Managements bzw. der Geschäftsstrategie einordnen. Sie erfassen Relevanz sowie Rahmenbedingungen der digitalen Transformation und können die disruptiven Implikationen ausgewählter Technologien auf bestehende Geschäftsmodelle beurteilen. Die Studierenden kennen die entscheidenden Werttreiber von Geschäftsmodellen, wie zum Beispiel Kundenbeziehungen, Patente, Know-How und Marken. Sie erkennen die Bedeutung der Werttreiber als strategische Faktoren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Geschäftsmodelle anhand ausgewählter Verfahren klassifizieren und analysieren. Sie sind in der Lage, Potenziale neuer Technologien in ihrem beruflichen Umfeld zu identifizieren und zugleich deren Anwendbarkeit und Risiken kritisch zu erörtern. Die Studierenden wissen um die Bedeutung von Kapitalgeber*innen für Unternehmen und Geschäftsmodelle. Sie beherrschen die gängigen Verfahren zur Bestimmung von Unternehmenswerten und können diese in der Praxis einsetzen. Die Studierenden verfügen über umfangreiches Wissen zu den Wirkungszusammenhängen zwischen strategischen und operativen Einflussfaktoren auf den Unternehmenswert.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erfassen die Bedeutung des digitalen Wandels für sich selbst sowie für ihr berufliches Umfeld. Sie sind darüber hinaus fähig, die Chancen und Risiken dieser Entwicklungen kritisch zu hinterfragen. Insbesondere erkennen sie die Herausforderungen zunehmend datengetriebener Geschäftsmodelle sowohl für Einzelpersonen als auch für die Gesellschaft insgesamt. Die Studierenden kennen die Kritik an ausgewählten Unternehmensführungsansätzen. Sie erkennen, wie verantwortungsbewusster Umgang mit Steuerungskonzepten zur Zukunftsfähigkeit von Unternehmen beitragen kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die erworbenen Kenntnisse zu digitalen Technologien und digitaler Disruption auf ihr berufliches Umfeld übertragen und eigenständig Rückschlüsse auf die Positionierung ihres Unternehmens ziehen. Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen wie Steuerung und Bewertung von Geschäftsmodellen die strategische Ausrichtung der Unternehmensführung unterstützen und zur Existenzsicherung des Unternehmens beitragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Geschäftsmodelle, Strategie und Steuerung	42	93

Geschäftsmodelle im digitalen Wandel

- Strategisches Management (Umfeld, Analyse, Ziele und Strategie) und Digitale Transformation als Rahmen
- Systematisierung und Entwicklung von Geschäftsmodellen
- Disruptive Innovation durch Technologien (z. B. Künstliche Intelligenz, Blockchain)
- Digitale Geschäftsmodelle und Ökonomie

Steuerung von Geschäftsmodellen

- Theorien zur wertorientierten Steuerung
- Ansätze der Unternehmensbewertung, ertragswert- und zahlungsstromorientierte Verfahren
- Bestimmung der Kapitalkosten
- Kundenbeziehungen, Patente, Know-How und Marken als Werttreiber eines Geschäftsmodells

Die Lehrveranstaltungen werden durch Fallstudien ergänzt.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Grundlagen Finanzwirtschaft (Investition und Finanzierung) sowie Grundlagen Strategisches Management.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Lippold, D.: Marktorientierte Unternehmensführung und Digitalisierung. Management im digitalen Wandel, Berlin/Boston.
Christensen, C. M.; Matzler, K.: The innovator's dilemma. Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren, München.
Copeland, T., Koller, T., Murrin, J.: Unternehmenswert: Methoden und Strategien für eine wertorientierte Unternehmensführung.
Rappaport, A.: Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance.
Dillerup, R., Stoi, R.: Unternehmensführung: Management & Leadership.
Gassmann, O.; Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten. Geschäftsmodelle, Erfolgsfaktoren, Checklisten, München.
Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt, New York.
Johnson, G.; Whittington, R.; Scholes, K.; Angwin, D.; Regnér, P.: Strategisches Management. Eine Einführung, Hallbergmoos.
Weber, J. u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte – Implementierung.

Soziale Marktwirtschaft und Unternehmertum (W3M10204)

Social Market Economy and Entrepreneurship

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10204	-	1	Prof. Dr. Michael Knittel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Komplexität von Marktstrukturen und Wettbewerbsprozessen und sind in der Lage, strategisches Entscheidungsverhalten von Unternehmen in verschiedenen Marktstrukturen zu modellieren, Preispolitiken bei unterschiedlichen Marktconstellationen zu analysieren, zu bewerten sowie Lösungsvorschläge durch Anwendung wettbewerbs- und industrieökonomischer Konzepte zu erarbeiten. Die Studierenden reflektieren die ordnungs- prozess- und strukturpolitischen Wirkungen. Die Studierenden kennen die zunehmenden außenwirtschaftlichen Verflechtungen in globalisierten Märkten und sind in der Lage, den europäischen Integrations- bzw. Transformationsprozess zu analysieren und kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden erkennen den Einfluss und die strategische Relevanz von Umweltaspekten auf unternehmerische Entscheidungen. Sie sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, wirtschaftspolitische und wettbewerbsrechtliche Aspekte im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen zu berücksichtigen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragestellungen anwenden und die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis zu durchdringen. Die Studierenden sind in der Lage, typische volkswirtschaftliche Problemstellungen vor dem Hintergrund der gegebenen Erfahrungen in der beruflichen Praxis zu beurteilen und weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls das Entscheidungsverhalten von Manager*innen in komplexen Anwendungsfeldern analysieren, kritisch reflektieren und ein situationsangemessenes Handeln für die eigene praktische Arbeit ableiten. Sie erlangen die Fähigkeit zur Wahrnehmung volkswirtschaftlich relevanter Sachverhalte sowie die Fähigkeit zur Analyse relevanter Probleme und zur Erarbeitung strategischer Lösungsansätze für auftretende volkswirtschaftliche Kernfragen. Sie erlangen zudem die Fähigkeit zur multidimensionalen Lösung von unternehmerischen Fragestellungen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Soziale Marktwirtschaft und Unternehmertum	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Imperfekte Marktkoordination (Marktversagensgründe)
- Auswirkungen spezielle Marktstrukturen auf das Entscheidungsverhalten von Unternehmen (z. B. Monopol, Oligopol)
- Preisgestaltung (z. B. Preisdiskriminierung, Preisbündelung, Preisbestimmung und -phänomene in Plattformökonomien)
- Netzwerkökonomik (z.B. zweiseitige Märkte, Koordinationsversagen, Netzwerkeffekte)
- Aktuelle Aspekte der Ordnungs-, Prozess-, und Strukturpolitik
- Regulierungsökonomik
- (Europäische) Wettbewerbspolitik
- Neue Institutionenökonomik (z.B. Prinzipal-Agent-Ansatz, Transaktionskostenansatz, (Neue) Politische Ökonomie)
- Verhaltensökonomik
- Ressourcen- und Umweltökonomik sowie Umweltpolitik (z.B. negative Externalitäten, Instrumente des Umweltschutzes)
- Außenwirtschaft und Außenwirtschaftspolitik (z.B. Globalisierung, Europäische Integration und Geld-/Währungspolitik, Außenhandelspolitik, insbesondere Protektionismus)

BESONDERHEITEN

Im vorliegenden Modul wird besonderer Wert auf aktuelle Fallbeispiele im nationalen, europäischen und weltweiten Kontext gelegt.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen mikroökonomischer Zusammenhänge (Technologie, Kosten und Angebot, Nachfrage, Marktgleichgewicht), Grundlagen makroökonomischer Argumentationen (Angebots- und Nachfragesicht)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Beck, H.: Behavioral Economics, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Bellflamme, P. / Peitz, M.: Industrial Organization, Markets and Strategies, New York: Cambridge University Press.
- Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, München: Pearson.
- Damadoran, S.: Managerial Economics, New Delhi: Oxford University Press.
- Dixit, A. / Nalebuff, B.: Spieltheorie für Einsteiger, Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- Dixit, A. / Skeath, S. / Reiley, D.: Games of Strategy, New York: Norton and Company.
- Erlei, M. / Leschke M. / Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- Feess, E. / Seelinger A.: Umweltökonomie und Umwelt: München: Vahlen.
- Fritsch, M. / Wein, T. / Ewers, H. : Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München: Vahlen.
- Gärtner, M.: Macroeconomics, München: Pearson.
- Hill, C.: International Business: Competing in the Global Marketplace, New York: McGraw-Hill.
- Knieps, G.: Wettbewerbsökonomie, Berlin: Springer.
- Koch, E.: Globalisierung: Wirtschaft und Politik. Chancen – Risiken – Antworten, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Pindyck, R. / Rubinfeld, D.: Mikroökonomie, München: Pearson.
- Png, I. / Lehman, D.: Managerial Economics, Malden: Blackwell Publishing.
- Salvatore, D.: Managerial Economics in a Global Economy: New York: Oxford University Press.
- Sunken J. / Schubert K.: Ökonomische Theorien der Politik, Berlin: Springer
- Thomas, C. / Maurice, S.: Managerial Economics, New York: McGraw Hill.
- Wiesmeth, H.: Umweltökonomie: Theorie und Praxis im Gleichgewicht, Berlin: Springer

Exkursion (W3M10205)

Study trip

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10205	-	1	Prof. Dr. Andreas Kaapke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Komplexität von Branchenthemen, Unternehmensaufgaben und Wettbewerbssituationen und sind in der Lage, komplexe Marktstrukturen zu analysieren, mögliche Handlungsszenarien auf Vor- und Nachteile zu evaluieren und zu bewerten sowie konkrete Maßnahmen zur Lösung der Aufgaben zu generieren. Die Studierenden reflektieren dabei die Ausgangssituationen, können diese auch hinsichtlich deren Tragweite und Bedeutung bewerten und vermögen im Anschluss auch Wirkungen von Maßnahmen einzuordnen. Durch den Besuch mehrerer Institutionen, Unternehmen usw. in einer Region sind die Studierenden in der Lage die Gesamtsituation makro- und mikroökonomisch zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, aktuelle Chancen und Risiken auf Märkten und in Branchen sowie Regionen zu erkennen, diese auf ihre unterschiedlichen Anforderungen hin zu diskutieren und Lösungsvorschläge mit Unternehmensvertreter*innen kritisch zu hinterfragen. Im Studium und anderen Modulen erlernte Methoden und Techniken können im Rahmen der Prüfungsleistung angewendet werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Kommunikation mit zahlreichen Vertreter*innenn aus Wirtschaft, Verbandswesen und Politik schärft das Argumentieren und die Sensibilität der Studierenden im Hinblick auf die Bedeutung von Themen. Durch die Prüfungsleistung ist ein besonders empathischer Umgang mit den Fragestellungen von Regionen oder Branchen angezeigt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Exkursion	42	93

Besuche und Diskussionen mit Unternehmen, Verbänden, Kammern, Unternehmerpersönlichkeiten, NGO usw. Danach reflektierende Diskussionen in der Gruppe. Rechtzeitig vor der Modulwahl wird die konkrete Region, die aktuelle Aufgabe usw. bekannt gegeben.

BESONDERHEITEN

Das Modul kann nicht im Rahmen des Zertifikatsprogramms belegt werden.

Es entstehen Zusatzkosten, die Teilnahme an Besuchen ist obligatorisch.

Die Prüfungsleistung Portfolio besteht aus den Teilprüfungsleistungen Vorbereitungsreferat und Abschlussreferat von je 30 min.

VORAUSSETZUNGEN

Das Modul sollte in hinteren Semesterlagen belegt werden

LITERATUR

In Abhängigkeit des Reiseziels und des konkreten thematischen Rahmens

Projekt- und Multi-Projekt-Management-Tools für Consultants (W3M10206)

Project and Multi-Project Management Tools for Consultants

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10206	-	1	Prof. Dr. Friedrich Augenstein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben vielfältiges Wissen auf dem neusten Kenntnisstand des Projekt- und Multiprojekt-Managements. Durch die zunehmende Bedeutung des Projektmanagements ist dieses Wissen auch strategisch wertvoll. Sie können grundlegende Modelle des klassischen, agilen und Multi-Projektmanagements, die in der Beratungspraxis Verwendung finden, gezielt auf betriebliche Problemstellungen anwenden.

Dabei werden sie von einem umfassenden, IT-gestützten (Multi-)Projektmanagement Tool, das eine Vielzahl von Techniken und Vorlagen sowie eine strukturierte Vorgehensweise bietet, unterstützt. Das Tool kann von den Studierenden auch nach dem Seminar und in der betrieblichen Praxis genutzt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Methoden des Projekt- und Multiprojekt-Managements kritisch hinterfragen, anwenden und weiterentwickeln, sowohl im fachlichen Kontext als auch im beruflichen Anwendungsfeld. Sie können die Praktikabilität und Grenzen klassischer und agiler Methoden des Projektmanagements einschätzen und diese miteinander kombinieren. Die Studierenden kennen einschlägige IT-Werkzeuge für das Projektmanagement und haben gelernt, Ausgewählte anzuwenden, weiterzuentwickeln und die Ergebnisse zu würdigen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Projektmanagement im Unternehmen ganzheitlich zu gestalten und kritisch zu analysieren sowie Vorschläge zu dessen Verbesserung oder Erweiterung zu entwickeln. Sie sind dabei kompetente Gesprächspartner*innen und können innerhalb eines Projektteams eine verantwortliche Rolle übernehmen. Die Studierenden können effektiv in einer Projektgruppe mitarbeiten und/oder diese leiten. Da Projekte sich per Definition in unsicheren Umfeldern bewegen, lernen die Studierenden neben konzeptionellem Denken auch klassische Managementfähigkeiten wie Zeitmanagement, Fähigkeit zur Priorisierung, Selbstmanagement und Belastungsfähigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Durch die meist funktionsübergreifend gestaltete Projektarbeit gewinnen die Studierenden Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse in einem Unternehmen und können die Anforderungen unterschiedlicher Bereiche eines Unternehmens in den in Projekten entwickelten Lösungsansätzen miteinander verbinden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Projekt- und Multi-Projekt-Management-Tools für Consultants	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Einführung in das Projektmanagement Tool
Strategisches Projekt-Portfolio-Management (Dependency Structure Matrix u.a. Tools)
Projekt-Antrags-Verfahren, Projektwürdigkeitsprüfung, Wirtschaftlichkeitsrechnung, Projekt-Scoring
Projekt-Zielsetzung und –Auswahl
Projekt-Risikomanagement
Projekt-Portfolio-Steuerung / Multi-Projektmanagement, Definition zugehöriger Rollen und Gremien
Projekt-übergreifende Ressourcensteuerung
Einführung in MS-Project oder ProjectLibre
Projektinitialisierung: Kontextanalyse, Projektevaluierung, Projektorganisation, Projektantrag, Kick-off
Projektplanung: Projektstrukturplan, Balkendiagramme, Ressourcen und Kosten, Kommunikationsplanung, Dokumentation
Projektdurchführung: Führung in Projekten, Konfliktmanagement, Teamentwicklung, Projektkommunikation, Steuerung, Reaktion auf unvorhergesehene Ereignisse
Agiles Projektmanagement anhand einer beispielhaften Vorgehensweise (z.B. SCRUM)
Hybrides Projektmanagement
Projekt-Controlling: Reporting und Meldewesen, Meilenstein-Trendanalyse, Kosten-Trendanalyse, Earned Value Analyse, Ressourcen-Auslastung, Budget-Kontrolle, Forecast-Analysen, Controlling in agilen Projekten, Umsetzung in Tools
Projekt-Review-Verfahren, Projekt-übergreifendes Wissensmanagement
Standard-Beratungsprodukte: Entwicklung und Anwendung
Methoden der Problemdefinition, -analyse und –lösung in Consulting-Projekten
Aktuelle Entwicklungen und Trends im Projektmanagement
Anwendung der vermittelten Kenntnisse in einer durchgängigen Fallstudie

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Augenstein, F.: Projektmanagement Tool, Simmozheim
Bea, F.X.; Hesselmann S.; Scheurer S.: Projektmanagement: Grundwissen der Ökonomik, Stuttgart
Burghardt, M.: Einführung in das Projektmanagement, Erlangen
Niedereichholz, C.: Consulting Insight, München/Wien
Niedereichholz, C.: Consulting Wissen, München/Wien
Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung – Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, München/Wien
Patzak, G.; Rattay G.: Projekt Management, Wien
Kerzner, H.: Projektmanagement – Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung, Bonn
Litke, H.-D.; Kunow, I.: Projektmanagement, Planegg/München.
Pichler, R.: Scrum: Agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen, Heidelberg
Preußig, J.: Agiles Projektmanagement – Scrum, Use Cases, Task Boards & Co., Freiburg
Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge: PMBOK Guide
Schels, I.: Projektmanagement mit Excel – Projekte budgetieren, planen und steuern, München
Wegmann, C./Winkelbauer, H.: Projektmanagement für Unternehmensberatungen, Wiesbaden

Business Development (W3M10207)

Business Development

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10207	-	1	Prof. Dr. Enrico Purle	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die verschiedenen Möglichkeiten der Geschäftsmodellbeschreibung sowie die Prozesse zur Entwicklung von Geschäftsmodellen. Sie erkennen aktuelle Einflussfaktoren und Werttreiber von digitalen Geschäftsmodellen. Auf Basis einschlägiger Methoden der Ideengenerierung können sie Geschäftsmodell-Muster auf ihre Machbarkeit bewerten. Sie kennen Standardverfahren zum Test und zur Evaluierung von Geschäftsmodellen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage geeignete Methoden zur Geschäftsmodellbeschreibung, -analyse und -weiterentwicklung existenter Geschäftsmodelle situations- und problemadäquat auszuwählen und anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, sich auf die Interessenslagen der beteiligten internen und externen Personen bzw. Marktpartner einzustellen. Sie sind sensibilisiert für die sozialen Dimensionen der Entscheidungen und können mögliche Konflikte adäquat angehen. Sie sind in der Lage, effektiv in einer strategischen Planungsgruppe mitzuarbeiten oder diese zu leiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten im Bereich Business Development auf neue Situationen zu übertragen und professionelle Problemlösungen zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Development	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Business Development im Kontext der Unternehmensführung
Konzepte zur Geschäftsmodellbeschreibung und –analyse
- St. Galler Business Model Navigator
- Business Model Canvas
- Beschreibungs- / Analyseansätze für Plattform-Geschäftsmodelle
Geschäftsmodell-Innovation
- Design Thinking, Sprint
- Vorgehensmodell für den Innovationsprozess
- Geschäftsmodell-Muster
- Geschäftsmodellumgebung: Trendforschung, Szenario
- Überblick über ausgewählte transformationale Technologien wie bspw. Internet der Dinge (IoT), künstliche Intelligenz (AI) und Blockchain-Technologie
Digital Business Modelling
- Digital Key Elements
- Digital Business Model Development and Innovation
Plattform Geschäftsmodelle
- Arten von Plattformen
Value Proposition Design
Standardverfahren zum Geschäftsmodelltest

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Andreini, D, Bettinelli, C., Business Model Innovation, Cham
Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies, New York u.a.
Faschingbauer, M., Effectuation. Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln, Stuttgart
Gassmann, O., Frankenberger, K., Sauer, R., Exploring the Field of Business Model Innovation, London, New York, Shanghai
Gassmann, O., Frankenberger, K., Sauer, R., Exploring the Field of Business Model Innovation, London, New York, Shanghai
Gassmann, O. u.a., Geschäftsmodelle entwickeln, München
Knapp, J.; Zeratsky, J.; Kowitz, B., Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days, New York
Osterwalder, A.; Pigneur, Y., Business Model Generation, Frankfurt am Main, New York
Osterwalder, A. u.a., Value Proposition Design, Frankfurt am Main
Schallmo, D., Geschäftsmodell-Innovation, Wiesbaden
Wirtz, B., Business Model Management, Wiesbaden

Intercultural Management (W3M10208)

Intercultural Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10208	-	1	Prof. Dr. Jan Specht	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Mündlicher Prüfung 50% und Projektskizze 50%	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Students have comprehensive knowledge of the models and theories in intercultural management. They understand the different cultural-theoretical approaches and communication styles and can assess their appropriate applicability in professional practice.

METHODENKOMPETENZ

Students are able to evaluate methods and research approaches with regard to their applicability for dealing with intercultural issues in both theoretical and professional contexts, to apply them independently and to analyse their effects.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Students are able to reflect on and put into perspective their own cultural background and that of the interactants. They can communicate appropriately in interdisciplinary and intercultural teams and situations, provide constructive feedback and develop appropriate solutions.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Students have the ability and willingness to critically reflect on their personal intercultural skills and their applicability in professional contexts. Furthermore, they have developed approaches for the further development of their own intercultural skills in order to be and remain capable of acting in a globalized working world.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Intercultural Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Fundamentals of Intercultural Management

- Introduction to Interculturality
- Cultural Concepts and Approaches
- Intercultural Competence

Communication across Cultures

- From Multicultural to Intercultural
- Interpersonal Communication in an Intercultural Context
- Technology as a Facilitator for Cross-Cultural Communication

Negotiating for Mutual Benefit

- Cross-Cultural Negotiation Challenges
- The Concept of Principled Negotiation
- Conflict Resolution and Crisis Management

Culture and Customers in a Global Market

- The Changing Global Economy
- National versus Social Cultures
- Dealing with Customers from Different Cultural Backgrounds

Leading Culturally Diverse Organisations

- Interculturality in the Corporate Context
- Culture and Leadership
- Managing Cultural Change in a Global Environment

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus Mündlicher Prüfung 50% und Projektskizze 50%. Der Prüfungsumfang gilt nur für den Prüfungsteil Mündliche Prüfung.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Abramson, Neil R. & Moran, Robert T. (2018). *Managing Cultural Differences: Global Leadership for the 21st Century* (10th ed.). London and New York: Routledge.
- Akkari, Abdeljalil & Radhouane, Myriam (2022). *Intercultural Approaches to Education, From Theory to Practice*. Cham: Springer.
- Bolten, Jürgen (2018). *Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation* (3rd ed.). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Borowska, Marta (2021): Diversity and Inclusion Practices among Different Cultures. In: Swiatek-Barylska, Ilona & Mohan Devadas, Udaya (eds.): *Facets of Managing in Cross-Cultural Diversity*. Warschau: Wydawnictwo University.
- Broszinsky-Schwabe, Edith (2017). *Interkulturelle Kommunikation: Missverständnisse und Verständigung* (2nd ed.). Wiesbaden: Springer VS.
- Broways, Marie-Joelle & Price, Roger (2019). *Understanding Cross-Cultural Management* (4th ed.). Harlow: Pearson.
- Chaney, Lillian H. & Martin, Jeanette S. (2013). *Intercultural Business Communication* (6th ed.). New York: Pearson.
- Engelen, Andreas & Tholen, Eva (2014). *Interkulturelles Management*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Fischer, Roger; Ury, William & Patton, Bruce (2011). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. London: Penguin.
- Gutting, Doris (2020). *Interkulturelles Marketing im digitalen Zeitalter, Strategien für den globalen Markterfolg*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hall, Edward T. & Hall, Mildred Reed (1990): *Understanding Cultural Differences*. Yarmouth: Intercultural Press.
- Haller, Peter M.; Naegele, Ulrich & Berger, Susan (2019). *Bridging Cultural Barriers: How to Overcome Preconceptions in Cross-Cultural Relationships*. Cham: Springer.
- Heringer, Hans Jürgen (2017). *Interkulturelle Kommunikation* (5th ed.). Stuttgart: UTB.
- Hofstede, Geert (1980). Motivation, Leadership, and Organization: Do American Theories Apply Abroad? *Organizational Dynamics*, Vol. 9, 42-58.
- Hofstede, Geert (1980). *Culture's Consequences – International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills: Sage.
- Hofstede, Geert (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. In *Psychology and Culture*, 2(1), 1–26.
- Horx, Tristan; Kelber, Cornelia; Muntschick, Verena & Papasabbas, Lena (2017). *Generation Global*. Frankfurt: Zukunftsinstitut.
- Khan, Mohammad Ayub. & Ebner, Noam (2019). *The Palgrave Handbook of Cross-Cultural Business Negotiation*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Koch, Eckart (2017). *Praxistraining Interkulturelles Management* (2nd ed.). Konstanz: UVK.
- Kumbruck, Christel & Derboven, Wibke (2016): *Interkulturelles Training: Trainingsmanual zur Förderung interkultureller Kompetenzen in der Arbeit*. (3rd ed.) Wiesbaden: Springer
- Masuda, Takahiko; Ellsworth, Phoebe C.; Mesquita, Batja; Leu, Janxin; Tanida, Shigehito & Van de Veerdonk, Ellen (2008). Placing the Face in Context: Cultural Differences in the Perception of Facial Emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94(3), 365–381.
- Maude, Barry (2011). *Managing Cross-Cultural Communication: Principles & Practices*. Chippenham: Palgrave Macmillan.
- Moran, Robert T.; Abramson, Neil Remington; Chan, Anthony & Sabongui, Marie-Marguerite (2024). *Managing Cultural Differences: Global Leadership Skills and Knowledge for the 21st Century* (11th ed.). London and New York: Routledge
- Rothlauf, Jürgen (2014). *A Global View on Intercultural Management: Challenges in a Globalized World*. Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Schneider, Simon & Heinecke, Liv (2019). The Need to Transform Science Communication from Being Multi-cultural via Cross-cultural to Intercultural. *Advances in Geosciences* 46. 11-19.
- Steers, Richard M.; Sanchez-Runde, Carlos J. & Nardon, Luciana (2010). *Management Across Cultures: Challenges and Strategies*. New York: Cambridge University Press.

Angewandte Finanzmarkttheorie und Finanzrisikomanagement (W3M10401)

Applied Theory of Finance and Financial Risk Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10401	-	1	Prof. Dr. Andreas Mitschele	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen zentrale Modelle der Finanzmarkttheorie (Theory of Finance), die sich seit den 1950er Jahren als eigenständige Disziplin innerhalb der Wirtschaftswissenschaften entwickelt hat und können ausgewählte Weiterentwicklungen in den Zusammenhang einordnen. Darüber hinaus sind sie fähig, Risiken mit einem besonderen Fokus auf finanzielle Risiken systematisiert zu betrachten und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verbreitern und vertiefen ihre Kenntnisse im Zusammenhang mit verschiedenen Modellen aus der Finanzmarkttheorie und dem Finanzrisikomanagement. Sie setzen verschiedene Modelle mittels Prototypen zur Anwendung auf Praxisfragestellungen um. Die Modellgüte hinterfragen sie kritisch im Hinblick auf Praktikabilität sowie Grenzen und können eigenverantwortlich entscheiden, in welchem Kontext ein bestimmtes Modell hilfreich einsetzbar sein kann.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich in der Vorlesung durch eigene Umsetzung intensiv mit ausgewählten Modellen auseinander und können so deren Relevanz für das persönliche Umfeld selbstständig abschätzen. Durch Ausarbeitung und Vorstellung eines praktischen Anwendungsfalls vertiefen sie ihre in der Vorlesung erworbenen Kenntnisse und bereiten den Rahmen für eine Diskussion in der Gruppe. Dadurch wird ihnen die Relevanz der Modelle für die Praxis bewusst.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die Fragestellungen der Finanzmarkttheorie und des Finanzrisikomanagements in das Gesamtsystem eines Unternehmens einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Angewandte Finanzmarkttheorie und Finanzrisikomanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Systematisierung und Finanzrisikomanagement

- Einordnung von Risiko, Risikomanagement(-prozess) und Finanzrisiken (Markt-, Kredit-, Liquiditätsrisiko)
- Statistische Analyse von Finanzmarktdaten
- Modelle zur Risikobewertung (VaR, Conditional VaR, Stress-Tests), Risikosteuerung und Risikoaggregation
- Rechtliche und aufsichtsrechtliche Vorgaben (KonTraG, COSO, MaRisk)

Finanzmarkttheorie und Anwendungen

- Portfoliotheorie: Portfolio Selection (Markowitz), Capital Market Line (Tobin), Capital Asset Pricing Model (Sharpe)
- Finanzmärkte: Efficient Market Hypothesis (Fama) vs Market Inefficiencies (Shiller), Behavioral Finance
- Bewertung: Option Pricing (Black, Scholes, Merton), Credit Risk (Merton), Capital Structure / Cost (Modigliani, Miller)

Die Lehrveranstaltungen werden durch Fallstudien ergänzt.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Grundlagen Finanzwirtschaft (Investition und Finanzierung)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Elton, E.J. et al., Modern portfolio theory and investment analysis. Hoboken, NJ: Wiley
- Mondello, E.: Finance. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden
- Población García, F. J.: Financial Risk Management. Cham: Springer International Publishing
- Bloss, M. et al.: Financial Modeling. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag
- Hull, John: Optionen, Futures und andere Derivate. Hallbergmoos: Pearson
- Jones, C.P., Investments. Principles and concepts. Hoboken, NJ: Wiley
- Bruns, C.; Meyer-Bullerdiel, F.: Professionelles Portfoliomanagement. Aufbau, Umsetzung und Erfolgskontrolle strukturierter Anlagestrategien. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Finanzplanung und Finanzinstrumente (W3M10402)

Financial Planning and Financial Instruments

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10402	-	1	Prof. Dr. Wolfgang Disch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, eine systematische Schätzung, Berechnung und Steuerung der eingehenden und ausgehenden Zahlungsströme, die aufgrund der geplanten Aktivitäten eines Unternehmens in einem gewissen Zeitraum zustande kommen sollen, vorzunehmen. Im Rahmen der Kapitalbedarfsplanung können sie den zukünftigen Kapitalbedarf bestimmen. Dies gilt im Übrigen auch für die Planung der Deckung des Kapitalbedarfs in Höhe und Art der zu beschaffenden Mittel. Die Sicherung der Liquidität unter der Beachtung des Rentabilitätsziels führt zur Liquiditätsplanung. Die Studierenden kennen die verschiedenen Finanzinstrumente wie Aktien, Anleihen, Alternative Investments und Derivate. Sie sind in der Lage, diese Instrumente zu bewerten und kritisch zu hinterfragen. Das gilt im Übrigen auch für die Methoden der Bewertung. Die Finanzinstrumente werden aus Sicht des Kapitalgebers und Kapitalnehmers eingehend analysiert und dargestellt. Die Studierenden erkennen die Chancen und Risiken der ins Auge gefassten Instrumente.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden werden in die Lage versetzt werden, die theoretischen Erkenntnisse bzw. Modelle eigenständig auf praxisrelevante Problemstellungen anzuwenden. Neben der praktischen Anwendung können sie die Methoden und Techniken reflektieren und anwenden. Darüber hinaus identifizieren sie Probleme bzw. Herausforderungen, die sich bei der praktischen Umsetzung der Methoden und Techniken ergeben.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Lerninhalte kritisch zu hinterfragen. Sie kennen die praktische Relevanz der Finanzplanung für den Erfolg eines Unternehmens und sind in der Lage im Rahmen einer Gruppenarbeit eigenständig einen Finanzplan zu erstellen. Dabei spielen die einschlägigen Kompetenzen wie konzeptionelles Denken, Kreativität, Durchhaltevermögen, Zeitmanagement und Selbstmanagement eine wichtige Rolle. Die Studierenden werden so in die Lage versetzt, sich als ein Team eigenständig und ergebnisorientiert zu organisieren, um die gesammelten Erfahrungen und Kompetenzen produktiv einzubringen. Dabei lernen die Studierenden auch, sich mit Kritikfähigkeit, Konfliktfähigkeit und Führungskompetenzen auseinanderzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr umfassendes Wissen, ihre Erfahrungen und Kenntnisse in der Berufswelt erfolgreich anzuwenden. Neben einem fundierten Fachwissen haben sie den notwendigen Blick für das Ganze. Die kritische Distanz zu den eigenen Überzeugungen sowie die stetige Suche nach alternativen Denk- und Lösungsansätzen sind Wesensmerkmale einer übergreifenden Handlungskompetenz.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzplanung und Finanzinstrumente	42	93

Integrierte Liquiditäts- und Finanzplanung

Grundlagen der Finanzplanung und –prognose - Strategische und operative Finanzplanung – Liquiditätsplanung – Kapitalbedarfsplanung- Prognosemethoden der Finanzplanung – Risikosteuerung - Dynamische Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung - Bezug zur Kapitalflussrechnung – Finanzplanung auf der Basis von Kennzahlen – Kapitalbedarf bei der Gründung von Unternehmen

Finanzmärkte und Finanzinstrumente

Finanzintermediation - Geldmarkt (Banken; Unternehmen) - Kapitalmarkt - Wertpapierhandel (börslich und außerbörslich) - Aktien - Anleihen - Zeitreihen - Anleihemärkte und -instrumente – Bewertung von Anleihen – Zinsstruktur und -spreads - Derivatemärkte und -instrumente – Bewertung von Derivaten – Risikomanagement mit Derivaten

Kapitalbegriff - Außenfinanzierung: Einlagen- und Beteiligungsfinanzierung, Kreditfinanzierung - Kreditsubstitute - Innenfinanzierung - Alternative Finanzierungsformen - Ausgewählte Finanzierungsformen im Mittelstand: Mezzanine-Capital, Mittelstandsanleihen, Leasing, Factoring - Refinanzierung über betriebliche Altersvorsorgemodelle

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Integrierte Liquiditäts- und Finanzplanung
Bösch, M.: Finanzwirtschaft, Investitionen, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung
Perriodon, Steiner, Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung
Walz/Gramlich: Investitions- und Finanzplanung
Kruschwitz/Husmann: Finanzierung und Investition
Franke/Hax: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt
Eilenberger/Ernst/Toebe: Betriebliche Finanzwirtschaft
Brealey, Myers, Marcus: Fundamentals of Corporate Finance
Berk, J., DeMarco, J.: Grundlagen der Finanzwirtschaft
Matschke, Hering, Klingelhöfer: Finanzanalyse und Finanzplanung

Finanzmärkte und Finanzinstrumente
Damodaran, A.: Damodaran on Valuation: Security Analysis for Investment and Corporate Finance
Chance, D.M.: Analysis of Derivatives for the CFA Program
Fabozzi, F.J.: Fixed Income Analysis, neueste Auflage
Hull, J.: Optionen, Futures und andere Derivate
Spreemann, K/Gantenbein, P.: Zinsen – Anleihen – Kredite
Betsch/Groh/Lohmann: Corporate Finance
Steiner, Bruns, Stöckl: Wertpapiermanagement: Professionelle Wertpapieranalyse und Portfoliostrukturierung
Zimmermann, H.: Finance derivatives
Wöhe/Bilstein/Ernst/Häcker: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung

Zentrale Aspekte der Steuerung und Koordination von Kreditinstituten (W3M10403)

Central Aspects of the Management and Coordination in Banks

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10403	-	1	Prof. Dr. Frank Ebeling	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bestimmung der strategischen Position eines Kreditinstituts. Sie können die Instrumente der Planung, Steuerung und Überwachung im Bankbetrieb anwenden und sind insbesondere mit den Instrumenten des Rendite- und Risikomanagements vertraut. Sie beherrschen die Kalkulation und Steuerung von Rentabilität und Risiko in Kreditinstituten. Des Weiteren haben sie Kenntnisse im Management und Controlling von Zinsrisiken, Kreditrisiken, Liquiditätsrisiken und operationellen Risiken. Die Studierenden können das ökonomische Umfeld von Kreditinstituten beurteilen und sind in der Lage, Auswirkungen von bankaufsichtsrechtlichen Regelungen zu reflektieren.

METHODENKOMPETENZ

Durch die erlernten Instrumente des Rendite- und Risikomanagements können die Studierenden die Risiko- und Ertragslage von Kreditinstituten anhand von geeigneten Controllingberichten beurteilen. Sie können eigenständig die Vorteilhaftigkeit von Strategie-, Management-, Controlling- und Modellierungs-Entscheidungen einschätzen und die Auswirkungen bankaufsichtsrechtlicher Regelungen analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich des eigenen Fachwissens sowie der eigenen Fähigkeiten in der Anwendung von Instrumenten des Bankcontrollings bewusst und erkennen deren Bedeutung für die Führungsentscheidungen in Kreditinstituten. Sie können darüber hinaus einschätzen, inwieweit sie in der Lage sind, praktische Entwicklungen durch die Anpassung von Instrumenten des Bankcontrollings abzubilden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Zentrale Aspekte der Steuerung und Koordination von Kreditinstituten	42	93

Strategie und innovative Geschäftsmodelle
 Bestimmung der strategischen Position – Entwicklung institutsspezifischer Strategien – Ethik und Kreditinstitute in der Marktwirtschaft – traditionelle und innovative Geschäftsmodelle

Controlling und Aufsichtsrecht
 Rendite- und Risikomanagement – Bedarfsdeckungsmanagement – Risikotragfähigkeit – Kalkulation und Steuerung von Rentabilität und Risiko in Kreditinstituten – Management und Controlling von Zinsrisiken, Kreditrisiken, Liquiditätsrisiken und operationellen Risiken – aktuelle Entwicklungen im Aufsichtsrecht

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Die Inhalte des Moduls „Angewandte Finanzmarkttheorie und Finanzrisikomanagement“ werden vorausgesetzt.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Cottin, Claudia/ Döhler, Sebastian: Risikoanalyse, SpringerSpektrum, Wiesbaden

Everling, O./ Lempka, R. (Hrsg.): Finanzdienstleister der nächsten Generation: Die neue digitale Macht der Kunden, Frankfurt School Verlag, Frankfurt

Lempka, R. / Stallard, P. (Hrsg): Next Generation Finance: Adapting the Financial Services Industry to Changes in Technology, Regulation and Consumer Behaviour, Harriman House Ltd, Petersfield

Mitschele, A. (Hrsg): Next Generation Finance – Revolution oder Evolution des Bankgeschäfts, Diskussionsbeiträge Bankmanagement, Band 1, DHBW Stuttgart,

<http://www.dhbw-stuttgart.de/reihe-bwl-bank>, Stuttgart

Moormann, J., et al.: Wertschöpfungsmanagement in Banken, Frankfurt School Verlag, Frankfurt

Schierenbeck, H. / Lister, M. / Kirmße, S.: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 1: Messung von Rentabilität und Risiko im Bankgeschäft, Gabler-Verlag, Wiesbaden

Schierenbeck, H. / Lister, / Kirmße, S.: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung, Gabler-Verlag, Wiesbaden

Steffen, U. / Gerhard, M.: Kompendium Management in Banking & Finance, Band 1 und 2, Frankfurt School Verlag, Frankfurt

Wimmer, K.: Moderne Bankkalkulation, Deutscher Sparkassen Verlag, Stuttgart

Finanzanalyse und Rating (W3M10404)

Financial Analysis and Rating

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10404	-	1	Prof. Dr. Marcus Vögtle	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können Unternehmen hinsichtlich der Finanzkennzahlen und anderer Unternehmensdaten selbständig beurteilen. Sie verstehen die dahinter liegenden Prozesse und können die Ergebnisse daher kritisch hinterfragen. Die Studierenden wissen, wie aus Unternehmenssicht durch entsprechende Maßnahmen das Ratingergebnis verbessert werden kann. Außerdem kennen sie die Kanäle und Methoden der Finanzkommunikation sowie die dafür relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wesentlichen Verfahren und Kennzahlen der Finanz- und Bonitätsanalyse und können sie anwenden und beurteilen. Die Studierenden können, ausgehend von der Rechnungslegung, eine Finanzanalyse und Bonitätsbeurteilung bzw. Rating durchführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen den kritischen Umgang mit Kennzahlen und sehen die Verantwortung, die sich aus der Kommunikation von Finanzinformationen ergibt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die Aussagekraft finanzieller Kennzahlen einschätzen und daraus Handlungsempfehlungen ableiten. Sie können durch finanz- und bilanzpolitische Maßnahmen die Finanzkennzahlen des Unternehmens optimieren und Banken sowie dem Kapitalmarkt gegenüber kommunizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzanalyse und Rating	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Finanzanalyse:
Konzepte der Finanz- und Bonitätsanalyse
Bankaufsichtsrechtliche Vorgaben
Risikoanalyse, Risikofrüherkennung
Plausibilitätsbeurteilungen
Analyse von Kapitalflussrechnung und Cash-Flow
Kapitaldienstfähigkeit
Kennzahlen
Ausgewählte Problemstellungen und aktuelle Entwicklungen nach HGB UND IFRS
Finanz- und Bonitätsanalyse von mittelständischen und kapitalmarktorientierten Unternehmen

Rating- und Finanzkommunikation:
Rating-Methodik und –Prozess
Ratings, Ausfallwahrscheinlichkeiten und Spreads
Ratingrelevante Unternehmenspolitik und –steuerung
Anforderungen an das Berichtswesen börsennotierter und nicht börsennotierter Unternehmen
Finanzkommunikation gegenüber Banken und Kapitalmarkt

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung.
Außerdem werden die Inhalte des Moduls WM10402 (Finanzplanung und Finanzinstrumente) vorausgesetzt.
Empfehlenswerte Literatur dazu ist:
Everling, O. / Holschuh, K. / Jund Leker, J. (Hrsg.): Credit Analyst, München
Steiner, M. / Bruns, C. / Stöckl, S.: Wertpapiermanagement, Stuttgart

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bantleon, U.; Schorr, G.: Kapitaldienstfähigkeit
Buck-Heeb, P.: Kapitalmarktrecht
Coenenberg, A.; Haller, A.; Schultze, W. (Hrsg.): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse: Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundsätze - HGB, IFRS, US-GAAP, DRS
Damodaran, A.: Applied Corporate Finance – A User's Manual
Grunwald, E.; Grunwald, S.: Bonitätsanalyse im Firmenkundengeschäft: Handbuch Risikomanagement und Rating
Everling, O. (Hrsg.): Certified Rating Analyst
Kirchhoff, K. R.; Piwinger, R.: Praxishandbuch Investor Relations
Küting, K.; Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS
Varnholt, N.; Hoberg, P.: Bilanzoptimierung für das Rating: Ansätze und Instrumente für ein besseres Rating-Ergebnis
Vernimmen, P. u.a.: Corporate Finance – Theory and Practice

Asset und Wealth Management (W3M10405)

Asset and Wealth Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10405	-	1	Prof. Dr. Holger Wengert	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen einen vertieften Einblick in das Asset- und Wealth-Management erhalten. Dabei wird sowohl die Sicht des*der Kunden*in als auch die des*der Asset-Managers*in fokussiert. Ebenfalls wichtig sind Digitalisierungsstrategien im Asset Management. Zudem soll die Nachhaltigkeit eines Asset Managements herausgestellt werden. Über Fallstudien soll der Anwendungscharakter des Moduls untermauert werden.

Die Studierenden sollen in der Lage sein, das Asset- und Wealth-Management als Geschäftsfeld in seiner Bedeutung und in seinen Spezifika einordnen zu können. Sie sollen Asset- und Betreuungskonzepte unterscheiden und zielgruppenspezifisch anwenden können.

Die Studierenden sollen die spezifische Konstellation des Asset-Managements erfassen und bewerten können. Dabei stehen vor dem Hintergrund des Profils eines*r Asset-Managers*in die besonderen Erfordernisse in diesem Segment im Fokus der Betrachtung. Zudem ist es wichtig, eine Abschätzung möglicher Konsequenzen der Handlungen des Asset Managers vornehmen zu können. Ebenfalls notwendig ist ein vertieftes Verständnis von Produkten, Verfahren, Maßnahmen, Prozessen, Anforderungen und gesetzlichen Grundlagen im Asset Management.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sollen für verschiedene Vermögens- und Rechtskonstellationen auf Kundenseite eine jeweils angemessene Vermögensstrukturierung vornehmen und beurteilen können. Die Studierenden sollen hier lernen, eine hohe Komplexität zu beherrschen, beispielsweise durch die Integration von unterschiedlichen aktuellen Fragenstellungen. Dabei werden zudem Digitalisierungskompetenzen erlernt. Eine Einschätzung der Praktikabilität und Grenzen von Methoden sind hierbei ebenfalls gefragt.

Die Studierenden sollen die Sinnhaftigkeit des Engagements im Bereich Asset-Management prüfen und hernach beurteilen können. Dies geschieht mit Hilfe strategischer Management- und Digitalisierungstools sowie bei der Überlegung der Neueinführung durch Aufstellen eines speziellen Finanzplans.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Individuelle und soziale Handlungsziele sollen vor dem Hintergrund der Werte des Unternehmens, des*der Kunden*in sowie der Gesellschaft reflektiert und verknüpft werden. Es soll die Fähigkeit der Kooperation mit anderen (Kolleg*innen, Kund*innen, Vorgesetzten, Mitarbeiter*innen) gestärkt und für gemeinsame Ziele genutzt werden. Zudem soll die Selbstständigkeit und Verantwortung für die Aufgabe sowie Zeitmanagement und die Fähigkeit zur Priorisierung erlernt werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Es sollen Strategien, Methoden und Maßnahmen erarbeitet werden, die geeignet sind, den Grad an Autonomie und Selbstbestimmung zu erhöhen und die ermöglichen, die Interessen selbstverantwortlich und selbstbestimmt zu vertreten und zu gestalten. Eine Reflexion und eine Weiterentwicklung der eigenen Person spielt hierbei eine wichtige Rolle. Sehr wichtig ist ebenfalls ein auf Nachhaltigkeit und soziale Verträglichkeit abzielendes, situationsgerechtes Handeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Asset und Wealth Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Asset-Klassen und modernes nachhaltiges Anlagemanagement:
Klassische und alternative Asset-Klassen – Green Investing und nachhaltige Kapitalanlage –
Private Banking-Märkte – Private Equity – Asset-Allocation und Portfolio Selection – Case-Study
Asset-Management (Einsatz des Asset-Managements in der Praxis)

Wealth Management:
Privat Banking und Wealthmanagement – Klassische Vermögensverwaltung - Offshore Banking
– Steuerliche Aspekte – Case-Study Wealth Management (Sinnhaftigkeit einer Einrichtung,
Business-Kalkulation und Business-Plan, Erfolgsfaktoren)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Interesse und Grundkenntnisse in der Kapitalanlage.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Steiner, M./Bruns, M.: Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
Tilmes, R.: Financial Planning im Private Banking, Uhlenbruch, Bad Soden
Stapfer, P.: Anreizsysteme in der Private-Banking-Kundenbeziehung, Haupt, Bern/ Stuttgart/ Wien
Bechtolsheim, C. v./ Rhein, A. (Hrsg.): Management komplexer Familienvermögen: Organisation, Strategie, Umsetzung, Springer-Gabler, Wiesbaden
Farkas-Richling, D./ Fischer, T.R./ Richter, A. (Hrsg.): Private Banking und Family Office, Schäffer-Poeschel, Stuttgart
Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen, Gabler, Wiesbaden
Löber, D.: Private Banking in Deutschland. Strategie und Organisationsarchitektur Springer Gabler, Wiesbaden

Quantitative Methoden im Finance (W3M10407)

Quantitative Methods in Finance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10407	-	1	Prof. Dr. habil. Dieter Gramlich	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen datenbasierte, finanzwirtschaftliche Strukturen und Prozesse als Grundlage für Kennzahlenberechnungen, sodass diese durch quantitative Aspekte zur Entscheidungsfindung herangezogen werden können. Sie sollen im Hinblick auf die Möglichkeiten und Grenzen der Datenauswertung und der auf Basis von Daten resultierenden Modellierung sensibilisiert werden und einen Überblick der mathematischen Möglichkeiten und Bestandteile erhalten. Neben der Vermittlung der Regressionsanalyse können sie nach Abschluss des Moduls die Grundlagen zu Modellbildung, Modellparametrisierung, Simulationstechniken, zur Interpretation von Simulationen und Backtesting der Modellierung anwenden. Darüber hinaus sind ihnen die Modellierungs- und Simulationstechniken im Finanzbereich und deren konkrete Anwendung (z.B. VaR-Simulationen) bekannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Anwendung und kritische Diskussion von bestehenden Modellierungsansätzen befähigt zur Weiterentwicklung von Modellen und zur werthaltigen Interpretation der Ergebnisse. Durch die Vermittlung und das Verständnis von quantitativen Ansätzen wird weiterhin das Abstraktionsvermögen ausgebaut und eine logisch-analytische Herangehensweise bei Problemstellungen geschult, so dass eine stärkere Befähigung bei der Lösung von komplexen Problemfeldern geschaffen werden kann.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die weitreichende Wirkung der Konzeption und Parametrisierung bei Modellierungsfragestellungen wird den Studierenden zusätzlich die Verantwortung der Finanzinstitute gegenüber Kund*innen und Gesellschaft begreifbar gemacht. Das konzeptionelle Denken wird geschult. Insbesondere können die Studierenden die Freiheitsgrade bei der Modellierung einschätzen und für das jeweilige Institut Festlegungen in gewissenhafter Weise vornehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Quantitative Methoden im Finance	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Regression und Anwendungen
Kausalitäten – Plausibilitäten – Regression – Korrelation – Hypothesen – Datenmodell –
Verfahren auf
Basis von Excel und weiterer Software – Anwendungsbeispiele I (mit einfachen
Implementierungsbeispielen)

Modellierung und Daten
Modellierungskonzepte – Modellbildung – Modellparametrisierung – Modellvalidierung/
Backtesting – Modellrisiko – Datenmanagement – Anwendungsbeispiele II mit Bezug auf
Unternehmen, Finanzprodukte und Finanzmärkte (mit einfachen Implementierungsbeispielen)

Simulation und Anwendungen
Simulationstechniken (historische Simulation, Varianz/ Kovarianz, Monte Carlo) – Verfahren auf
Basis von Excel und weiterer Software – Ergebnisse von Simulationen und deren Interpretation
– Anwendungsbeispiele III mit Bezug zu VaR und Stresstests (mit einfachen
Implementierungsbeispielen)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Die Inhalte der beiden Module „Angewandte Finanzmarkttheorie und Finanzrisikomanagement“ und „Finanzplanung und Finanzinstrumente“ sowie die mathematisch-statistischen Kenntnisse vergleichbar mit einem Bachelorabschluss im Studiengang BWL-Bank werden vorausgesetzt.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Regression und Anwendungen
Backhaus, Klaus/ Erichson, Bernd/ Plink, Wulff/ Weiber, Rolf: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin
Brooks, Chris: Introductory Econometrics for Finance, Cambridge
Fahrmeir, Ludwig/ Kneib, Thomas/ Lang, Stefan; Regression: Modelle, Methoden und Anwendungen, Berlin,
Hackl, Peter: Einführung in die Ökonometrie, Weinheim
Schira, Josef: Statistische Methoden der VWL und BWL, München

Modellierung und Daten
Benninga, Simon: Financial Modeling, MIT Press, Cambridge MA
Bungartz, Hans-Joachim et al.: Modellbildung und Simulation - eine anwendungsorientierte Einführung, Springer, Heidelberg
Hull, John: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson Studium, München
Prextl, Sebastian et al.: Financial Modeling, Schäffer Poeschel, Stuttgart

Simulation und Anwendungen
Christoffersen, Peter: Elements of Financial Risk Management, Academic Press, Waltham
Cottin, Claudia/ Döhler, Sebastian: Risikoanalyse, SpringerSpektrum, Wiesbaden
Gupta, Aparna: Risk Management and Simulation, CRC Press, Boca Raton
Verschuuren, Gerard: 130 Excel Simulations in Action, CreateSpace, Scotts Valley

Treasury Management im Unternehmen (W3M10409)

Corporate Treasury Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10409	-	1	Prof. Dr. Marcus Vögtle	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in die theoriebezogenen sowie praxisrelevanten Aspekte des Treasury Managements. Sie können die finanziellen Ressourcen des Unternehmens effizient nutzen sowie die finanziellen Risiken erkennen und steuern. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die jederzeitige Zahlungsfähigkeit des Unternehmens absichern und die Zahlungen des Unternehmens sicher abzuwickeln. Die dafür erforderlichen Strukturen können sie implementieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die zentralen Instrumente von Finanzrisikomanagement und Treasury in einer angemessenen Breite und Tiefe.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die Relevanz und den Einfluss des Treasury Managements und seiner Instrumente auf Unternehmen und deren Risikoposition. Insbesondere werden die Effekte eines fehlenden, falschen oder missbräuchlichen Einsatzes solcher Instrumente transparent. Die Studierenden können mit den Kreditgeber*innen des Unternehmens, mit anderen Fachabteilungen und der Unternehmensleitung zielorientiert kommunizieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein umfassendes Verständnis der finanziellen Zusammenhänge in Unternehmen und können eigenverantwortlich im Rahmen des Treasury Managements agieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Treasury Management im Unternehmen	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Treasury-Organisation:
Ziele und Aufgaben des Treasury
Aufbau- und Ablauforganisation im Treasury
Treasury-Controlling und Reporting
Rechtliche Rahmenbedingungen
International Treasury

Creditor Relations und Cash Management:
Steuerung der Bankkontakte
Creditor Relations
Cash Management und Cash Pooling
Zahlungsverkehrskonzepte (Inhouse-Banking, Payment Factory)
Working Capital Management
Zins- und Währungsmanagement

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Alphen, W.; De Meijer, C. R. W.; Everett, S.: International Cash Management: A Practical Guide to Managing Cash Flows, Liquidity, Working Capital and Short-Term Financial Risks
Bodemer, S.; Disch, R.: Corporate Treasury Management: Organisation, Governance, Cash- und Liquiditätsrisikomanagement, Zins- und Währungsrisikomanagement
Bragg, S. M.: Treasury Management: The Practitioner's Guide
Damodaran, A.: Applied Corporate Finance
Henkel, K.: Rechnungslegung von Treasury-Instrumenten nach IAS, IFRS und HGB: Ein Umsetzungsleitfaden mit Fallstudien und Tipps
Jorion, P.: Financial Risk Manager Handbook
Kaiser, D.: Advanced Treasury Management: Finanzierung und Investition für Fortgeschrittene
Langen, R.: Die Sprache der Banken: Erfolgsrezepte für eine überzeugende Kommunikation mit den Kapitalgebern
Malz, A. M.: Financial Risk Management: Models, History and Institutions
Rapp, M.; Wullenkord, A.: Unternehmenssteuerung durch den Finanzvorstand (CFO): Praxishandbuch operativer Kernaufgaben
Seethaler, P.; Seitz, M.: Praxishandbuch Treasury Management: Leitfaden für die Praxis des Finanzmanagements

Sustainable Finance und Finanzierung der Transformation (W3M10411)

Sustainable Finance and Transition Finance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10411	-	1	Prof. Dr. Christiane Weiland	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten ein problem- und lösungsorientiertes Verständnis über Sustainable Finance und die Finanzierung der Transformation aus Perspektive von Unternehmen, Banken, Investoren, Kapitalmarkt und Regulierung.

Sie können Finanzierungsalternativen für Transformationsfinanzierungen evaluieren. Sie wissen, welche Faktoren bonitätsrelevant sind und wie diese durch Unternehmen beeinflusst werden können.

Die Studierenden wissen, wie Klima- und Transformationsrisiken durch Banken und den Kapitalmarkt adäquat gemessen, gesteuert und bepreist werden können.

Sie erhalten einen Überblick über nachhaltige Anlageinstrumente und kennen verschiedene Sustainable Finance Strategien, mit denen Investoren Klima- und Nachhaltigkeitswirkungen in der Portfoliosteuerung berücksichtigen können.

Sie wissen, welche zusätzlichen Beratungsfunktionen Banken bei der Begleitung der Transformation ihrer Unternehmenskunden anbieten können.

Die Studierenden erhalten einen Überblick über aktuelle regulatorische Anforderungen für die Offenlegung und das Risikomanagement von Klima- und Nachhaltigkeitsrisiken.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen für die Identifikation und Bewertung von den aus einer nachhaltigen und/oder digitalen Transformation resultierenden Kreditrisiken (u. a. im Rahmen von Fallstudien vermittelt) und können diese im Rahmen eines konzeptionellen Ansatzes für das Rating von Transformationsfinanzierungen einsetzen.

Sie können Sustainable Investment Strategien anwenden und die Praktikabilität der verschiedenen Konzepte, einschätzen (u. a. durch Fallstudien vermittelt).

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden trainieren ihre Komplexitäts-, Ungewissheits- und Ambiguitätstoleranz, indem die Auswirkungen von Transformationsprozessen auf die mögliche Transparenz und Eindeutigkeit von Entscheidungen sowie auf die Planungs- und Steuerungsmöglichkeiten eigenständig herausgearbeitet werden.

Die Studierenden setzen sich aktiv mit der für die Entscheidungsfindung in Unternehmen, Banken und bei Investoren bestehenden Komplexität und Datenverfügbarkeit von ESG Daten auseinander und haben die Fähigkeit, als Impulsgeber für konzeptionelle Lösungen zu fungieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die für die erfolgreiche Bewältigung von Transformationsprozessen und Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in Anlageentscheidungen wesentliche Orientierungskompetenz wird gefördert, indem die wechselseitigen Abhängigkeiten einer Transformationsfinanzierung mit den wesentlichen Gestaltungsfaktoren für Finanzierungslösungen gezeigt und im Rahmen der Lösung von Fallstudien angewandt werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Sustainable Finance und Finanzierung der Transformation	42	93

- Hintergrund und Bedeutung einer nachhaltigen und/oder digitalen Transformation
 - Sustainable Finance und Transformation: Entwicklung der politischen und regulatorischen Initiativen
 - Transformation: Gegenstand und strategische Steuerung aus Unternehmenssicht
 - Finanzierung der Transformation: Finanzierungsbedarfe und Evaluierung geeigneter Finanzierungsinstrumente
 - Rating und Bepreisung von Transformationsrisiken in der Kreditfinanzierung
 - Förderdarlehen zur Finanzierung der Transformation
 - Sustainable Finance: Definition und Hauptakteure
 - Sustainable Finance: Kapitalmarktinstrumente (zum Beispiel Anleihen, Verbriefungen)
 - Anlagestrategien für Sustainable Finance
 - ESG Ratings und Integration von Klimadaten
- Offenlegungsanforderungen für Unternehmen, Banken und Emittenten
- Anforderungen an das Risikomanagement von Banken

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Abdel-Karim, Benjamin. M./ Kollmer, Franz Xaver (Hrsg.): Sustainable Finance - Herausforderungen und technologische Lösungen für Banken und Finanzdienstleister, Wiesbaden, 2022.
- Barthuff, Christian: Nachhaltigkeitsinduzierte Kreditrisiken - Empirische Untersuchung der Wirkungszusammenhänge zwischen Nachhaltigkeits- und Kreditrisiken unter besonderer Berücksichtigung des Klimawandels, Wiesbaden, 2014.
- Baumast, Annett/ Pape, Jens/ Weihofen, Simon/ Wellge, Steffen (Hrsg.): Betriebliche Nachhaltigkeitsleistung messen und steuern - Grundlagen und Praxisbeispiele, Stuttgart, 2019.
- Bopp, Robert/ Weber, Max: Sustainable Finance: Auswirkungen des Klimawandels auf das Risikomanagement der Banken, Stuttgart, 2020.
- Jablonski, D. / Weiland, C.: Risiko, Ertrag, Paris Alignment? Klimawirkungen in der Portfolio-Allokation, in: Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen, H. 2 v. 16.01.2023, S. 70-76.
- Schierenbeck, Henner/ Lister, Michael/ Kirmße, Stefan: Ertragsorientiertes Bankmanagement Band 1: Messung von Rentabilität und Risiko im Bankgeschäft, 9., vollst. überarb. u. erw. Aufl., Wiesbaden, 2014.
- Gleißner, Werner/ Fuser, Karsten: Praxishandbuch Rating und Finanzierung - Strategie für den Mittelstand, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, München, 2014
- Grundmann, T.: Transformationsfinanzierung: Finanzierung und Wahrung der Bonität in komplex-ungewissen Transformationsprozessen, Wiesbaden, 2023.
- Grundmann, Thilo / Gleißner, Werner.: Transformation Scorecard: Wirksam handeln in der nachhaltigen und digitalen Unternehmenstransformation, Wiesbaden, 2023.
- Sangjorgi, I. / Schopohl, L.: Explaining green bond issuance using survey evidence: Beyond the greenium, in: The British Accounting Review, Vol. 55, Januar 2023.
- Strauß, R. E.: Digitale Transformation – Strategie, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis, Stuttgart, 2019

Vertriebs- und Kundenmanagement bei Finanzdienstleistern (W3M10413)

Sales and Customer Management in Financial Services Firms

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10413	-	1	Prof. Dr. Florian Lohmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erlangen durch den Besuch der Modulveranstaltung vertieftes Wissen im Vertriebs- und Kundenmanagement, welches sie auch bei strategischen Entscheidungen im Beruf einsetzen können. Dabei hilft ihnen, dass das Vertriebsmanagement von unterschiedlichen Geschäftsmodellen im Finanzdienstleistungssektor reflektiert wird. Sie können am Ende des Moduls Lösungsstrategien für unterschiedliche Fragestellungen (Vertriebsaktivitäten, Kanalmanagement, Vertriebscontrolling) im Vertriebs- und Kundenmanagement entwickeln und einschätzen, insbesondere auch vor dem Hintergrund der Einbindung neuer Technologien in die Vertriebspraxis und der vertriebsbezogenen Regulatorik.

Die Studierenden lernen verhaltensökonomische Grundlagen für Finanzdienstleister kennen und erwerben so ein vertieftes Verständnis des*der Kunden*in und dessen*deren Verhalten. Sie sind in der Lage, die theoretischen, vor allem sozialpsychologischen Erkenntnisse auf Ansätze des Vertriebs- und Kundenmanagements hin zu transferieren und zu bewerten. Im Vordergrund steht hier insbesondere auch die Betrachtung des Risikoverhaltens des Kunden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der Vertriebsplanung, Vertriebsgestaltung und des Vertriebscontrollings anzuwenden und in ihrer fallspezifischen Praktikabilität und in ihren Grenzen zu analysieren und zu bewerten. Sie können die verhaltenswissenschaftlichen Ansätze kritisch reflektieren und auch deren Eignung für (empirische) Forschungsfragen im Vertriebs- und Kundenmanagement differenzieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Diskussion der Komplexität und Vielschichtigkeit von Fragestellungen des Vertriebs- und Kundenmanagements hat zur Folge, dass die Studierenden zum einen dazu befähigt werden, kreative Lösungen zu finden, zum anderen aber auch konzeptionell-ganzheitlich im Sinne der Auswirkungen der Lösungen auf den gesamten Finanzbetrieb zu denken. Die Studierenden sind insbesondere in der Lage, neben der Steuerung von Vertriebsteams die Schnittstelle zwischen persönlichem und digitalem Vertrieb lösungsorientiert und verantwortungsbewusst zu begleiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Im strategischen Aktivitätsfeld des Vertriebs- und Kundenmanagements sind die Studierenden nach Besuch des Moduls in der Lage, bestehende Vorgehensweisen kritisch zu reflektieren und neue Vorgehensweisen zu entwickeln. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der immer stärkeren Technisierung des Vertriebs und dadurch auch stärkeren Berücksichtigung digitaler Lösungen und Schnittstellen im Vertriebs- und Kundenmanagement. Die Studierenden können die Erkenntnisse aus der Diskussion über die Erklärung des Kundenverhaltens dafür nutzen, in ihrer betrieblichen Praxis Kund*innen und ihre Reaktionen noch besser einzuschätzen, scheinbar inkonsistente Entscheidungsmuster des*der Kunden*in noch genauer zu bewerten und die eigene Interaktion noch differenzierter zu gestalten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertriebs- und Kundenmanagement bei Finanzdienstleistern	42	93

Strategische Geschäftssteuerung der Finanzdienstleister
Spezialisierung und Segmentierung im Vertrieb – Agile Methoden zur kundenfokussierten Lösungsentwicklung im Vertrieb – Produkt- und Dienstleistungsinnovationen – Steuerungssystematiken und Kennzahlensysteme – Strategische Landkarten und Vertriebssteuerung im Nachhaltigkeitskontext – Omnikanalvertrieb (Vertriebskanallogik - Kanalauswahl - Kanalaktivitäten - Kanalsteuerung) – Integration ganzheitlicher Finanzlösungen in Ökosysteme

Verhaltensökonomische Aspekte des Vertriebs- und Kundenmanagements
Verhaltensökonomische Grundlagen für Finanzdienstleister – Risiko und Unsicherheit – Entscheidungsverhalten von Kunden (Kognitive Prozesse) – Überzeugung / Manipulation – Interaktion ökonomischer und psychologischer Faktoren – Spezifische Würdigung von verhaltensökonomischen Ansätzen vor dem Hintergrund unterschiedlicher Geschäfts- und Vertriebsmodelle von Finanzdienstleistern

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Das Modul richtet sich vor allem an Studierende aus Banken und Versicherungen, die einen Tätigkeitsschwerpunkt im Vertrieb bzw. im Vertriebscontrolling aufweisen. Grundlegende Kenntnisse in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Unternehmenssteuerung werden vorausgesetzt, nicht hingegen verhaltenswissenschaftliche Vorkenntnisse.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Strategische Geschäftssteuerung der Finanzdienstleister

Brost, H./Neske, R./Wrabetz, W. (Hrsg.): Vertriebssteuerung in der Finanzdienstleistungsindustrie, Frankfurt School Verlag, Frankfurt am Main

Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, Vahlen, München

Hilbert, S.: Nachhaltigkeitscontrolling; in: Englert, M./Ternès, A. (Hrsg.): Nachhaltiges Management, Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln, Springer Gabler, Wiesbaden

Newell, F.: Von CRM zu CMR – Lassen Sie den Kunden die Beziehung bestimmen. Customer Managed Relationship, Campus-Verl., Frankfurt

Verhaltensökonomische Aspekte des Vertriebs- und Kundenmanagements

Hilbert, S.: Verhaltensökonomische Aspekte für den Vertrieb von Finanzdienstleistungen; in: Baumgart, J./Nagler, G. (Hrsg.): Ausgewählte Aspekte der angewandten Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik, Mannheim

Jonas, K./Stroebe, W./Hewstone, M. (Hrsg.): Sozialpsychologie, Springer, Heidelberg

Kroeber-Riel, W./Weinberg, P./Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen, München

Daxhammer, R.J./Facsar, M.: Behavioral Finance; Konstanz und München, UTB Lucius

Geschäftsmodelle und Strategie für Versicherungen (W3M10415)

Insurance Business Models and Strategy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10415	-	1	Prof. Dr. Torsten Harms	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis der Wertschöpfung im Versicherungsbereich und der resultierenden möglichen Geschäftsmodelle. Sie kennen die vielfältigen Wechselbeziehungen der Unternehmensfunktionen (z.B. Produktmanagement und Kapitalanlage) im Rahmen der Wertschöpfung und können bestehende und neue Geschäftsmodelle hinsichtlich möglicher Schwachstellen bewerten. Ebenso werden weitere Möglichkeiten zur Steigerung der Wertschöpfung betrachtet, insbesondere im Konzernverbund, über den Zeitablauf oder im Ökosystem mit Nicht-Versicherungsunternehmen. Hierbei erhalten die Studierenden auch einen konkreten Einblick in die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Branche.

Die Studierenden erlangen durch den Besuch dieses Moduls ein vertiefendes Wissen über Geschäftsprozesse sowie die Strategieentwicklung und Strategiumsetzung bei Versicherungsunternehmen. Die Studierenden werden befähigt, Methoden für die Gestaltung strategischer Fragestellungen (z.B. Komplexität erkennen; Strategy Map entwickeln; Sustainability-Balanced-Scorecard erstellen) anzuwenden und konkrete Performancegrößen (strategisch und operativ) zur Unterstützung und Umsetzung der strategischen Vorgaben im Rahmen eines Workshops zu entwickeln, insbesondere unter Einbindung neuer Technologien. Die Studierenden berücksichtigen quantitative Methoden für eine risiko- und kapitalorientierte Steuerungssystematik (z.B. Asset-Liability-Management) und wenden diese auf Teilgeschäftsprozesse, den Vertrieb sowie Sparten und Produkte an. Zudem erlangen die Studierenden ein vertieftes Verständnis über die Komplexität der Steuerungsfunktion und beziehen hierbei auch aktuelle regulatorische Anforderungen (i.w. Solvency II) ein.

METHODENKOMPETENZ

Mit Hilfe der Wertschöpfungsanalyse können die Studierenden alternative Strategien wie „sourcing“, „shared services“, „white label“ oder „run-off“ qualitativ und quantitativ bewerten. In der Konsequenz können verschiedene Geschäftsmodelle ebenso wie Start-ups in der Versicherungsbranche systematisch analysiert und hinsichtlich Wettbewerbsfähigkeit und Markterfolg untersucht werden. Analog können mit Hilfe von Wertschöpfungsnetzwerken die Strukturen und Verteilung der Wertschöpfung in der Branche betrachtet werden.

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Methoden der Strategieplanung und deren operative Umsetzung (z.B. Kennzahlensysteme der Sustainability Balanced Scorecard) anzuwenden, um eine ganzheitliche und nachhaltige Versicherungssteuerung zu bewerkstelligen. Dabei werden gezielt Workshops / Fallstudien eingesetzt, um Ursache-Wirkungszusammenhänge auf ihre Praktikabilität hin zu analysieren und zu überprüfen. Studierende werden dabei mit Systemdenken vertraut gemacht und stärken neben ihren analytischen Fähigkeiten auch das strukturierte Vorgehen sowie eine kritisch-reflektierende Herangehensweise bei der Entscheidungsvorbereitung und Entscheidungsbildung. Ebenso erfolgt die Stärkung der Wissenschaftskompetenz, um Forschungsbereiche für die Weiterentwicklung der Steuerungssystematik zu erkennen und zu formulieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Motivation und fundamentalen Mechanismen hinter dem Geschäftsmodell von Versicherungsunternehmen. Diese Kenntnisse ermöglichen es ihnen selbstbewusst, differenziert und problemadäquat auf fachlicher und Führungsebene zu diskutieren und eigene Konzepte und Ansätze zur Weiterentwicklung der Unternehmung zu entwickeln. Die Studierenden kennen die Möglichkeiten, Grenzen und Auswirkungen des unterschiedlichen Zusammenwirkens von Unternehmensfunktionen sowie externen Partner*innen und können das resultierende Konfliktpotenzial bei ihrer Tätigkeit berücksichtigen.

Zunehmende Komplexität (bedingt etwa durch Globalisierung und einen rasch voranschreitenden Wertewandel) haben zur Folge, dass das Handeln des Managements von Versicherungsunternehmen verstärkt die interdependenten Beziehungen zwischen interpersonellen, technologischen und prozessualen Aspekten berücksichtigen muss. Dies impliziert, dass auch dem Aspekt der Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch und sozial) Rechnung zu tragen ist. Studierende werden befähigt, die Steuerung im Versicherungsunternehmen ganzheitlich unter Einbeziehung aller Stakeholder vorzunehmen und reflektiert auf einen Interessensausgleich hinzuwirken. Durch die Anwendung teamorientierter Arbeitsweisen und digitaler Anwendungen können die Studierenden unterschiedliche Bedingungslagen im Kontext ökonomischer, ökologischer und sozialer Fragestellungen im Sinne einer nachhaltigen Steuerung handlungsgerecht reflektieren und in Kooperation mit den Beteiligten einer kreativen Lösung zuführen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, neue Entwicklungen und Herausforderungen unserer Gesellschaft hinsichtlich ihres Einflusses auf das Geschäftsmodell eines Versicherungsunternehmens differenziert zu bewerten und einzuschätzen. Etablierte Lösungsansätze zur Wertschöpfung und die zugrundeliegenden Prinzipien zur Gestaltung von Geschäftsmodellen können dabei auch über die Versicherungsbranche hinaus übertragen werden.

Die Studierenden sind nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, bestehende Managementansätze kritisch zu hinterfragen und situationsangemessene Instrumente und Methoden anzuwenden. Die Studierenden reflektieren Managemententscheidungen bei der Entwicklung von Unternehmens-, Risiko- und Vertriebsstrategien. Sie treffen mehrdimensionale Entscheidungen verantwortungsvoll und schätzen die Auswirkungen des eigenen Handelns auf ökonomische, ökologische und soziale Fragestellungen mit Weitblick ein.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Geschäftsmodelle und Strategie für Versicherungen

PRÄSENZZEIT

42

SELBSTSTUDIUM

93

GESCHÄFTSMODELLE

Wertschöpfung im Versicherungsunternehmen (entlang der Value Chain, typische Beiträge einzelner Unternehmensfunktionen, Interdependenzen,...) – Grundsätzliche Möglichkeiten der Ausrichtung von Versicherungsunternehmen (Geschäftsmodelle,...) – Wertschöpfung im Konzernverbund (Bancassurance,...) und mit Kooperationsmodellen – Wertschöpfung im Zeitablauf (Bestand vs. Neugeschäft,...) – Typische Ansätze zur Steigerung der Wertschöpfung und deren Auswirkungen und Risiken (run-off,...) – Operative Wertschöpfung (Zusammenarbeit und Interessenlage der einzelnen Abteilungen, Gewinn- und Kostenverrechnung,...) – Neue Ökosysteme und Start-ups in der Versicherungsbranche – Ausblick auf die Digitalisierung – Case Study

STRATEGIE

Systemischer, nachhaltiger Managementansatz – strategische Herausforderungen für Finanzdienstleistungsunternehmen / Versicherungsunternehmen – Kompliziertheit vs. Komplexität – Umwelten, Stakeholder, Interaktionen – ganzheitliche Unternehmenssteuerung - Strategieentwicklung und Risikosteuerung im Versicherungsunternehmen - Value Based Management von Versicherungsunternehmen (Asset-Liability-Management, Operationalisierung von Zielen mittels quantitativer Ansätze, Wertbeiträge) - Integration der Wertorientierung in die Vertriebssteuerung (Workshop: Strategy-Map für Versicherer entwickeln, Sustainability-Balanced Scorecard aufstellen, Ermittlung von steuerungsrelevanten Kennzahlen und Maßnahmen insbesondere für den Vertrieb)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

GESCHÄFTSMODELLE

Köhne, T.: Wertschöpfungsmanagement und strategische Vernetzung in der Versicherungsbranche, in Köhne, T. (Hrsg.): Strategische Kooperationen in der Versicherungsbranche, Springer
 Ortner, A.: Wertschöpfung in europäischen Banken und Versicherungen, Cuvillier
 Weinstock, H.: Die Wertschöpfung der Versicherungsunternehmen, Duncker u. Humblot
 Haller, M.: Von "Assekuranz 2000" zur "Versicherung im Netzwerk 2007" Schriftenreihe der Hochschule St. Gallen, Institut für Versicherungslehre
 Maguhn, O.: Versicherungszyklen in der Schaden- und Unfallversicherung, Verlag Versicherungswirtschaft
 van Rossum, A., de Castries, H., Mendelsohn R.: The Debate on the Insurance Value Chain, in The Geneva Papers on Risk and Insurance. Issues and Practice Vol. 27, No. 1 (January 2002), pp. 89-101

STRATEGIE

Bleicher, K.: Das Konzept integriertes Management, Campus, Frankfurt
 Ehrlich, K.: Wertorientierte Steuerung von Versicherungsunternehmen, Josef Eul Verlag, Lohmar-Köln
 Führer, C.: Asset Liability Management in der Lebensversicherung, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe
 Hilbert, S.: Nachhaltigkeitscontrolling; in: Englert, M.; Ternès, A. (Hrsg.): Nachhaltiges Management, Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln, Springer Gabler, Wiesbaden
 Hofmann, M. / Rosenstiel, L. von: Funktionale Managementlehre, Springer Verlag, Wiesbaden
 Jung, R. H. / Bruck, J. / Quarg, S.: Allgemeine Managementlehre, Erich Schmidt Verlag, Berlin
 Matschke, M. J. / Brösel, G.: Unternehmensbewertung: Funktionen – Methoden – Grundsätze, Gabler Verlag, Wiesbaden
 Nguyen, T.: Handbuch der wert- und risikoorientierten Steuerung von Versicherungsunternehmen, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe
 Oletzky, T.: Wertorientierte Steuerung von Versicherungsunternehmen – Ein Steuerungskonzept auf der Grundlage des Shareholder-Value-Ansatzes, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe
 Romeike, F./ van den Brink, G.: Corporate Governance und Risikomanagement im Finanzdienstleistungsbereich, Schäffer-Pöschel Verlag, Stuttgart
 Pohl, P.: Wertorientierte Steuerung von Versicherungsunternehmen mittels stochastischer Modelle, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe
 Romeike, F./ Müller-Reichart, M.: Risikomanagement in Versicherungsunternehmen, Wiley Verlag, Weinheim
 Schacht, U. / Fackler, M.: Praxishandbuch Unternehmensbewertung, Gabler Verlag, Wiesbaden
 Steinmann, H. / Schreyögg, G. / Koch, J.: Management, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
 Wengert, Holger; Schittenheim Frank-Andreas: Corporate Risk Management, Springer Gabler Verlag Heidelberg
 Wieland, J. / Steinmeyer, R. / Grüninger, S. (Hrsg.): Handbuch Compliance-Management, Erich Schmidt Verlag, Berlin

Unternehmensbewertung und Corporate Finance (W3M10416)

Company Valuation and Corporate Finance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10416	-	1	Prof. Dr. Marcus Vögtle	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die theoretischen Hintergründe, wesentlichen Prozesse, Aufgaben und Rahmenbedingungen bei Corporate Finance-Transaktionen und können mit ihrem erworbenen Wissen zur Lösung typischer Fragestellungen in diesem Bereich beitragen. Dazu gehört, adäquate Produktlösungen auswählen zu können und eine eigenständige Beurteilung einer Unternehmensbewertung durchzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wesentlichen Verfahren der Unternehmensbewertung mit ihren unterschiedlichen Implikationen und können diese auf konkrete Praxisfälle anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden wissen, dass viele Unternehmensbewertungen oder Maßnahmen des Corporate Finance durch Marktteilnehmer*innen der Finanzwelt beobachtet werden (Anleger*innen, Analyst*innen und Kontrollorgane) und können die Auswirkungen auf die Akteur*innen innerhalb und außerhalb der beteiligten Unternehmen kritisch einschätzen. Die Studierenden sind in der Lage, ihre Kompetenzen im Hinblick auf die Methoden der Implementierung wertorientierten Managements einzuschätzen und eigenständig Wissenslücken zu beheben. Sie können sich auf potenzielle Gesprächspartner*innen, wie Mitarbeiter*innen, Kund*innen, Gläubiger*innen und Kapitalgeber*innen einstellen, deren Erwartungen erkennen und Lösungsmöglichkeiten selbständig und eigenverantwortlich erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können auf Basis der erworbenen Kompetenzen sowohl die notwendigen Informationen zur Lösung konkreter Finanzierungs- und Bewertungsfragen erlangen als auch kommunizieren. Aufgrund der praxisorientierten Wissensvermittlung werden die Studierenden in die Lage versetzt, theoretische Erkenntnisse selbständig in die betriebliche Praxis zu übertragen und anzuwenden. Sie können Lösungsansätze kritisch hinterfragen und bewerten und somit bei der Lösung konkreter Finanzierungs- und Bewertungsfragen zielorientiert mitwirken.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmensbewertung und Corporate Finance	42	93

Unternehmensbewertung:
Anlässe und Zwecke der Unternehmensbewertung
Grundlegende Unternehmensbewertungsverfahren (insb. Substanzwertverfahren, DCF-Verfahren, Multiplikatorverfahren)
Spezialfälle der Unternehmensbewertung

Corporate Finance:
Agency-Probleme in der Kapitalgesellschaft und ihr Einfluss auf die Finanzierung
Shareholder-Value-Orientierung
Optimale Kapitalstrukturierung bei wertorientierten Unternehmen
Ausschüttungspolitik, Dividendenpolitik, Aktienrückläufe
Portfoliogestaltung im Konzern
Börseneinführungen, Umplatzierungen, Kapitalerhöhungen
Öffentliche Übernahmen, feindliche Übernahmen und Squeeze-outs
Gesellschafts- und kapitalmarktrechtliche Regelungen zu Kapitalmaßnahmen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse insbesondere in folgenden Bereichen:
Finanzierung und Investition
Handelsrechtliche Rechnungslegung
Strategische Unternehmensführung

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Berk, J.; DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft
Brealey, R.A.; Myers, S.C.& Marcus, A.J.: Fundamentals of Corporate Finance
Damodaran, A.: Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset
Damodaran, A.: Applied Corporate Finance
Ernst, D.; Häcker, J.: Applied International Corporate Finance
Grunewald, Barbara; Schlitt, Michael (Hrsg.): Einführung in das Kapitalmarktrecht
Ross, S.A.; Westerfield, R.W.; Jordan, B.D.: Corporate Finance Fundamentals
Vernimmen, P. u. a.: Corporate Finance – Theory and Practice
Watson, D.; Head, A.: Corporate Finance

Digital Finance – Strategie, Technologie und Innovation (W3M10418)

Digital Finance – Strategy, Technology and Innovation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10418	-	1	Prof. Dr. Andreas Mitschele	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen in diesem Modul, wie die digitale Transformation Geschäftsmodelle in der Finanzwirtschaft grundlegend verändert. Ausgehend von den Aspekten digitale Kund*innen, digitale Prozesse und digitaler Wettbewerb untersuchen sie die Wertschöpfungskette von Finanzdienstleistungsunternehmen. Darüber hinaus erweitern und vertiefen sie ihre Kenntnisse über innovative Technologien, insbesondere künstliche Intelligenz / Machine Learning sowie die Blockchain / Distributed-Ledger-Technologie.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden reflektieren ihre eigene Erwartungshaltung an ein Dienstleistungsunternehmen als Vertreter der „Digital Natives“ und erkennen mögliche Handlungsfelder sowie Potenziale und Grenzen neuer Technologien. Weiterhin erlernen sie Methoden für eine aktive Umsetzung entsprechender Strategien.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich im Rahmen des Moduls sowohl mit den positiven Aspekten der Digitalisierung (z. B. Effizienzgewinne, Kosteneinsparungen, verbesserte Dienstleistungen und Kundenorientierung) als auch mit den negativen Aspekten (z. B. Datenschutz, Plattformfokussierung und Verdrängungswettbewerb, mögliche Arbeitsplatzverluste) kritisch auseinander. Außerdem lernen sie den verantwortungsvollen Umgang mit neuen Technologien sowie mit Daten aus unterschiedlichsten Quellen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erfassen das Ausmaß der Digitalisierung, die für Finanzintermediäre eine Bedrohung und Chance zugleich darstellt. Sie sind in der Lage, eigenständig Implikationen für ihre Branche, ihr Unternehmen und ihre Tätigkeit abzuleiten. Darüber hinaus können sie Ansätze und Strategien entwickeln, mit denen ihr Unternehmen Chancen nutzen kann. Dabei beziehen sie auch wichtige Differenzierungsmerkmale etablierter Anbieter*innen ein, z. B. persönlichen Kontakt oder regionale Präsenz.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digital Finance – Strategie, Technologie und Innovation	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Digitale Transformation der Finanzwirtschaft und digitale Ökosysteme

Kunden, Produkte und Prozesse - Zentrale Bedeutung von Daten: Big Data und Data Analytics - Markt und Wettbewerb: Disruption der Wertschöpfungsketten, Coopetition (FinTechs, TechFins, RegTechs) - Rechtliche Rahmenbedingungen und Regulierung - Digitale Ökosysteme und Ökonomie - Plattformökonomie: Disintermediation, Unbundling, Netzwerkeffekte - Case Studies

Technologien als Treiber

Künstliche Intelligenz (Machine Learning, Robotics) - Praxisanwendungen: Datenverwertung und Automatisierung - Herausforderungen: Datenschutz und Nachvollziehbarkeit - Blockchain / Distributed Ledger Technology und Smart Contracts - Praxisanwendungen: Digitalwährungen / CBDC, Kryptowährungen, Krypto Assets, Decentralized Finance / DeFi) - Token-Ökonomie - Ausblick: Cyber Security sowie weitere Herausforderungen und Potenziale

Strategie und innovative Geschäftsmodelle

Digitale Strategie - Geschäftsmodell: Organisationale Ambidextrie, Digitale Kompetenz - Branchen: Bank, Versicherung, Finanzdienstleister - Agile Methoden und Mindset - Kundenfokus: Customer Jobs, neuartige Nutzenversprechen und Kundenloyalität - Innovation und Invention: Kreative Methoden, Chancen und Risiken - Beispiele: Datenmonetarisierung, Predictive / Prescriptive Analytics, Internet der Dinge, Open-/API-Banking, API-Insurance, etc.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Grundlagen Finanzwirtschaft (Investition und Finanzierung) sowie Grundlagen Strategisches Management

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Arslanian, Henri; Fischer, Fabrice (2019): The Future of Finance - The Impact of FinTech, AI, and Crypto on Financial Services. Cham: Springer International Publishing

Lynn, Theo; Mooney, John G.; Rosati, Pierangelo; Cummins, Mark (2019): Disrupting Finance. Cham: Springer International Publishing

Liermann, V.; Stegmann, C.: The Impact of Digital Transformation and FinTech on the Finance Professional. Cham: Springer International Publishing

Alt, R.; Puschmann, T.: Digitalisierung der Finanzindustrie: Grundlagen der Fintech-Revolution, Springer Gabler, Berlin; Heidelberg

Lempka, R.; Stallard, P. (Hrsg.): Next Generation Finance: Adapting the Financial Services Industry to Changes in Technology, Regulation and Consumer Behaviour, Harriman House Ltd, Petersfield

Everling, O.; Lempka, R. (Hrsg.): Finanzdienstleister der nächsten Generation: Megatrend Digitalisierung: Strategien und Geschäftsmodelle, Frankfurt School Verlag, Frankfurt

Finanzderivate und Strukturierte Finanzprodukte (W3M10420)

Derivatives and Structured Financial Products

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10420	-	1	Prof. Dr. Christian Möbius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten ein vertiefendes, spezifisches Faktenwissen über Derivate und strukturierte Finanzprodukte. Sie lernen, Derivate zu klassifizieren und zwischen Derivatetypen zu unterscheiden. Ebenso sind ihnen die Einsatzfelder von Derivaten mit Hedging, Arbitrage und Spekulation bewusst. Die Bewertungsansätze von Derivaten sind grundsätzlich bekannt. Dazu werden die Grundsätze der Arbitragetheorie sowie der Optionspreistheorie beherrscht. Insbesondere die Funktionsweise klassischer sowie exotischer Optionen dient als Basis für strukturierte Finanzprodukte. Das Repertoire erstreckt sich dabei über einfache Optionshandelsstrategien bis zur Produktpalette der Zertifikate. Das Verständnis für Financial Engineering ist so stark ausgeprägt, dass die Konstruktion sowie das Pricing von komplexen Finanzprodukten keine Schwierigkeiten bereiten. Bestehende strukturierte Produkte können kategorisiert und neue strukturierte Anlageprodukte konstruiert werden.

METHODENKOMPETENZ

Absolventinnen und Absolventen können die gängigen Methoden und Techniken im Rahmen des Derivate-Managements sowie des Financial Engineerings auf praxisnahe Aufgabenstellungen routiniert einsetzen. Neben der Anwendung spielt die Reflexion und Weiterentwicklung von Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld eine tragende Rolle. Dabei ist die Einschätzung der Praktikabilität und Grenzen von Methoden sowie das Erfahrungswissen im Umgang mit unterschiedlichen Methoden von großer Bedeutung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf. Sie können für neue berufsbezogene oder forschungsorientierte Aufgaben aus dem Bereich des Derivate-Managements Ziele ableiten und Vorgehensweisen entwickeln. Darüber hinaus können die Absolventinnen und Absolventen sich selbst oder ein Team verantwortungsvoll und zielführend organisieren. Es gelingt ihnen gesammelte Erfahrungen und Wissensbestände aus dem Derivateumfeld positiv und überlegt einzubringen. Sie sind neuen Ideen und Verfahren bei der Produktentwicklung gegenüber aufgeschlossen und entwickeln diese mit. Die Studierenden verstehen die sozial-ethischen Aspekte, die aus dem Einsatz von Derivaten resultieren können, und sind in der Lage, berufsethische Verantwortung in ihrer gesellschaftlichen Rolle zu übernehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sollen aus Sicht der Produktgeber von Finanzdienstleistern durch einen Mix von originären und derivativen Finanzprodukten die gewünschte Pay-Off-Struktur des*der Kunden*in optimieren lernen. Weiterhin sollen sie in der Lage sein, dem*der Anlegerin aus Sicht eines*r Beraters*in die Vor- und Nachteile von Finanzderivaten und Zertifikaten aufzuzeigen. Sie zeigen dabei Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über spezifische Vorgehensweisen, Methoden und Techniken nutzen, um in oftmals unklaren sozialen oder berufspraktischen Situationen angemessen, authentisch und erfolgreich zu agieren. Dazu gehören vor allem das eigenständige kritische Beobachten, das systematische Suchen alternativer Denk- und Lösungsansätze, sowie die Entwicklung neuer Vorgehensweisen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
-------------------------	-------------	---------------

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzderivate und Strukturierte Finanzprodukte	42	93
Finanzderivate Grundlagen der Termingeschäfte – Forwards – Futures – Swaps – Optionstypen (Plain Vanilla Optionen, Exotische Optionen) – Optionspreistheorie (Zwei-Zeitpunkt-Zwei-Zustand-Modell, Binomialmodell, Black-Scholes-Merton-Modell, Monte-Carlo-Simulation) – Optionswerttreiber und Sensitivitätsanalyse – historische vs. implizite Volatilität		
Strukturierte Finanzprodukte Grundlagen des Financial Engineering – Optionshandelsstrategien (z.B. Protectiv Put, Covered Call, Bull und Bear Spread, Straddle, Strangle) – Arbitragetheorie (z.B. Replikationsportfolio) – Pricing (z.B. Intrinsic-Value) – Anlagezertifikate (z.B. Garantie-, Discount-, Bonus-Zertifikate, Aktienanleihen) und Hebelzertifikate (z.B. Optionsscheine, Knock-out-Produkte) – strukturierte Versicherungsprodukte (z.B. Indexpolice, CAT-Bonds)		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Ein Grundverständnis für originäre Finanzprodukte wie Anleihen, Aktien und Investmentfonds/ ETFs einschließlich des Pricing dieser Produkte (Net-Present-Value-Methode) wird vorausgesetzt. Ebenso ist es hilfreich, wenn Grundkenntnisse zu Termingeschäften bereits vorliegen. Diese kann man sich mit Hilfe der Literatur, wie beispielsweise mit der Quelle „Beike, Rolf/ Schlütz, Johannes: Finanznachrichten lesen-verstehen-nutzen. Ein Wegweiser durch Kursnotierungen und Marktberichte“ im Vorfeld sehr gut aneignen.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Beike, Rolf/ Schlütz, Johannes: Finanznachrichten lesen-verstehen-nutzen. Ein Wegweiser durch Kursnotierungen und Marktberichte, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

Bösch, Martin: Derivate. Verstehen, anwenden und bewerten, Vahlen Verlag, München

Hull, John: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson Studium, München

Janos, J./ Hunziker, S.: Rendite und Risiken von Zertifikaten - Beurteilung und Bewertung strukturierter Finanzprodukte, Erich Schmidt Verlag, Berlin

Kruse, Susanne: Aktien-, Zins- und Währungsderivate. Märkte, Einsatzmöglichkeiten, Bewertung und Risikoanalyse, Springer Verlag, Berlin et al.

Möbius, Christian: Strukturierte Finanzprodukte als Produktinnovation der Lebensversicherer am Beispiel der Indexpolice, in: Zeitschrift für Versicherungswesen, 64. Jg., Heft 21/ 2015

Rieger, Marc Oliver: Optionen, Derivate und strukturierte Produkte – Ein Praxisbuch, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

Rudolph, Bernd/ Schäfer, Klaus: Derivative Finanzmarktinstrumente. Eine anwendungsbezogene Einführung in Märkte, Strategien und Bewertung, Springer Verlag, Berlin et al.

Wiedemann, Arnd: Financial Engineering. Bewertung von Finanzinstrumenten, Frankfurt School Verlag, Frankfurt/Main

Applied Financial Economics (W3M10421)

Applied Financial Economics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10421	-	1	Dr Jan Greitens	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden wenden geldtheoretische Vorstellungen und Taxonomien auf Cryptowährungen und andere, neue Formen des Geldes an. Die Studierenden erkennen die Notwendigkeit von Finanzintermediation aufgrund von asymmetrischen Informationen sowie Transaktionskosten und verstehen die damit verbundenen Risiken. Sie können unterschiedliche Ausprägungen von Finanzsystemen mit ihren jeweiligen makroökonomischen Wechselwirkungen analysieren. Sie verstehen die Konzepte der aktuellen Geldpolitik und reflektieren die Rolle der Zentralbanken, insb. in der makroprudenziellen Aufsicht.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Komplexität in der monetären Makroökonomik erkennen und die zum Teil widersprüchlichen Erklärungen beurteilen. Dabei verstehen die Studierenden die Abhängigkeit der ökonomischen Erklärungen von historischen und kulturellen Bedingungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf konkrete Problemstellungen anzuwenden. Dabei sind sie in der Lage, die notwendigen Abstraktionen und Vereinfachungen auf die wesentlichen Faktoren durchzuführen und Kausalketten zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden reflektieren über die Abhängigkeiten ihrer Entscheidungen von makroökonomischen Entwicklungen. Sie verstehen wie politische Akteure (geldpolitische) Entscheidungen treffen und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Die Studierenden können die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen und Risiken der Nutzung von Modellen und ihren Annahmen in der monetären Makroökonomik bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Applied Financial Economics	42	93

- Digitale Zentralbankwährungen, private Cryptowährungen und Decentralized Finance: Technik, geldtheoretische Einordnung, Geschäftsmodelle
- Finanzstabilität / Makroprudenzielle Aufsicht: Konzepte, Instrumente, Methoden
- mikroökonomische Konzepte zur Finanzintermediation (z.B. delegated monitoring, bank runs) und Veränderungen durch die Digitalisierung
- Finanzsysteme: Internationaler Vergleich, Finanzsystementwicklung
- Geldpolitik: Aktuelle Ansätze, geldpolitische Regeln, Zentralbankkommunikation

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Cecchetti, S.G./Schoenholtz K.L.: Money, Banking and Financial Markets, 6. Aufl. , New York, 2021
De Grauwe, P.: Economics of Monetary Union, 13. Aufl-, Oxford, 2020
Greitens, J.: Geld-Theorie-Geschichte, 2. Aufl., Weimar bei Marburg, 2022
Hall, P. A. / Soskice, D.: Varieties of Capitalism, The Institutional Foundations of Comparative Advantage, Oxford, 2001
Mishkin, F. S.: The Economics of Money, Banking, and Financial Markets, 12. Aufl., Boston, 2019
Scheller, H. K.: The European Central Bank - History, role and functions, ECB, 2. Aufl., Frankfurt, 2006
Walsh, C. E.: Monetary Theory and Policy, 4. Aufl., London, 2017

Strategisches Marketing (W3M10701)

Strategic Marketing Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10701	-	1	Prof. Dr. Bernd Radtke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Instrumente zur Analyse der Rahmenbedingungen des Marketing sowie geeignete Konzepte zur Strategieentwicklung, -auswahl und -implementierung. Sie wissen um die Bedeutung einer nachhaltigen, ökologieorientierten sowie kundenorientierten Unternehmensführung für den langfristigen Unternehmenserfolg und können die Potenziale der strategischen Verankerung im Unternehmen einschätzen. Die Studierenden verstehen konzeptionelle Grundlagen der Digitalen Transformation und sind in der Lage, deren Bedeutung für das Strategische Marketing abzuschätzen. Sie wissen um die Auswirkungen der Digitalen Transformation auf Branchenstrukturen und die Geschäftsmodelle von Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Markt-, Umwelt- und Unternehmensanalysen durchzuführen. Zudem können sie Marketing-Strategien bewerten und Kennzahlen im Rahmen eines Strategie-Controlling interpretieren. Sie verfügen über die Fähigkeit, die Kundenorientierung eines Unternehmens zu messen und den Nutzen des Einsatzes digitaler Technologien im Marketing abzuschätzen bzw. die Grenzen dieser zu erkennen. Weiterhin sind sie befähigt, den Nutzen digitaler Technologien zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen zu bestimmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Entscheidungen im Rahmen des normativen Managements und der Strategieentwicklung in ihrer Wirkung zu beurteilen und kritisch zu diskutieren. Sie analysieren dabei die unter dem Begriff der Digitalen Transformation zusammengefassten Veränderungen kritisch in Bezug auf ihre Chancen und Risiken für den Einzelnen als Privatperson und Arbeitnehmer*innen, für Unternehmen, öffentliche Verwaltungen und die Gesellschaft im Ganzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden ordnen das Strategische Marketing in die Strategische Unternehmensführung ein und wissen um die Auswirkungen strategischer Entscheidungen auf das operative Marketing. Sie berücksichtigen bei strategischen Planungen technologische, ökologische, politische sowie gesellschaftliche Rahmenbedingungen und beachten die Auswirkungen strategischer Entscheidungen auf die verschiedenen Stakeholder eines Unternehmens.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Marketing	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Planungsprozess des Strategischen Marketing: Strategische Analyse: Markt- und Umweltanalyse, Unternehmensanalyse, Strategische Frühaufklärung – Strategische Zielplanung – Entwicklung von Marketing-Strategien – Strategiebewertung und Auswahl – Strategieimplementierung – Strategie-Controlling.

Stakeholder Management – Normatives Management – Ökologieorientiertes Marketing – Kundenorientierung im Rahmen des Strategischen Marketing (insbes. Erklärungsansätze der Kundenorientierung, Verankerung der Kundenorientierung in der Unternehmenskultur, Kundenorientierte Unternehmensorganisation, Controlling der Kundenorientierung).

Digitale Transformation als Rahmenbedingung marktorientierter Unternehmensführung: Entstehung und aktuelle Interpretation der Digitalen Transformation – Strategische Marketing im Kontext der Digitalen Transformation – Grundkonzepte der digitalen strategischen marktorientierten Unternehmensführung (z. B. Netzwerkeffekte, Skaleneffekte, Kosteneffekte, Plattformkonzepte, Personalisierung) – Wandel von Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation – Kooperationsstrategien im digitalen Wettbewerb.

Internationales Strategisches Marketing: Spezifika der Kundenorientierung im internationalen Marketing – Internationale Strategieoptionen – Markt- und Standortwahl – Markteintrittsstrategien.

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Marketing-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Backhaus, K.: Strategisches Marketing. Stuttgart.
Backhaus, K.; Voeth, M.: Internationales Marketing. Stuttgart.
Becker, J.: Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements. München.
Berndt, R.; Altobelli, C. F.; Sander, M.: Internationales Marketing-Management. Wiesbaden.
Bruhn, M.: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen. München
Bruhn, M.; Homburg, Ch. (Hrsg.): Handbuch Kundenbeziehungsmanagement. Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM. Wiesbaden.
Christensen, C. M.; Matzler, K.: The innovator's dilemma. Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren. München.
Dillerup, R., Stoi, R.: Unternehmensführung: Management & Leadership. München.
Homburg, Ch.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. Wiesbaden.
Kreutzer, R. T.: Toolbox für Marketing und Management. Kreativkonzepte – Analysewerkzeuge – Prognoseinstrumente. Wiesbaden.
Lippold, D.: Marktorientierte Unternehmensführung und Digitalisierung. Management im digitalen Wandel. Berlin/Boston.
Zentes, J.; Swoboda, B.; Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing. München.

B2B Marketing (W3M10703)

B2B Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10703	-	1	Prof.Dr. Marcus Hoffmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die strategischen und operativen Prozesse des B2B-Marketings, von der betrieblichen Segmentierung, der Marktplanung über die Produkt-/Serviceplanung und Markenstrategiebildung zur geschäftsbezogenen Interaktion mit B2B Kunden zu durchdringen. Gleichzeitig sind sie befähigt, die Konsequenzen alternativer B2B-Marketingentscheidungen abzuschätzen. Im Fokus stehen dabei die unterschiedlichen Geschäftstypen industrieller Kunden (Anlagen-, Produkt-, System- und Zuliefergeschäft). Die Auswahl und Bewertung der Marketingentscheidungen erfolgt in einer begründeten, interdisziplinär-wissenschaftlichen und kritischen Weise.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, das Instrumentarium des industriellen und B2B-bezogenen Marketings im Kontext der jeweiligen Fragestellungen gezielt einzusetzen. Sie können die Wirkungsweisen der Methoden und Instrumente einschätzen und sind in der Lage diese kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, in Interaktionsprozessen mit B2B-Kunden professionell und zielorientiert zu handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Partner einzustellen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen die einschlägigen B2B-Marketinginstrumente. Im Fokus stehen insbesondere Instrumente der kundenorientierten Produktentwicklung sowie des Marken- und Servicemanagements. Die Studierenden können das Instrumentarium gezielt im Kontext unternehmenspraktischer Problemstellungen einsetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
B2B Marketing	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen und Bezugsrahmen des B2B-Marketings:
Charakteristik von Produkten und Services bei B2B-Transaktionen
Theoretisch-konzeptionelle Ansätze des B2B-Marketings
Geschäftstypenansatz (Produktgeschäft, Anlagengeschäft, Systemgeschäft, Zuliefergeschäft)

Strategisches B2B-Marketing:
Segmentierungsansätze für B2B-Märkte
Strategische Positionierung auf B2B-Märkten
Markt-Forecasting und Markt-Foresight

Operatives B2B-Marketing:
Innovationsmanagement und agile Produktentwicklung im B2B
B2B-Vertriebsprozesse und Customer Relation
B2B-Brand Management

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des operativen Marketings. Grundlagen des strategischen Marketings.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Backhaus, K.; Voeth, M.: Industriegütermarketing, München.
Baumgarth, C.; Schmidt, M.: B-to-B-Markenführung: Grundlagen - Konzepte - Best Practice, Wiesbaden.
Godefroid, P.; Pförtsch, W.: Business-to-Business Marketing, Herne.
Günther, C.: Das Management Industrieller Dienstleistungen: Determinanten, Gestaltung und Erfolgsaussichten, Heidelberg.
Homburg, C.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence – Vertriebsmanagement mit System, Wiesbaden.
Kuhn, M.; Zajontz, Y.: Industrielles Marketing, München.

Online-Marketing (W3M10704)

Online-Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10704	-	1	Prof. Dr. Sabine Korte	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die besonderen Herausforderungen, die sich durch technologische Entwicklungen im Kontext der Digitalisierung für das Marketing ergeben. Sie haben ein breites und differenziertes Verständnis für den Einsatz der Marketinginstrumente im Umfeld dieser technologischen Entwicklung (z.B. digitale Produkte und Dienstleistungen, Aufbau situationsspezifischer Kommunikationskonzepte unter besonderer Berücksichtigung sozialer Medien, neue Konzepte der Preis- und Konditionenpolitik sowie des eCommerce) und können die Anforderungen, die sich für die Unternehmen daraus ergeben, abschätzen. Außerdem verfügen sie über das in diesem Zusammenhang relevante technische und rechtliche Wissen. Die Studierenden können eigenständig Konzepte für ein ganzheitliches Marketing auf der Grundlage dieses Wissens entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente des Marketing im Kontext der Digitalisierung und der zunehmenden Bedeutung sozialer Medien anzuwenden und problemgerechte Lösungen für komplexe Problemstellungen zu entwickeln. Sie kennen Instrumente zur Analyse des Marketing-Erfolgs in Online-Medien. Weiterhin können sie Instrumente zur Beeinflussung des Google-Rankings sowie der zielgruppengerechten Schaltung von Werbung in Online-Medien anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Probleme, die im Rahmen der Beeinflussung von Menschen durch Marketing und Vertrieb im Kontext der Digitalisierung entstehen können, bewusst und setzen sich mit den damit einhergehenden ökonomischen, sozialen und ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinander.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ihr Marketingwissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in diesem Feld auf neue Situationen zu übertragen und geeignete Problemlösungen zu entwickeln. Sie können das erworbene Wissen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Problemstellungen anwenden. Sie planen selbstständig Marketingprojekte mit digitalem Bezug, realisieren diese und reflektieren kritisch den Projekterfolg sowie ihre Vorgehensweise.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Online-Marketing	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Strategisches und operatives Online Marketing: Einordnung des Online Marketing in das Marketing – Rahmenbedingungen der Online Marketing (insbes. Informationstechnik, Online-Nutzerverhalten, Datenschutz) – Technologische Konzepte im Kontext der Digitalisierung (insbes. Data Analytics, Künstliche Intelligenz, Internet of Things, Industrie 4.0, Marketing Automation, Cloud Computing, Virtual und Augmented Reality)

Auswirkungen der Digitalisierungskonzepte auf die Gestaltung der Marketing-Instrumente: Produktpolitik: z.B. Servitization, digitale Produkte, Kundenintegration in den Wertschöpfungsprozess, Personalisierungskonzepte – Preispolitik: z.B. Dynamic Pricing, neuere Bezahlvverfahren – Kommunikationspolitik: z.B. Targeting, Affiliate Marketing, Location Based Marketing, Content Marketing, Social Media Marketing (insbes. Influencer Marketing, Virales Marketing) – Distributionspolitik: z.B. Multi-/Omnichannel Marketing, eCommerce.

Suchmaschinenmarketing
Funktion von Google – Search Engine Advertising (SEA) – Search Engine Optimization (SEO)

Online-Recht: Domainfragen – Marken- und Namensrecht im Internet – Grundlagen des Urheberrechts und Besonderheiten im Internet – IT-spezifische Werbeformen und die Geltung des Wettbewerbsrechts – Rechtliche Rahmenbedingungen des Social Media Marketing – Rechtliche Aspekte des eCommerce

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Beilharz, F. u.a.: Der Online Marketing Manager. Handbuch für die Praxis. Heidelberg
Biesel, H.; Hame, H.: Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt: So schaffen Unternehmen die Business Transformation in der Praxis. Wiesbaden
Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Wiesbaden.
Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. Wiesbaden.
Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I.: Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft. Frankfurt am Main.
Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. Wiesbaden.
Kreutzer, R. T.; Land, K.-H.: Digitaler Darwinismus. Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke, Wiesbaden.
Lammenet, E.: Online Marketing-Konzeption. Roetgen.

Preismanagement (W3M10705)

Pricing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10705	-	1	Prof. Dr. Petra Hardock	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen den Stellenwert des Preismanagements für den Unternehmenserfolg. Sie verfügen über vertieftes Fachwissen über die zentralen Orientierungspunkte der Preisfindung (Kunden, Kosten, Konkurrenz) und können Preisentscheidungen unter Berücksichtigung von deren Zusammenspiel treffen. Sie reflektieren kritisch den Erfolg dieser Entscheidungen sowie ihre Vorgehensweise.

Die Studierenden sind sich der Herausforderungen der internationalen Preispolitik im Spannungsfeld von Harmonisierung und Differenzierung bewusst und können Lösungsmöglichkeiten erarbeiten. Sie kennen die Prinzipien der Gestaltung stringenter Rabatt- und Konditionensysteme und sind in der Lage, diese anzuwenden. Darüber hinaus wissen sie um die Bedeutung der Berücksichtigung verhaltensorientierter Aspekte des Preismanagements (Behavioral Pricing). Zudem erkennen sie die Besonderheiten der Preisfindung in verschiedenen Branchen und können Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung im Rahmen der Preispolitik analysieren. Insgesamt sind die Studierenden in der Lage, Problemstellungen aus dem Bereich des Preismanagements theoretisch fundiert sowie strukturiert zu bearbeiten und einer angemessenen Lösung zuzuführen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen wichtige analytische Instrumente des Preismanagements, insbesondere zur Messung der Zahlungsbereitschaft und der Bestimmung von Preis-Absatz-Funktionen, und können diese einsetzen. Sie sind in der Lage, Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen dieser Methoden zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden reflektieren kritisch den Erfolg ihrer Vertriebs- und Preisentscheidungen sowie ihre Vorgehensweise und lernen aus den Auswirkungen des eigenen Handelns. Die Studierenden sind fähig, sich und ihre Wirkung auf die Kund*innen realistisch einzuschätzen. Sie argumentieren ausgewogen, beziehen verschiedene Standpunkte in ihre Überlegungen mit ein und erkennen Zielkonflikte.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden denken entscheidungs- und systemorientiert und sind in der Lage, Problemstellungen aus dem Bereich des Vertriebs- und Preismanagements theoretisch fundiert sowie strukturiert zu bearbeiten und einer angemessenen Lösung zuzuführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Preismanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Messung der Zahlungsbereitschaft und Bestimmung von Preis-Absatz-Funktionen (z.B. mittels Conjoint Measurement)
- Vertiefung der Orientierungspunkte der Preisfindung (kosten-, kunden- und wettbewerbsorientierte Preisfindung)
- Preisdifferenzierung und Preisbündelung
- Umsetzung: Organisation des Preismanagements, Rabattgewährung, Gestaltung von Konditionensystemen
- Internationale Preispolitik
- Digitalisierung und Preispolitik (z.B. Dynamic Pricing, Individualisierung des Preises, innovative Preismodelle)
- Behavioral Pricing
- Besonderheiten des Preismanagements in verschiedenen Branchen (Konsum-, Industriegüter, Handel, Dienstleistungen)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der Preispolitik auf Bachelorniveau, insbesondere Orientierungspunkte der Preispolitik (Kosten, Kunden, Konkurrenz), vgl. Kapitel Preispolitik aus Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing, 6. Auflage, Stuttgart 2015, S. 335-380, ausgenommen S. 348-361 (Preis-Absatz-Funktion und verhaltenswissenschaftliche Modelle der Preistheorie sowie wettbewerbsorientierte Festsetzung des Angebotspreises) und S. 367-370 (mengenbezogene Preisdifferenzierung und Preisbündelung)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Simon, H.; Fassnacht, M.: Preismanagement. Strategie – Analyse – Entscheidung – Umsetzung, Wiesbaden.
- Diller, H.; Beinert, M.; Ivens, B.; Müller, St.: Pricing. Prinzipien und Prozesse der betrieblichen Preispolitik, Stuttgart.
- Homburg, Ch.: Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden.
- Pechtl, H.: Preispolitik. Behavioral Pricing und Preissysteme, Konstanz, München.
- Backhaus, K.; Voeth, M.: Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business-Marketings, München.

Markenmanagement (W3M10706)

Brand Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10706	-	1	Prof. Dr. Simone Besemer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projekt- bzw. Forschungsskizze	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand des Markenmanagements. Sie verstehen auf Basis dieses Wissens praktische Probleme und Fragestellungen der Markenführung. Die Studierenden können darüber hinaus Lösungsansätze für praktische Fragestellungen des Markenmanagements beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die relevanten Methoden und Techniken des Markenmanagements (z. B. Markenzielpyramide und -Zielsystem, Brand Funnel, Markensteuerrad, Brand Equity Modelle) anzuwenden, um für Fragestellungen des Markenmanagements eigene Lösungsansätze zu entwickeln. Sie können adäquate Methoden und Techniken in der beruflichen Praxis des Marketing auswählen und einsetzen

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Rahmen der Diskussionen von Fallstudien setzen sich die Studierenden im Team mit unterschiedlichen Vorgehensweisen und Lösungsmöglichkeiten auseinander und reflektieren diese, wodurch die Fähigkeiten zur Begründung und Argumentation ebenso gestärkt werden wie Konfliktlösungsfähigkeiten sowie die Fairness und tolerantes Handeln im persönlichen Umgang. Die Studierenden sind außerdem in der Lage, durch kritische Auseinandersetzung mit den Lehrinhalten die Auswirkungen des Markenmanagements auf sozial-ethische, gesellschaftliche und ökologische Aspekte zu reflektieren. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit überzeugend zu präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können in effizienter Arbeitsmethodik komplexe Entscheidungssituationen der Unternehmenspraxis zielorientiert bewältigen. Sie erkennen auftretende Schwierigkeiten bzw. Widerstände und können diese bewältigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Markenmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen der Markenführung
- Bedeutung der Marke
- Zielkategorien der Markenführung
- Zielsystem der Markenführung
- Aktuelle Rahmenbedingungen für die Markenführung
Markenidentität, Markenpositionierung und Markenimage
Marke nach innen durchsetzen: Employer und Internal Branding
Marke nach außen durchsetzen: Markenkommunikation und Touchpoints
Marken aufbauen und stärken
Grundlegende Markenstrategien (Einzelmarken, Familienmarken, Dachmarken, Kombinationen)
Markendehnung, Markenallianzen, Markenportfolios, komplexe Markenarchitekturen
Markenführung im Handel
Markenführung im B2B-Geschäft
Markenführung kontrollieren
Digitale Markenführung
- Customer Experience Management
- Customer Engagement
- Content Marketing
- Rating- und Review-Management
- Influencer-Marketing
- Eco-Systems
- Sharing-Economy
- Interne Verankerung digitaler Markenführung
Co-Creating Brands
Markenrecht

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Kenntnisse des Marketings auf Bachelor-Niveau, also Grundlagen des Marketings, Konsumentenverhalten, Marketingziele und Marketingstrategien, Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik, Distributionspolitik, Marketingmix (z. B. auf dem Niveau von Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing. Einführung in Theorie und Praxis, Stuttgart: Schäffer-Poeschel)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung. München: Franz Vahlen.

Kapferer, J.-N.: The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. London: Kogan Page.

Keller, K. L.: Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity. Always learning. Boston, Mass.: Pearson.

Schmidt, H. J.: Markenführung. Wiesbaden: Springer.

Burmann, C.; Halaszovich, T.; Schade, M.; Hemmann, F.: Identitätsbasierte Markenführung. Wiesbaden: Springer.

Kreutzer, R. T.; Land, K.-H. Digitale Markenführung. Wiesbaden: Springer.

Ind, N.; Schmidt, H. J.: Co-Creating Brands: Brand management from a co-creative perspective. [S.l.]: BLOOMSBURY BUSINESS.

Beverland, M. B.: Brand management: Co-creating meaningful brands. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE.

Berlit, W.: Markenrecht. Beck online. München: C.H. Beck.

Sosnitza, O.: Deutsches und europäisches Markenrecht. Studium und Praxis. München: C.H.Beck.

Veloutsou, C.; Guzman, F. (2017): The evolution of brand management thinking over the last 25 years as recorded in the Journal of Product and Brand Management. Journal of Product & Brand Management, 26(1), 2–12. doi:10.1108/JPB-01-2017-1398

Seyedghorban, Z., Matanda, M. J., & LaPlaca, P. (2016). Advancing theory and knowledge in the business-to-business branding literature. Journal of Business Research, 69(8), 2664–2677. doi:10.1016/j.jbusres.2015.11.002

Marketing Communication Insights (W3M10707)

Marketing Communication Insights

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10707	-	1	Prof.Dr. Marcus Hoffmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Besonderheiten der Kommunikation in unterschiedlichen Märkten (B2C- sowie B2B-Märkte). Sie sind in der Lage, die Kommunikationskanäle und -inhalte an die Zielgruppen und Interessengruppen eines Unternehmens anzupassen. Die Studierenden begreifen, dass der Austausch von Informationen ein zusätzlicher Wertschöpfungsfaktor auf der Basis von Kommunikation und Kollaboration ist. Sie können die Spezifika, Anwendungsbereiche sowie die Vor- und Nachteile der Kommunikationsinstrumente einschätzen und einen geeigneten Marketing Mix gestalten und umsetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verwenden die einschlägigen Methoden der Kommunikationsforschung unter besonderer Berücksichtigung der digitalen Anwendungen. Sie sind in der Lage, effektiv in einer strategischen Planungsgruppe in diesem Bereich mitzuarbeiten oder diese zu leiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ihre Kompetenz durch die kritische Auseinandersetzung mit Kommunikationsmodellen und -konzepten dahingehend verbessert, dass sie ihre eigenen praktischen Erfahrungen besser verstehen und relevante Informationen beurteilen und nutzen können. Dabei entwickeln sie ein Gespür für die soziale Verantwortung von Unternehmen und die daraus abgeleiteten kommunikativen Ansprüche der Geschäftspartner sowie der Gesellschaft. Sie erkennen die gestiegenen Ansprüche nach Transparenz und Nachhaltigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können in effizienter Arbeitsmethodik komplexe Entscheidungssituationen der Unternehmenspraxis zielorientiert umsetzen. Sie erkennen auftretende Schwierigkeiten bzw. Widerstände und können diese bewältigen. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit vor Gremien überzeugend zu präsentieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing Communication Insights	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Einbindung und Entscheidungstatbestände der Marketingkommunikation, Kommunikationsmodelle, Theorien zur Informationsverarbeitung, Kommunikationsmanagement, Entwicklung einer Kommunikationsstrategie, Erstellung des Kommunikationsplans, Einsatz der Kommunikationsinstrumente (Werbung Online/Offline, PR, Messen, Events, Mobile Marketing, Direktmarketing, Verkaufsförderung, Corporate Identity, Sponsoring etc.), Integrierte Kommunikationskonzepte, Budgetierungsverfahren, Werbewirkungsmodelle und deren Implikationen für die Gestaltung von Werbekampagnen, Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen, Controlling des Kommunikationserfolgs, Steuerung der Kommunikationsdienstleister (Werbeagenturen, PR-Agenturen u. a.), Marketingkommunikation in der Unternehmenskrise, Besonderheiten der internationalen Marketingkommunikation, Konsumkritik und Marketingkommunikation, aktuelle Entwicklungen und Zukunftsperspektiven der Marketingkommunikation

Die Seminarthemen behandeln grundlegende und aktuelle Aspekte und Problemstellungen der Marketingkommunikation in B2C- bzw. B2B-Märkten. Bei geringer Teilnehmerzahl wird die Präsentation und Diskussion nicht besetzter Seminarthemen durch gemeinsame Fallstudienarbeit ersetzt.

BESONDERHEITEN

Das Modul besteht aus einer Lehrveranstaltungs- sowie einer Seminareinheit. In der Seminareinheit werden die Ausarbeitungen zu den Seminarthemen von den Teilnehmer*innen präsentiert und gemeinsam diskutiert. Lehrveranstaltungs- sowie Seminareinheit können aufeinander folgend oder integriert durchgeführt werden. Die Seminarthemen werden den Studierenden mit ausreichendem zeitlichen Vorlauf zur Auswahl und Bearbeitung eines Themas bekannt gegeben.

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse der Instrumente der Kommunikationspolitik in B2C-Märkten auf Bachelor-Niveau werden vorausgesetzt.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Becker, J.: Marketing-Konzeption: Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, München: Vahlen
Bruhn, M.: Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, München: Vahlen.
Homburg, Ch.; Krohmer, H.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: Gabler
Kunczik, M.: Public Relations. Konzepte und Theorien, Köln: Böhlau
Mast, C.: Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden, Stuttgart: UVK/Lucius & Lucius
Piwinger, M.; Zerfaß, A.: Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie - Management – Wertschöpfung, Wiesbaden: Springer Gabler

Kundenmanagement und CRM (W3M10708)

Customer Management and CRM

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10708	-	1	Prof. Dr. Sabine Korte	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Bedeutung des Kundenmanagements für den Unternehmenserfolg einschätzen. Sie kennen Konzepte zur Analyse von Kundenbeziehungen sowie zu deren strategischen sowie operativen Gestaltung. Wichtige technologische und konzeptionelle Grundlagen des CRM sind bekannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Methoden zur Bewertung von Kund*innen und können diese anwenden. Zudem sind ihnen Konzepte zu Gewinnung, Analyse und Auswertung von Kundendaten (insbes. OLAP, Data Mining) bekannt und sie können den Nutzen sowie die Grenzen dieser Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein ganzheitliches Kundenmanagement im Unternehmen schrittweise einzuführen bzw. kritisch zu analysieren und Vorschläge zu dessen Verbesserung oder Erweiterung zu entwickeln. Sie sind dabei kompetente Gesprächspartner*innen und können innerhalb eines Projektteams eine verantwortliche Rolle übernehmen.

Die Studierenden wissen um die Sensibilität von personenbezogenen Daten, können mit den ihnen im Unternehmenskontext anvertrauten Daten verantwortungsvoll umgehen und sind in der Lage, die gesellschaftliche Bedeutung bei der Verwendung personenbezogener Daten kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln gemeinsam mit Verantwortlichen aus verschiedenen Funktionsbereichen des Unternehmens (insbes. Marketing, Vertrieb, IT, Controlling) ganzheitliche Lösungen für ein ganzheitliches Kundenmanagement und berücksichtigen dabei die verschiedenen Sichtweisen, das Thema aufzugreifen sowie Kritik angemessen zu berücksichtigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kundenmanagement und CRM	42	93

Einordnung des Kundenmanagements in Marketing und Vertrieb Situationsanalyse und Zielplanung des Kundenmanagement Kundenidentifikation
Kundenbewertung und -qualifizierung
Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen zur Gestaltung von Kundenbeziehungen Instrumente zur Gestaltung von Kundenbeziehungen
Kundenzentrierte Organisationsformen Kundenintegration im Wertschöpfungsprozess
Kundenrückgewinnungsmanagement
Besonderheiten des digitalen Kundenbeziehungsmanagements (wie z.B. eCRM, Automated Sales Funnel)
Elemente des CRM Kundeninformationen als Basis des CRM
Kundenmanagement durch CRM-Systeme: Merkmale und Elemente eines CRM-Systems, Aufgaben des analytischen, operativen und kooperativen CRM
Data Mining im CRM: Data-Mining-Prozess im CRM-Kontext, Umsetzung des Data Mining im Kundenbeziehungszyklus

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

Bruhn, M., Relationship Marketing. Das Management von Kundenbeziehungen, München.
Bruhn, M., Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), München.
Bruhn, M. / Homburg, C. (Hrsg.), Handbuch Kundenbindungsmanagement: Strategien und Instrumente für ein erfolgreiches CRM, Wiesbaden. Bruhn, M. / Stauss, B. (Hrsg.), Kundenintegration. Forum Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden.
Günter, B. / Helm, S. (Hrsg.), Kundenwert: Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzungen, Wiesbaden.
Hippner, H. / Wilde, K. D. (Hrsg.), Grundlagen des CRM. Konzepte und Gestaltung, München.

Marktforschung/Projekt (W3M10712)

Quantitative Research Project

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10712	-	1	Prof. Dr. Marc Kuhn	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, unternehmenspraktische und marktrelevante Fragestellungen mit Hilfe empirischer und wissenschaftstheoretischer Methoden zu beantworten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig theoretische Marketingmodelle im Kontext einer praktischen Fragestellung zu operationalisieren und komplexere Verfahren der Informations- und Datenanalyse sicher anzuwenden. Zudem sind die Studierenden in der Lage, Qualität und Güte empirischer Studien zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte professionell und zielorientiert handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Projektpartner*innen und Probanden einstellen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, das erworbene Fach- und Methodenwissen auf unterschiedlichste forschungsbezogene und praxisbezogene Fragestellungen zu übertragen und im Sinne einer zielgerichteten Umsetzung auf spezifische Branchen- und Unternehmenskontexte zu adaptieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marktforschung/Projekt	42	93

Evaluierung modelltheoretischer und theoretischer Grundlagen einer praxis- bzw. branchenorientierten Fragestellung-
 Bildung von Untersuchungshypothesen Entwicklung eines quantitativen oder qualitativen, empirischen Evaluierungsdesigns-
 Operationalisierung von Untersuchungsvariablen-
 Recherche valider Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand-
 Entwicklung eigener Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand-
 Umsetzung von Fragebögen bzw. Interviewleitfäden-
 Durchführung der Feldarbeit-
 Durchführung der Datenanalyse und Dateninterpretation

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Marketing-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse zu den Merkmalen der sekundären und primären Marktforschung. Grundlagen empirischer Erhebungsverfahren wie theoriegeleitete Hypothesenbildung, Fragebogenkonzeption oder einfache, deskriptive Datenauswertungen.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Hamburg.
- Field, A.: Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. Los Angeles.
- Flick, U.: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, Hamburg.
- Janssen, J. & W. Laatz: Statistische Datenanalyse mit SPSS, Heidelberg.
- Mayring, P.: Qualitative Sozialforschung, Weinheim.
- Schnell, R.; Hill, P.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Wiesbaden.
- Hair, J.: Structural Equation Modelling with PLS, Los Angeles.

Neuromarketing (W3M10714)

Neuromarketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10714	-	1	Prof. Dr. Marc Kuhn	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projekt- bzw. Forschungsskizze	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die anatomischen und neurophysiologischen Grundlagen des Gehirns. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse zur Erfassung neurophysiologischer Daten bei Marktteilnehmer*innen. Die Studierenden wissen um die Interpretation dieser Daten und deren Verwendung zur Optimierung der Marketingansätze insbesondere im Rahmen der Produkt-/Innovationsplanung, der Markenpolitik, der Preisgestaltung und der Kommunikationsstrategie von Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen grundlegende Methoden neurophysiologischer Datenerfassung wie Eye-Tracking, EEG, Herzfrequenzmessungen und Hautwiderstandsmessungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind selbstkritisch und fähig, eigene Möglichkeiten und Grenzen bei der Interpretierbarkeit neurophysiologischer Daten zu reflektieren und die Sinnhaftigkeit der Ableitung von Handlungsempfehlung zur Anpassung des Marketinginstrumentariums realistisch einzuschätzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können das Themengebiet des Neuromarketing in seiner Einbettung in Wissenschaftsdisziplinen wie Neurobiologie, Psychologie und allgemeiner Empirie interpretieren und aus neurophysiologische Daten Handlungsempfehlungen zur Ausgestaltung des Marketinginstrumentariums ableiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Neuromarketing	42	93

Grundverständnis der Neuroökonomie:
Neurobiologische und neurophysiologische Grundlagen-
Das Motiv und Emotionssystem-
Neuroökonomische Evaluierungsverfahren (Eye-Tracking, Bio-Feedback, EEG, MRT)-

Implikationen neuroökonomischer Erkenntnisse für die Marketinginstrumente:
Implikationen für das Produkt- und Innovationsmanagement-
Implikationen für die Markenpolitik-
Implikationen für die Preisgestaltung-
Implikationen für die Kommunikationsstrategie-
Implikationen für den Vertrieb und den Verkauf-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des operativen Marketings. Grundlagen des strategischen Marketings.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Ariely, D.; Berns, G.: Neuromarketing: the hope and hype of neuroimaging in business. In: Nature Reviews Neuroscience 11 2010, pp.284–292.
- Bielefeld, K.: Consumer Neuroscience -Neurowissenschaftliche Grundlagen für den Markenerfolg, Wiesbaden.
- Häusel, H.G.: Neuromarketing -Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf, München.
- Kenning, P.:Consumer Neuroscience: Ein transdisziplinäres Lehrbuch, Stuttgart.
- Lee, N.; Broderick, A.: What is 'neuromarketing'? A discussion and agenda for future research. In: International Journal of Psychophysiology Volume 63, Issue 2, February 2007, pp.199-204.
- Raab, G; Gernsheimer, O.; Schindler, M.: Neuromarketing - Grundlagen – Erkenntnisse –Anwendungen, Wiesbaden.
- Thomas, A.; Pop, N.: Ethics and Neuromarketing Implications for Market Research and Business Practice, New York.
- Zurawicki, L.: Neuromarketing – Exploring the Brain of the Consumer, New York.

Media, Communication and Data-driven Business (W3M10801)

Media, Communication and Data-driven Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10801	-	1	Prof. Dr. Petra Radke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Konzepte der Ökonomie der Medien und der Werbung sowie der Kommunikationstheorie auf medien- und kommunikationswirtschaftliche Fragestellungen eigenständig anwenden und kontextadäquat adaptieren. Sie verstehen die neuen technologischen Möglichkeiten des Datenzugriffs, der Datenspeicherung sowie der Auswertung personenbezogener Daten und können deren Beitrag zur wirtschaftlichen und inhaltlichen Gestaltung von Prozessen der redaktionellen und werblichen Kommunikation analysieren, verwerten und auch kritisch reflektieren

METHODENKOMPETENZ

Studierende sind in der Lage, im wirtschaftswissenschaftlichen Teil des Moduls, die Methoden der Industrieökonomik und der Neuen Institutionenökonomik mit ihren Bausteinen Transaktionskostenökonomik, Property-Rights-Theorie sowie Prinzipal-Agent-Theorie auf Entscheidungssituationen des eigenen Unternehmens anzuwenden. Im kommunikationswissenschaftlichen Teil überprüfen die Studierenden ausgewählte Theorien u.a. der Medienrezeption, der Forschung zu Kommunikationsportfolien und der Setzung sowie Diffusion von Inhalten (z.B. Agenda Setting, Multiplikatoren-basierte Kommunikation) und können diese im Hinblick auf deren Praxisrelevanz für Medien und Kommunikation evaluieren. In beiden theoretischen Teilen lernen die Studierenden die Implikationen kennen, die von der digitalen Transformation und der Daten-Revolution auf Medien und Kommunikation wirken und diese verändern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können sich auf andere Personen und Marktpartner wie z.B. Konsumenten, Agenturen, Werbungtreibende einstellen und sind in der Lage, mit Konflikten adäquat umzugehen. Sie können mit sensiblen Nutzerdaten vertrauensvoll umgehen, sie gegen Missbrauch sichern und sie im Rahmen dessen verantwortlich einsetzen, um Kommunikationsprozesse wirksam und wirtschaftlich zu gestalten. Sie sind zudem in der Lage, (1) die eigenen juristischen und informationstechnischen Grenzen einzuschätzen, (2) daraus die Notwendigkeit fachlicher Kooperation mit Spezialisten zu erkennen, sowie (3) entsprechende Maßnahmen zu ergreifen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden unter dem Paradigma der Digitalität und der Datengetriebenheit die Medien- und Kommunikationsbranche unter ökonomischen, publizistischen und politischen Gesichtspunkten analysieren und beurteilen. Darauf aufbauend können sie gesellschaftspolitisch verantwortungsvolle und ökonomisch vorteilhafte Handlungsempfehlungen für das eigene Unternehmen aussprechen, um die Chancen, die Informations- und Kommunikationstechnik gleichermaßen wie ein verändertes gesellschaftliches Medien- und Kommunikationsverhalten bieten, effektiv zu nutzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Media, Communication and Data-driven Business	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

ÖKONOMIE DER MEDIEN UND DER WERBUNG: PERSPEKTIVE MEDIENWIRTSCHAFT

- Vom traditionellen Medienmarkt zum Informationsgütermarkt
- Medienunternehmen als Akteure der Medienwirtschaft
- Konzepte der Medienökonomik (Mikroökonomik, Industrieökonomik, Neue Institutionenökonomik, Behavioral Economics)
- Marktversagen und Regulierung
- Anwendungen (z.B. Werbefinanzierte Medienmärkte unter Berücksichtigung datengetriebener Geschäftsmodelle)

ÖKONOMIE DER MEDIEN UND DER WERBUNG: PERSPEKTIVE WERBEWIRTSCHAFT

- Kommunikations- und Werbewirtschaft
- Agenturen als Intermediäre von organisationaler Kommunikation und Marketing
- Marktbeziehungen und Marktconvergenz aus Sicht der Werbeagenturen und Marketingabteilungen

ÖKONOMIE DER MEDIEN AUS SICHT DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

- Medien im Kontext von Kommunikationsaufgaben: Beschreibung und Veränderung
- Kommunikationstheorien und Bedeutung für Medien und Kommunikation

PERFORMANCE MESSUNG IN DER MEDIENÖKONOMIE

- Zielkategorien und Erfolgsbegriff
- Sachziele, Formalziele und deren Messung
- Anwendung: Benchmarking-Größe

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Kenntnisse der Mikroökonomik; Das Modul muss in der Regel von allen Media and Data-driven Business-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

LITERATUR

- Albarran, A./ Chan-Olmsted, S./ Wirth, M. (2006): Handbook of Media Management and Economics, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Alexander, A./ Owers, J./ Carveth, R. (2003): Media Economics, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Clement, R./ Schreiber, D./ Bossauer, P. (2019): Internetökonomie, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Dewenter, R./ Rösch, J. (2015): Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Erlei, M./ Leschke, M./ Sauerland, D. (2016): Neue Institutionenökonomik, 3. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Jäckel, M. (2008): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung, Wiesbaden: Springer VS.
- Mast, C. (2018): Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden, Tübingen: UVK Verlagsgesellschaft.
- Nöcker, R. (2014): Ökonomie der Werbung, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Picot, A./ Reichwald, R./ Wigand, R./ Möslein, K./ Neuburger, R./ Neyer, A.-K. (2020): Die grenzenlose Unternehmung - Information, Organisation & Führung, 6. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schumann, M./ Hess, T./ Hagenhoff, S. (2014): Grundfragen der Medienwirtschaft, 5. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Shapiro, C./ Varian, H. (1999): Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy, HBS: MA.
- Shy, O. (1996): Industrial Organization, Cambridge, MA.: The MIT Press.
- Zydorek, C. (2018): Grundlagen der Medienwirtschaft, Algorithmen und Medienmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler

Consumer Research and Psychology (W3M10802)

Consumer Research and Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10802	-	1	Prof. Dr. Ariana Finkel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Das Ziel des Moduls ist die Vertiefung des Fachwissens, die kritische Kompetenz und der Ausbau der praktischen Kompetenzen der Studierenden im Fach der Konsumentenpsychologie und der in diesem Kontext angewendeten Forschungsmethoden. Die Studierenden beschäftigen sich im Rahmen dieses Moduls mit den motivationalen, affektiven und kognitiven sowie sozialpsychologischen Prozessen beim Erleben, Entscheiden und Verhalten im Konsumkontext. Sie lernen die jeweils relevanten Theorien und Modelle aus den Bereichen der Sozialpsychologie, Markt- und Werbepsychologie sowie der kognitiven und affektiven Psychologie kennen, verstehen deren praktische Anwendungsmöglichkeiten und deren Bedeutung bei der Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Praxis. Die Studierenden lernen außerdem Methoden zur empirischen Erforschung des Erlebens und Verhaltens von Konsumenten und deren praktische Anwendung kennen. Sie kennen und verstehen die wichtigsten klassischen und innovativen Forschungsdesigns und verstehen den Nutzen apparativer Forschungsmethoden für das Feld der Konsumentenforschung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind sich nach Abschluss des Moduls der Möglichkeiten und Grenzen der qualitativen, quantitativen und apparativen Forschungsmethoden bewusst. Sie sind in der Lage eigene Forschungsprojekte durchzuführen und Forschungsergebnisse aus Studien zu interpretieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen den Einfluss von affektiven und kognitiven sowie von sozialpsychologischen Determinanten auf Entscheidungen und Verhalten von Konsumenten. In diesem Zusammenhang verstehen sie auch den Einfluss von Heuristiken und Biases und sind mit dem Phänomen der begrenzten Rationalität vertraut. Dieses Wissen können sie sowohl in ihren beruflichen als auch privaten Alltag integrieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ihre Kenntnisse über die psychologischen Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens im betriebswirtschaftlichen Kontext anzuwenden. So können sie mit ihrem Wissen z.B. dazu beitragen, ganzheitliche Lösungsvorschläge für praktische Marketingprobleme zu erarbeiten. Sie können zudem Studienergebnisse aus der akademischen und kommerziellen Konsumentenforschung interpretieren und evaluieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Consumer Research and Psychology	42	93

KONSUMENTENPSYCHOLOGIE

- Relevante Themen aus der Affektiven und Kognitiven Psychologie: Emotionstheorien – Affektmischung – Unterdrückung von Emotionen – Emotion und physiologische Reaktionen – Wahrnehmung – Aufmerksamkeit – Informationsaufnahme-, -verarbeitung und -speicherung – Aktivierung – Involvement – Emotion – Humor – Motivation – Einstellungen, – Kognitive Beurteilungsgrößen (z.B. Zufriedenheit, Einstellung) – Kognitive Erklärungsansätze (z.B. Elaboration-Likelihood-Model, Heuristic-Systematic-Model) – Urteilen und Entscheiden: Bounded Rationality – Normative vs. Deskriptive Entscheidungstheorien – Priming – Sich selbst erfüllende Prophezeiung – Heuristiken (z.B. Verfügbarkeits-heuristik, Repräsentativitätsheuristik) – Framing und Kontexteffekte – Nudging

- Relevante Themen aus der Sozialpsychologische: Selbstkonzept – Self-Esteem – Selbstdarstellung – Personen-wahrnehmung (z.B. Fundamentale Attributionsfehler, Dritte Person Effekt) – Reziprozität – Dissonanz – Reaktanz – Soziale Einflüsse auf Urteile und Verhalten – Gruppeneffekte – Attraktivität – Soziale Beziehungen – Aggression – Stereotype

- Relevante Themen aus der Wirtschafts- und Medienpsychologie: Economic Decision Making (z.B. Stock Market) – Soziale Einflüsse – Werbegestaltung – Produktgestaltung – Modelle und Messung der Werbewirkung – Marketingforschung und Psychologie – Psychologische Segmentierung – Differentielle Konsumentenpsychologie – Consumer Memory – Systematisierung der medialen Umwelt – Medienwahl und Mediennutzung, Einfluss von Medien auf den Konsumenten – Flow-Erleben – Social Media – Influencer

KONSUMENTENFORSCHUNG

- Grundlagen und Methoden der Konsumentenforschung: Messung von Einstellungen, Verhalten, und Entscheidungen – Modelle und Messung der Werbewirkung – Differentielle Konsumentenpsychologie – Psychologische Einflussfaktoren in der Konsumentenforschung (z.B. Antwortformate, Kontexteffekte)

- Erhebungsmethoden in der Konsumentenforschung: Explizite vs. implizite Verfahren (z.B. Survey, Fokusgruppen, Interviews, Think Aloud Methode, Experimente Tagebuchführung, Beobachtung, Netnographie, Implicit Association Test)

- Psychophysiologische und Neurowissenschaftliche Methoden der Konsumentenforschung (z.B. Eyetracking, Galvanic Skin Response, Elektroenzephalografie)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des Konsumentenverhaltens und der empirischen Forschung; Das Modul muss in der Regel von allen Media and Data-driven Business-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Batinic, B./ Appel, M. (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie, Berlin: Springer.
- Brosius, H.-B./ Haas, A./ Koschel, F. (2008): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, 8. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.
- Eckman, P. (2004): Emotions Revealed: Understanding Faces and Feelings, London: Hachette UK .
- Felser, G. (2015): Werbe- und Konsumentenpsychologie, 4. Aufl. Berlin und Heidelberg: Springer.
- Hoyer, W.D./ MacInnis, D./ Pieters R. (2012): Consumer Behavior, Boston: Cengage Learning.
- Jansson-Boyd, C./ Zawisza M. (Eds.) (2020): International Handbook of Consumer Psychology, New York: Routledge.
- Kahneman, D./ Slovic, P./ Tversky, A. (1982): Judgment under Uncertainty, Heuristics and Biases, Cambridge: Cambridge .University Press.
- Kardes, F./ Cronley, M./ Cline, T. (2014): Consumer Behavior, Boston: Cengage Learning.
- Kassin, S./ Fein, S./ Markus, H. R. (2020): Social Psychology, 11. Aufl. Boston: Massachusetts: Cengage Learning.
- Krämer, N./ Schwan, S./ Unz, D./ Suckfüll, M. (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie, Stuttgart: Kohlhammer.
- Kroeber-Riel, W./ Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, 11. Aufl. München: Vahlen.
- Ranyard, R. (2017): Economic Psychology, Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Vogel.T./ Wänke, M. (2016): Attitudes and Attitude Change, Hove (UK): Psychology Press.
- Wänke, M.: Frontiers in Social Psychology (2016): The Social Psychology of Consumer Behavior, New York/London: Psychology Press.

Strategy and Business Modelling (W3M10803)

Strategy and Business Modelling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10803	-	1	Prof. Dr. Petra Radke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können Modelle des strategischen Managements sowie verschiedene Konzepte zur Gestaltung des strategischen Prozesses auf reale Entscheidungssituationen von Unternehmen anwenden und kritisch hinterfragen. Nach Abschluss des Moduls verstehen sie die Auswirkung von Disruptionen auf die Geschäftsmodelle und sind in der Lage, Erlös- und Preismodelle – als Teile des Geschäftsmodells – anzupassen oder neu auszurichten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden nutzen Methoden der Industrieökonomik, der Neuen Institutionenökonomik sowie des Behavioral Economics, um komplexe Entscheidungsprobleme des Managements - wie Technologiewahl, Produktwahl, Preissetzung – in dynamischen, interdependenten Märkten zu analysieren, zu bewerten und deren Anwendbarkeit in der Praxis kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können wirtschaftliche und gesellschaftliche Verantwortung für das Handeln in verschiedenen strategischen Entscheidungssituationen übernehmen und sind in der Lage, sachangemessen zu argumentieren und wertschätzend Kritik an Ergebnissen zu äußern und anzunehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Strategiemoduls können Studierende in komplexen Problemstellungen traditionelle Denkmuster zugunsten neuer Innovationsmodelle aufgeben. Sie verstehen die Bedeutung des strategischen Managements für die Sicherung der Überlebens- und Entwicklungsfähigkeit von Unternehmen in einem dynamischen Umfeld und können sich diesem mit geeigneten Digitalstrategien anpassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategy and Business Modelling	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

KONVERGIERENDE MÄRKTE

- Technologische Konvergenz
- Konvergenz der Wertschöpfungskette
- Nachfrageseitige Konvergenz

KONZEPTE UND METHODEN STRATEGISCHER ENTSCHEIDUNGEN IN DYNAMISCHEN BRANCHEN

- Wettbewerbsverhalten (Preis- und Mengenwettbewerb)
- Co-opetition nach Nalebuff Brandenburger
- Plattformstrategien

BUSINESS MODELLING

- Erlös- und Preismodelle
- Businessplan-Erstellung

BUSINESS CASES MIT PRAXISVERTRETERN AUSGEWÄHLTER BRANCHEN

Bei den praxisaktuellen Problemstellungen des strategischen Managements werden z.B. branchenübergreifende sowie inter- und extramedäre Themengebiete analysiert, bewertet und Handlungsempfehlungen abgeleitet.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Kenntnisse zur Unternehmensführung und zu Geschäftsmodellen

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Belleflamme, P./ Peitz, M.: Industrial Organization, Markets and Strategies: Cambridge: University Press.

Buxmann P. / Schmidt H. Hrsg., Künstliche Intelligenz - Mit Algorithmen zum wirtschaftlichen Erfolg, Springer: Wiesbaden.

Cabral, L.: Introduction to Industrial Organization, Cambridge, MA: MIT Press.

Dixit, A.K./ Nalebuff, B.J.: Thinking Strategically, New York: Norton and Company.

Gläser, M.: Medienmanagement, München: Vahlen.

Nalebuff, B.J./ Brandenburger, A.M.: Co-opetition, London, Profile Books Ltd.

Shy, O.: Industrial Organisation, Cambridge: Mit Press.

Schmidt, K. M./ Spann, M./ Zeithammer, R. (2015). Pay What You Want as a Marketing Strategy in Monopolistic and Competitive Markets. Management Science, 61 (6), 1217-1236.

Simon, H./ Fassnacht, M.: Preismanagement, Wiesbaden: Springer Gabler.

Thomas, C./ Maurice, S.: Managerial Economics, McGrawHill.s: New York:

Welge, M.K./ Al-Laham, A.: Strategisches Management, Wiesbaden: Springer Gabler.

Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler.

Design Thinking (W3M10804)

Design Thinking

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10804	-	1	Prof. Dr. Markus Rathgeb	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	45	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein vertieftes und spezifisches Verständnis der Bedeutung des Design Thinking für soziologische, ökonomische und kulturelle Prozesse in der Gesellschaft, und den damit verbundenen Methodendiskurs in heterogenen Teams. Sie sind sensibilisiert für die Beobachtung gesellschaftlicher Phänomene und Bedürfnisse, und können diese auf der Grundlage verschiedener Modelle aus der Theorie und Methodik des Designs und der Urbanistik durch anwendungsorientierte Fragestellungen analysieren und verstehen. Die Studierenden können spezifische Denkweisen im Sinne innovativer, unerwarteter und non-standardisierter Potentiale kritisch auf deren Anwendbarkeit in der Praxis reflektieren und prüfen, um daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, durch kreativitäts- und innovationsorientierte, sowie demokratisch-partizipative Methoden die Entwicklung und Steuerung von Wandlungsprozessen in gesellschaftlicher Kontextualisierung nachhaltig zu gestalten. Dabei sind sie Expert*innen im Umgang mit unerwarteten Diskrepanzen, Devianzen und Unverfügbarkeiten. Darüber hinaus erlangen sie die Fähigkeit, die unterschiedlichen Erfahrungen in Erkenntniszusammenhängen lösungsorientiert weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Bei den Studierenden entsteht im Bewusstsein der Potentiale und Bedürfnisse heterogener Entwicklungsteams eine Wertschätzung für interdisziplinäre Diskurse. Diese multidisziplinäre Vorgehensweise dient in der Folge einem Verantwortungsbewusstsein für nachhaltiges Handeln das auf Ökologie und Ethikbilanzierung beruht.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Ausgehend vom designtheoretischen Ansatz des ubiquitären und doch „unsichtbaren“ Designs, erkennen die Studierenden Gestaltungsmöglichkeiten zwischenmenschlicher Systeme als Grundlage gesellschaftlichen Handelns. Sie verstehen und sind vertraut mit der Bedeutung innovativen Prozessmanagements basierend z.B. auf Interdisziplinarität, Ergebnisoffenheit und Serendipität. Sie erkennen aktuelle Wirkungsfelder und können diese unter Einbezug (konsum-) soziologischer, medial-kommunikativer und gestalterischer Aspekte kontextualisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Design Thinking	42	93

STRATEGIEN UND METHODEN VON INNOVATIONSPROZESSEN (STRATEGIC INNOVATION MANAGEMENT)

Problembewusstsein: Vor allem westliche Märkte sind gesättigt. Marketingstrategien, die allein Risiken vermeiden und kurzfristige Gewinnchancen maximieren, scheinen zunehmend ungeeignet, nachhaltige Innovationen zu fördern. Definitionsmodelle: Design Thinking ist konzipiert als eine besondere Form des kreativitäts- und innovationsorientierten Projektmanagements bei der humane bzw. gesellschaftliche Bedürfnisse als Grundlage der Ökonomie im Fokus stehen. Interdisziplinäre Ansätze und deren Anwendung führen zu einem Vergleich von traditionellen gegenüber neuen Arbeits- und Denkstrategien, wie etwa einer demokratisch-partizipativen Führungs- und Projektkultur.

Methodische Elemente und Konzepte: Gestaltung von Innovationsprozessen durch Methoden des „Handelns“ in ausgewählten gesellschaftlichen Bereichen, u.a. Field Research mit Fragengenerierung, Situationsanalyse und Erarbeitung von Problemverständnis.

Kreativitätstheoretische Ansätze: Entwicklung von Modelllösungen; Prototyping. Instrumente bzw. methodische Aspekte des Design Thinkings: z.B. Beobachtungsprotokolle, Prototyping, (Re)Briefing, iteratives Vorgehen, laterales Denken, Verifizierungsstrategien, Projektevaluierungs- und Bilanzierungstechniken.

FIELD RESEARCH: Berlin-Exkursion mit Field Research in definierten Gebieten und deren besonderen sozialen, ökonomischen, ökologischen und politischen Aspekten, zu untersuchende Modelle sind etwa: Aktives Stadtzentrum Müllerstraße (<http://www.muellerstrasse-aktiv.de/foerdergebiet/>), Ex-Rotaprint (<http://www.exrotaprint.de/>), Urban Gardening (<http://himmelbeet.com/> und <http://prinzessinnengarten.net/>), Co-Working-Spaces (www.betahaus.com), Supermarkt oh-ne Verpackung (<http://original-unverpackt.de/>), Concept Mall Bikini Berlin (<https://www.bikiniberlin.de/>), alternativer Tourismus (<http://www.qbehoteles.com/>), alternative Ökonomie (<http://www.umsonstladen.de/>). Input Vorträge vor Ort mit Experten aus Wissenschaft, Urbanistik und Unternehmenspraxis.

Input Handlungsmodelle: Tätigkeitsmodelle und Handlungsoptionen sowie deren methodische Charakteristiken und praktische Konsequenzen. Input Kontextualisierung: Vermittlung von Modellen zur Designökologie und einer damit verbundenen Konkretisierung der Beziehungen zwischen Autor, Tätigkeitsumfeld und Ergebnis.

Praxisaktuelle Anwendung von Design Thinking als kreativitäts- und innovationsorientiertem Projektmanagement. Erarbeitung und Kritik reflektierter Konzepte und Methoden an selbst entwickelten Case Studies. Erarbeitete modellhafte Lösungsstrategien werden präsentiert und in der Gruppe kritisch reflektiert.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Ahrendt, H.: Vita Activa, Piper Verlag: München
- Aicher, O.: Die Welt als Entwurf, Ernst&SohnArch+ Zeitschrift für Architektur und Städtebau, Aachen/Berlin, on-going.
- Birnbacher, D. (Hrsg.): Ökophilosophie, Reclam: Ditzingen.
- Bloch, E.: Das Prinzip der Hoffnung. Suhrkamp Verlag
- Borries, F.: Weltentwerfen – Eine politische Designtheorie, Suhrkamp
- Breuer, G. und Eisele, P.: Design – Texte zu Geschichte und Theorie; Reclam, 2018
- Brown, T.: Change by Design, Harper Collins: New York.
- Camuffo, G./ Dalla Mura M./ Mattozzi, A. (Hrsg.): About Learning and Design, Bozen University Press, Bozen.
- Edelmann, K./ Terstiege, G. (Hrsg.): Gestaltung denken, Birkhäuser, Basel
- Erbeldinger, J./ Ramge, T.: Durch die Decke denken. Design Thinking in der Praxis, Redline Verlag: München
- Häußling, R.: Zum Design(begriff) der Netzwerkgesellschaft. Design als zentrales Element der Identitätsformation in Netzwerken“, in: Fuhse, J./ Mützel, S. (Hrsg.) (2010): Relationale Soziologie. Zur kulturellen Wende der Netzwerk-forschung, Heidelberg, S. 137-162
- Lund, C./ Lund, H. (Hrsg.): Design der Zukunft, avedition: Stuttgart
- Meinl, C.: Design Thinking. Ein Innovationsansatz in der globalen Lern- und Arbeitswelt, in: www.kulturmanagement.net, Nr. 91, Juli 2014, S. 27-31
- Nida-Rümelin, J./ Steinbrenner, J. (Hrsg.): Ästhetische Werte und Design, Hatje Canz Verlag: Ostfildern.
- Papanek, V.: Design for the Real World, Thames&Hudson
- Rathgeb, M. (2004): Otl Aicher, PhaidonSocial Design: Geschichte, Praxis, Perspektiven, Tagungsbeiträge der Gesellschaft für Designgeschichte, Hamburg 2014, online: <http://www.gfdg.org/tagung/beitraege/>
- Rathgeb, M. (2014): „Design als Methode des Handelns“ in CmndE, DHBW Ravensburg
- Rosa, H.: Resonanz; Suhrkamp, 2019
- Rosa, H.: Unverfügbarkeit; Residenz, 2019
- Schweppenhäuser, G.: Designtheorie – Essentials; Springer, 2016
- Ueberrnickel, F. et al.: Design Thinking. Das Handbuch, Frankfurter Allgemeine Buch: Frankfurt a.M.

User Centered Design (W3M10805)

User Centered Design

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10805	-	1	Prof. Dr. Thomas Wirth	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich analysierend und bewertend mit den Konzepten aus dem Fachgebiet des User Centered Design auseinander. Sie durchdringen die relevanten theoretischen Grundlagen aus den Bereichen Human-Computer-Interaction und allgemeine Psychologie und können die entsprechenden Tools, Techniken und Werkzeuge anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Studierende können die Methoden aus den Bereichen User Centered Design (z.B. Personas, Value Proposition Canvas, Card Sorting, Usability Testing...) selbstständig auf neue Anwendungsprobleme übertragen und beurteilen. Sie sind in der Lage, eine adäquate Methode auszuwählen, diese anzuwenden und eine geeignete Dokumentation zu erstellen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich im Team mit der Tragweite des User Centered Design Paradigmas in der Produkt- und Ideenentwicklung reflexiv auseinander. Sie können die potenziellen Folgen einer fehlenden Berücksichtigung der Nutzersicht in einem Projekt abschätzen und die Verfahren kritisch und verantwortungsvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die Möglichkeiten als auch die Restriktionen des User Centered Design Paradigmas und können Rückschlüsse auf potenzielle Anwendungen im Unternehmen bzw. in Projekten ziehen. Sie können sich in interdisziplinären Teams und agilen Projekte positionieren und wissenschaftlich, quellen- und faktenorientiert diskutieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
User Centered Design	42	93

REQUIREMENT ANALYSIS

- Übersicht und Grundlagen Requirements Engineering
- Needfinding und Value Proposition Canvas
- Zielgruppen und ihre Beschreibung (Nutzertypologien, Persona-Entwicklung)
- User Story und Product Backlog Entwicklung
- User Story Mapping
- UCD im Projektzusammenhang (vom Wasserfall-Modell zum iterativen und agilen Vorgehen)
- Anforderungsdokumente aus UCD-Sicht
- Special Topics (z.B. Prototyping, Anforderungen für agile Projekte)

USABILITY EVALUATION

- Hintergründe aus der allgemeinen Psychologie: Motivation, Handeln und Entscheiden
- Gesetzliche Grundlagen (z.B. Bildschirmarbeitsschutzgesetz, Barrierefreie Informationstechnikverordnung)
- Guidelines und Standards (z.B. ISO 9241)
- Gängige Fragebogenverfahren und ihre Anwendung (SUS, SUMI, WAMMI, UEQ)
- Usability Inspection Methoden: z.B. Heuristische Evaluation, Cognitive Walkthrough
- Grundlagen des Usability Testings: Labor und Remote Verfahren
- User Experience Optimierung in Live-Systemen: Conversion-Tracking und A/B-Testing
- Spezielle Methoden (z.B. Card Sorting, Eye-Tracking) Special Topics, z.B. Mobile Usability, Usability für spezielle Zielgruppen, Culturability ...)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Albert, B./ Tullis, T.: Measuring the User Experience (Interactive Technologies), Amsterdam: Elsevier.
- Cooper, A. / Reimann, R./ Cronin, D.: About Face: Interface and Interaction Design, Heidelberg: Mitp-Verlag.
- Department of Health and Human Services Research based webdesign & usability guidelines, <http://guidelines.usability.gov/>
- Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 210: Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher interaktiver Systeme (ISO 9241-210:2010); Deutsche Fassung EN ISO 9241-210:2010.U.S.
- Garrett, J. J. Elements of user experience, the: user-centered design for the web and beyond. Pearson Education.
- Hackos, J.T./ Redish, J.C.: User and Task Analysis für Interface Design. John Wiley and Sons: Cichester.
- Kalenborn, A.: Angebotserstellung und Planung von Internet-Projekten, Wiesbaden: Springer-Vieweg.
- Krug, S.: Don't Make Me Think!: Web Usability – Das intuitive Web, Frechen: mitp-Verlag.
- Nielsen, J./ Budi, R.: Mobile Usability für iPhone, iPad, Android, Kindle, Frechen: mitp-Verlag.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. Value proposition design. Campus Verlag.
- Pohl, K., & Rupp, C. Basiswissen Requirements Engineering: Aus- und Weiterbildung nach IREB-Standard zum Certified Professional for Requirements Engineering Foundation Level. dpunkt. verlag.
- Richter, M./ Flückinger, M.D.: Usability Engineering kompakt, Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum.
- Rubin, J./ Chisnell, D.: Handbook of Usability Testing, Indianapolis: John Wiley and Sons.
- Sarodnick, F./ Brau, H.: Methoden der Usability Evaluation, Bern: hogrefe Verlag.
- Wintersteiger, A.: Scrum Schnelleinstieg, Frankfurt a.M.: entwickler.press.

Campaign Management and Media Planning (W3M10806)

Campaign Management and Media Planning

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10806	-	1	Prof. Dr. Michael Froböse	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Erkenntnisse der verhaltenswissenschaftlichen Konsumentenforschung für ihren Einsatz im Marketing bewerten und können deren Anwendungsmöglichkeiten im Rahmen konkreter Marketingentscheidungen aufzeigen. Dabei sind sie in der Lage, theoretische Modelle zu Medienwirkungen unterschiedlicher Mediengattungen und –kanäle zu bewerten und zu einer in der Praxis umsetzungsfähigen Kampagne zu synthetisieren. Die Studierenden kennen Prozesse und Modelle des Kampagnenmanagements und können sie nutzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Entscheidungen und Bewertungen im Rahmen des Kampagnenmanagements und der Mediaplanung methodengestützt zu begleiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die sozialen und ethischen Dimensionen der Verhaltensbeeinflussung durch marketingbezogene (insbesondere kommunikative) Maßnahmen. Sie sind in der Lage, eigenes und fremdes kommunikatives Handeln sowie Mediapläne und Forschungsergebnisse kritisch zu reflektieren und zu bewerten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Besonderheiten des Kampagnenmanagements und der Mediaplanung und können diese für die Konzeption zukünftiger Marketingstrategien und Mediaentscheidungen im Kontext von Unternehmensstrategien nutzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Campaign Management and Media Planning	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

CAMPAIGN MANAGEMENT

- Ziele und Zielgruppen im Kampagnenmanagement
- Strategische Aspekte des Kampagnenmanagements
- Instrumente im Kampagnenmanagement
- Prozesse im Kampagnenmanagement
- Informationstechnische Grundlagen des Kampagnenmanagements
- Konzeptionelle und methodische Aspekte der Kampagnensteuerung
- Case Study: Praktische Anwendung im Kampagnenmanagement

MEDIA PLANNING

- Ziele der Mediaplanung
- Zielgruppen als Rahmenfaktor der Mediaplanung: Abgrenzung Marketing- und Media-Zielgruppe,
- Informationsgrundlagen/Datenquellen für die Mediaplanung
- Entscheidungsfelder und –kriterien
- Besonderheiten und Abrechnungsmodelle der Online-Mediaplanung
- Auswahl von Digital Influencern i.R. der Social Media-Kommunikation

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

CAMPAIGN MANAGEMENT

- Bruhn, M./Homburg, Ch. (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, Wiesbaden: Springer
Holland, H. (Hrsg.): Digitales Dialogmarketing, Wiesbaden: Springer
Lindenbeck, B.: Steuerung von Dialogmarketingkampagnen, Wiesbaden: Springer
Pietzcker, D.: Kampagnen führen: Potenziale professioneller Kommunikation im digitalen Zeitalter, Wiesbaden: Springer
Rühl, D.: Koordination im Kampagnenmanagement, Hamburg: Kovac.
Aktuelle relevante Artikel aus Fachjournals, insbesondere aus: Journal of Interactive Marketing, Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of Marketing Communications, Marketing Science.

MEDIA PLANNING

- Barth, B. u.a. (Hrsg.): Praxis der Sinus-Milieus®, Wiesbaden: Springer VS.
Bruhn, M./Esch, F.-R./Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Instrumente der Kommunikation, Wiesbaden: Springer Gabler.
Bruhn, M./Esch, F.-R./Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Strategische Kommunikation, Wiesbaden: Springer Gabler.
Freter, H.: Markt- und Kundensegmentierung, Stuttgart: Kohlhammer.
Häusel, H.-G./Henzler, H.: Buyer Personas, Freiburg: Haufe.
Halfmann, M. (Hrsg.): Zielgruppen im Konsumentenmarketing, Wiesbaden: Springer Gabler.
Katz, H.: The Media Handbook, New York/London: Routledge.
Kreutzer, R.T.: Praxisorientiertes Online-Marketing, Wiesbaden: Springer Gabler.
Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing, Wiesbaden: Springer Gabler.
Schnettler, J./Wendt, G.: Werbung und Kommunikation planen: Konzeption, Media und Kreation, Berlin: Cornelsen.
Tropp, J.: Moderne Marketing-Kommunikation, Wiesbaden: Springer VS.
Unger, F./Fuchs, W./Michel, B.: Mediaplanung, Berlin/Heidelberg: Springer.

Analytics for Data-driven business (W3M10807)

Analytics for Data-driven business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10807	-	1	Prof. Dr. Gerhard Hellstern	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Möglichkeiten und Grenzen von analytischen Datenauswertungsmethoden (Machine Learning, KI) einschätzen. Im Vordergrund stehen dabei Anwendungsprobleme, die sich in Branchen mit datengetriebenen Geschäftsmodellen (z.B. Medien, Handel, Finanzbereich) ergeben, sowie Lösungsmöglichkeiten durch Verfahren der künstlichen Intelligenz. Neben den relevanten Grundlagen aus den Bereichen Data Science und Machine Learning wird den Studierenden der Gebrauch entsprechender Softwaretools (Jupyter Notebooks und Python) vermittelt.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die Methoden aus den Bereichen künstliche Intelligenz und maschinellen Lernens selbständig auf neue Fallgestaltungen und Anwendungsprobleme anwenden. Dies beinhaltet sowohl die Auswahl einer adäquaten Analyse- oder Prognose-Methodik als auch die Implikationen für die IT-technische Umsetzung

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Use-Cases aus unterschiedlichen Branchen sind sich die Studierenden der Tragweite und Grenze von Analysemethoden in datengetriebenen Geschäftsmodellen bewusst. Dies erlaubt ihnen die Abschätzung potenzieller Folgen die sich ergeben können, wenn Themen wie „Black Box Algorithmen“ oder „Fairness in AI“ nicht ausreichend berücksichtigt sind. Sie sind in der Lage, die Verfahren verantwortungsvoll und kritisch-reflektierend einzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen sowohl die Möglichkeiten als auch die Restriktionen der modellbasierten Datenanalyse und können Rückschlüsse auf potenzielle Anwendungen im Unternehmen sowie deren Geschäftsmodell ziehen. Sie sind in der Lage, die Weiterentwicklung von datengetriebenen Geschäftsmodellen zu begleiten und mit neuen Impulsen zu versehen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Analytics for Data-driven business	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN DATENGETRIEBENER GESCHÄFTSMODELLE

- Grundlagen, Entwicklung und Abgrenzung
- Beispiele aus unterschiedlichen Branchen

INFORMATIONSTECHNISCHE GRUNDLAGEN

- Nutzbare Datenquellen und -strukturen (z.B. SQL und NoSQL-Datenbanken)
- Informationssysteme und Infrastrukturen für die Analyse und Modellbildung von Daten (Jupyter Notebooks, KNIME, Container-Technologie)

VERFAHREN DES UNSUPERVISED LEARNINGS

- Cluster-Analysen
- Anomaly Detection
- Autoencoder
- Expectation-Maximation Algorithmen

VERFAHREN DES SUPERVISED AND DEEP LEARNINGS

- Klassische Regressions- und Klassifikationsverfahren
- Entscheidungsbäume, Random Forest und Gradient Boosting
- Zeitreihenanalysen
- Bild-, Sprach- und Videoerkennung

DEVELOPMENT VON DATA-ANALYTICS-METHODEN

- Web-Anwendungen
- Mobile Applikationen auf Basis Android bzw. IOS

EINSATZ VON DATA ANALYTICS VERFAHREN IN BUSINESS PROZESSEN

- Use Cases an der Kundenschnittstelle
- Use Cases bei der Leistungserstellung
- Use Cases bei der Leistungsübermittlung

Die Beispiele und Hands-On Übungen werden vorwiegend mit Jupyter Notebooks und Python umgesetzt.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen über IT-Systeme und -Infrastrukturen sowie der Datenanalyse wie sie bspw. in den Veranstaltungen „Information systems for Data-driven business“ und „Applied Data Analysis & Visualization“ vermittelt werden.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Albon C., Machine Learning Kochbuch - Praktische Lösungen mit Python: Von der Vorverarbeitung der Daten bis zum - Deep Learning, Sebastopol: O'Reilly
- Burkov A., Machine Learning Kompakt, Frechen: mitp.
- Buxmann P. / Schmidt H. Hrsg., Künstliche Intelligenz - Mit Algorithmen zum wirtschaftlichen Erfolg, Wiesbaden: Springer.
- Geron A., Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn and Tensorflow, Sebastopol: O'Reilly.
- Gentsch P., Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service - Mit AI und Bots zu einem Algorithmic Business – Konzepte und Best Practices, Wiesbaden: Springer.
- Haroon D., Python Machine Learning Case Studies - Five Case Studies for the Data Scientist, New York: Apress.
- Oswald G./ Krcmar H., Hrsg., Digitale Transformation - Fallbeispiele und Branchenanalysen, Wiesbaden: Springer.

Management and Corporate Communication (W3M10808)

Management and Corporate Communication

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10808	-	1	Prof. Dr. Tobias Krohn	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Unternehmenskommunikation im Lichte integrierten Managements für unterschiedliche Situationen zu evaluieren und dafür Instrumente zu analysieren und deren Anwendung zu initialisieren. Sie kennen die in den Prozessen beteiligten Stakeholder und können deren Interessen und Anforderungen einordnen und kritisch reflektieren. Ferner können die Studierenden praxisrelevante konkrete Instrumente der Unternehmenskommunikation gestalten und auf Basis ergänzenden Fachwissens (z.B. Finanzkennzahlen, was macht eine Krise aus etc.) anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können praktische Problemstellungen der Anwendung von Instrumenten integrierter Unternehmenskommunikation aufgrund theoretischer Erkenntnisse systematisch durchdringen, adäquate Kommunikationskonzepte entwickeln und diese crossmedial umsetzen. Sie verstehen Ziele, Methoden sowie komplexe Wirkungszusammenhänge, um adäquate Strategien, Instrumente und Maßnahmen für ausgewählte Aufgabenstellungen der integrierten Unternehmenskommunikation zu konzipieren sowie deren Effizienz und Effektivität zu beurteilen, wissend um die Grenzen vorhersagbarer Wirkungen von Kommunikation.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen sind in der Lage, theoretische Ansätze, Instrumente und Methoden unterschiedlicher Elemente der integrierten Unternehmenskommunikation in Bezug auf gesellschaftliche, kulturelle, ökologische und ökonomische Anforderungen und Entwicklungen kritisch zu reflektieren. Dies befähigt sie, die kurz- und langfristigen Wirkungen kommunikativen Handelns generell und im Besonderen von sich selbst unter Berücksichtigung ethischer Gesichtspunkte in einem gesamtgesellschaftlichen Kontext abschätzen zu können

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Durch die Schärfung des analytisch-kritischen Denkens und der praktischen Problemlösungskompetenz verfügen die Teilnehmer*innen über berufsbefähigende Qualifikationen für strategische und operative Aufgabenstellungen im Bereich der Unternehmenskommunikation.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management and Corporate Communication	42	93

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

- Interdisziplinäre Betrachtung der UK: z.B. vom Funktionalen zum Organisationalen, vom Marketing zum Management, vom Betriebswirtschaftlichen zum Legitimationstheoretischen
- Management der Stakeholder

BESONDERE FORMEN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION: FINANZKOMMUNIKATION

- Ziele, Aufgaben und Funktionsbereiche der Finanzkommunikation
- Grundsätze und Prinzipien der Finanzkommunikation, z.B. gesetzliche Vorschriften der Finanzkommunikation über HGB und IFRS
- Finanzkommunikation im Spannungsfeld unterschiedlicher Stakeholder als Investor Relations (IR), z.B. die Rolle der Analysten, unterschiedliche Rollen der EK- und FK-Geber
- Kanäle und Instrumente der Finanzkommunikation

BESONDERE FORMEN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION: KRISENKOMMUNIKATION:

- Typologie von Unternehmenskrisen
- Ziele, Aufgaben und Strategien der Krisenkommunikation
- Theoretische Erklärungsansätze sowie kommunikationsbezogene Wirkungsmechanismen,
- ausgewählte Instrumente der Krisenkommunikation und Schnittstellen
- erfolgskritische Faktoren der angewandten Krisenkommunikation

BESONDERE FORMEN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION: CSR- UND**NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION:**

- Entstehung und Bedeutung der strategischen Umorientierung von Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit und Einfluss von Nachhaltigkeitsfragen auf die Unternehmensführung
- Ziele, Aufgaben und Funktionsbereiche des CSR- und Nachhaltigkeitsmanagements und der CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation
- theoretische Erklärungsansätze sowie kommunikationsbezogene Wirkungsmechanismen
- Instrumente der Nachhaltigkeitskommunikation und Schnittstellen
- Corporate Citizenship als alternative Form des CSR-Engagements

BESONDERE FORMEN DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION: ARBEITGEBERKOMMUNIKATION:

- Ziele, Aufgaben und Funktionsbereiche der Arbeitgeberkommunikation, z.B. von der Arbeitgeberkommunikation zu Employer Relations
- Arbeitgeberkommunikation im Spannungsfeld zwischen Marketing, Corporate Communications und Human Resources
- instrumentelle Zielgruppenorientierung zum Stakeholdermanagement
- Kanäle und Instrumente zukunftsfähiger Arbeitgeberkommunikation

Die Schwerpunktsetzung der besonderen Formen der Unternehmenskommunikation kann nach aktuellen Entwicklungen angepasst werden

BESONDERHEITEN

Die Portfolio-Prüfung bietet die Möglichkeit, auch praktische Aufgabenstellungen in Form einer schriftlichen Arbeit und/oder einer mündlichen Präsentation zu bearbeiten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Brugger, F.: Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation. Bedeutung, Charakteristika und Herausforderungen, Wiesbaden: Gabler.
- Bruton, J.: Corporate Social Responsibility und wirtschaftliches Handeln: Konzepte – Maßnahmen – Kommunikation, Berlin: Springer.
- Coombs, T.: Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding, London: Sage.
- Doorley, J./ Garcia, H.F.: Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, New York: Routledge.
- Fröhlich, R./ Szyszka, P./ Bentele, G.: Handbuch der Public Relations, Wiesbaden: Springer.
- Gaddam S. (2008): Modeling Employer Branding Communication. The Softer Aspect of HR Marketing Management. ICFAI Journal of Soft Skills, 2, 45-55
- Mast, C./ Simiton, A.: Employer Relations. Arbeitgeberkommunikation – neues Handlungsfeld für Unternehmen, Wiesbaden. Springer.
- Meffert, H./ Kenning, P./ Kirchgeorg, M.: Sustainable Marketing Management. Grundlagen und Cases, Berlin: Springer.
- Puttenat, D.: Praxishandbuch Krisenkommunikation. Von Ackermann bis Zumwinkel: PR-Störfälle und ihre Lektionen, Wiesbaden: Gabler.
- Kammerzelt, H./ Krumpel, B.: Spezialgebiete der Public Relations, Baden-Baden: Nomos.
- Kirchhoff, K.R./ Piwinger, M.: Praxishandbuch Investor Relations, Wiesbaden: Gabler.
- Kuhnle, H./ Banzhaf, J.: Finanzkommunikation unter IFRS, München: Vahlen.
- Laskin, A.V.: The Handbook of Financial Communication and Investor Relations, Hoboken: Wiley Blackwell.
- Schneider, A./ Schmidpeter, R.: Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin: Springer.
- Stehle, H.: Unternehmenskommunikation in Geschäftsbeziehungen: Business-to-Business-Kommunikation als Teil der funktionalen PR-Forschung, Wiesbaden: Springer.
- Steinke, L.: Kommunizieren in der Krise. Nachhaltige PR-Werkzeuge für schwierige Zeiten, Wiesbaden: Springer.
- Stoffels, H./ Bernskötter, P.: Die Goliath-Falle. Die neuen Spielregeln für die Krisenkommunikation im Social Web, Wiesbaden: Springer.
- Röttger, U./ Kobusch, J./ Preusse, J.: Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung, Wiesbaden: Springer.
- Thießen, A. (Hrsg.): Handbuch Krisenmanagement, Wiesbaden: Springer.
- Vetsch, C.: Internationale Krisen-Public Relations. Analysen zur Theorie und Unternehmenspraxis im transkulturellen Kontext, Wiesbaden: Springer.
- Wagner, R./ Lahme, G./ Breitbarth, T.: CSR und Social Media. Unternehmerische Verantwortung in sozialen Medien wirkungsvoll vermitteln, Berlin: Springer.

Applied UX-Methods (W3M10810)

Applied UX-Methods

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10810	-	1	Prof. Dr. Stephan Daurer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Bedeutung und Möglichkeiten der UX zur nutzerzentrierten Gestaltung digitaler Produkte und Services. Sie können diese Möglichkeiten reflektiert bewerten und konzeptionell einsetzen. Sie können Anforderungen an User Experience erläutern und deren Umsetzung in UX-Projekten anhand etablierter Prozesse gestalten und umsetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage UX Methoden zu differenzieren. Sie können aus den unterschiedlichen Methoden für ein gegebenes Praxisproblem geeignete Methoden auswählen und diese im Rahmen eines Praxisprojekts anwenden. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse dieser Prozesse zu beurteilen, indem sie geeignete Verfahren (zum Beispiel Usability-Tests im Labor oder als Remote-Test) auswählen und eigenständig durchführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen die sozialen und ethischen Dimensionen der UX Methoden und können diese kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, Aufgaben für ein UX Projekt zu identifizieren, diese Aufgaben aufzuteilen und das Projekt im Team umzusetzen. Sie können die Anforderungen und Auswirkungen auf unterschiedliche Rollen im UX-Prozess einschätzen und dies in der Teamarbeit umsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können auch UX-Methoden in einem praktischen Case anwenden und eine methodenbasierte strukturierte Lösung im Team erarbeiten. Diese können sie auf vergleichbare Situationen übertragen und kritisch reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Applied UX-Methods	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

GRUNDLAGEN DES USER EXPERIENCE

- Definition und Begriffsabgrenzung zu verwandten Begriffen
- Erfolgsfaktoren und Reifegrad von User Experience
- Wirtschaftliche Bedeutung der User Experience

USER EXPERIENCE PROZESS

- Nutzerforschung im User Experience Prozess (Verstehen, Explorieren, Entwerfen, Testen)
- User Experience Methoden und Tools

ROLLEN UND DIMENSIONEN DER USER EXPERIENCE

- Produkt und Service
- Nutzer
- Unternehmen

GRUNDLAGEN NUTZERZENTRIERTER GESTALTUNG

- Anforderung an die Informationsdarstellung – ISO 9241-12
- Grundsätze der Dialoggestaltung – ISO 9241-110
- Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit – ISO 9241-11

ANGEWANDTE USER EXPERIENCE METHODEN

- Problemdefinitionsphase: Briefing User Experience Case
- Analysephase: User Experience Case Research
- Umsetzungsphase: Moderierte Teamarbeit zum User Experience Case: Vom Problem zur Lösung
- Ergebnispräsentationsphase: Vorstellung der Lösung des Cases durch Teams

AKTUELLE TRENDS IN DER USER EXPERIENCE FORSCHUNG

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Albert, B./ Tullis, T.: Measuring the User Experience, Amsterdam: Interactive Technologies

Jacobsen, J./Meyer, L.: Praxisbuch Usability und UX, Bonn: Rheinwerk

Krug, S.: Don't Make Me Think: A Common Sense Approach To Web Usability, Berkeley: New Riders

Moser, C.: User Experience Design: Berlin, Heidelberg: Springer

Norman, Don: The Design of Everyday Things, New York: Basic Books

Sarodnick, F./ Brau, H.: Methoden der Usability Evaluation, Bern: Hogrefe

Ergänzend Onlinequellen zur Methodik: o.V.: Methods Table, <https://www.usabilitytest.com/usabilitynet/tools-methods> (Zugriff: 01.02.2020)

Brand und Live Communication (W3M10811)

Brand and Live Communication

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10811	-	1	Prof. Dr. Stefan Luppold	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die grundsätzliche Funktionsweise von Marken und Marken erlebbar machende Kommunikationsinstrumente nebst ihres Beitrags zu Kommunikationszielen von Organisationen. Zur Sicherstellung des Kommunikationserfolgs können die Studierenden flankierende Maßnahmen im Veranstaltungsmarketing und Kundenmanagement initiieren sowie deren Einbindung in die integrierte Unternehmenskommunikation leisten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können sich aktiv an der Konzeption von Marketinginstrumenten der Brand und Live Communication sowie fachlichen Diskussionen beteiligen, indem sie Methoden anwenden, reflektieren und weiterentwickeln; sie sind in der Lage, vor dem Hintergrund konkreter Problem- und Zielstellungen in Unternehmen, Handlungsoptionen umsichtig und stukturiert zu beurteilen und sich systematisch und wissenschaftsgestützt eine Lösung zu erarbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Vernetzung der direkt erlebbaren Kommunikation und setzen sich mit deren ökonomischen, sozialen und ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinander. Auf diese Weise sind sie in der Lage, einen Perspektivenwechsel innerhalb der Akteure vorzunehmen und eignen sich Kompromissfähigkeit und Konfliktfähigkeit an. Die Studierenden können konstruktiv in Disziplinen übergreifenden Arbeitsgruppen mitarbeiten und sind offen für Anregungen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Sichtweise zu argumentieren - dies im Kontext einer zielführenden Kooperation in Teams, die sich aus einem sich permanent weiterentwickelnden Bewusstsein der eigenen Verantwortung speist.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Entscheidungen für umfassende Formate und Konzepte in der Brand und Live Communication im Hinblick auf ihre Kommunikationsziele treffen sowie anschließend auf ihre Zielerreichung überprüfen. Sie entwickeln situativ-interpretative Kompetenzen durch eine Kombination aus Wissen und Erfahrung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Brand und Live Communication	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Brand Communication: Bedeutung, Funktion und Vorgehensweise der Marken- und Live Kommunikation im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung und integrierter Unternehmenskommunikation
Theoretische Erklärungsansätze und Wirkungsmodelle der Marken- und Live Kommunikation
Strategien, Aufgaben und Ziele integrierter Markenkommunikation
Ausgewählte Instrumente der Markenkommunikation, z.B. Branded Entertainment, Sponsoring, Product Placement, Guerilla Marketing, Out of Home Marketing
Methoden der Erfolgs- und Wirkungskontrolle Fallstudien und Best Practice Beispiele
Live Communication: Event-Arten und Fachbegriffe
Produkte, Dienstleistungen und Netzwerke der Branche
Kommunikationsziele von Live Communication
Event Controlling und Performance Measurement
Systematik von Messen und Messeauswahl
Messebeteiligungsmanagement (Planung, Vorbereitung, Durchführung und Kontrolle von Messeauftritten) Messebau und rechtliche Aspekte bei Messebeteiligung
Messemarketing und Kundenmanagement ausstellender Unternehmen
Brand Lands als dauerhafte Markenerlebnisräume
Erlebnisökonomie
Kreative Ideenfindung
Konzeption von Events Live-Interaktion mit Kunden
Dramaturgie und Eventregie
Personalplanung
Locationauswahl und Catering
Veranstaltungstechnik und -sicherheit

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der Markenführung und der Kommunikationspolitik

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, München: Vahlen.

Bruhn, M.: Unternehmens- und Marketingkommunikation: Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement, München: Vahlen.

Dinkel, M./ Luppold, S./ Schröder, C. (Hrsg.): Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels: Verlag Wissenschaft und Praxis.

Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, München: Vahlen.

Kirchgeorg, M. et al. (Hrsg.): Handbuch Messemanagement: Planung, Durchführung und Kontrolle von Messen, Kongressen und Events, Wiesbaden: Springer Gabler.

Mikunda, C.: Brand Lands, Hot Spots, Cool Spaces, London: Page.

Hohenauer, R.: Sponsoring-Wirkung auf das Kaufverhalten, Wiesbaden: Springer Gabler.

Hutter, K./ Hoffmann, S.: Professionelles Guerilla-Marketing: Grundlagen – Instrumente – Controlling, Wiesbaden: Springer Gabler.

Kirchgeorg, M./ Springer, C./ Brüche C.: Live Communication Management. Ein strategischer Leitfaden zur Konzeption, Umsetzung und Erfolgskontrolle, Wiesbaden: Gabler

Merkwitz, R./ Rübner, W.: Alles nur Theater!? Wie Marketing-Profis Events inszenieren, Sternenfels: Verlag Wissenschaft & Praxis

Nickel, O.: Event Marketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele, München: Vahlen

Nufer, G.: Event-Marketing und -Management. Grundlagen - Planung - Wirkung - Weiterentwicklung, Wiesbaden: Gabler

Rathmann, P.: Medienbezogene Effekte von Product Placement: Theoretische Konzeption und empirische Analyse, Wiesbaden: Springer Gabler

Tropp, J.: Moderne Marketing-Kommunikation: System – Prozess – Management, Wiesbaden: Springer

Applied Data Analysis and Visualization (W3M10812)

Applied Data Analysis and Visualization

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10812	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können explorative Datenanalysen und -visualisierungen durchführen. Im Vordergrund stehen Anwendungsfelder, die sich bei der Analyse und Präsentation von Daten im Business-Umfeld ergeben. Sie können die Möglichkeiten und Grenzen dieser Technologien einschätzen. Sie kennen die Grundregeln einer adäquaten Visualisierung, z.B. in Hinblick auf die Ergonomie der Farbgebung und grafische Darstellungsmuster und sind in der Lage, entsprechende Tools (insbesondere TABLEAU®) fachgerecht einzusetzen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende können Verfahren der Datenaufbereitung, Transformation (z.B. Aggregation, Umkodierung) und Visualisierung (z.B. geografisch, statistisch, zeitlich...) selbstständig auf komplexe Datensätze anwenden. Dies beinhaltet sowohl die adäquate analytische Vorbereitung als auch das Erstellen interaktiver „Dashboards“ und „Stories“ mit TABLEAU®.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Szenarien und Datensätze aus unterschiedlichen Kontexten verdeutlichen den Studierenden die Tragweite und den Nutzen von Visualisierungen für das Verständnis von Zusammenhängen in Daten. Dies erlaubt ihnen die Abschätzung potenzieller Folgen und Fehleinschätzungen, die sich ergeben können, wenn in diesem Bereich nicht sachgerecht gearbeitet wird. Genauso können Sie möglicherweise bestehende nicht genutzte Potentiale entdecken. Sie erwerben die Fähigkeit, Analysen und Darstellungen auch in Hinblick auf ihren Nutzen für die Forschung zu bewerten und verantwortungsvoll einzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Kompetenz, sowohl die Möglichkeiten als auch die Restriktionen einer explorativen Datenanalyse zu erkennen und Rückschlüsse auf potenzielle Anwendungen im Unternehmen bzw. in Projekten zu ziehen. Sie können sich im Themenfeld Data Analytics – sei es im Business oder im Management – als Ideengeber*innen und kritische Expert*innen positionieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Applied Data Analysis and Visualization	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

DATENQUELLEN UND DATEN-WERKZEUGE

- Gebräuchliche Datenformate und Instrumente zur Bearbeitung und Visualisierung von Daten
- Datenquellen: Web Analytics Plattformen, Social Media Monitoring, Opinion Mining etc.
- Qualität von Daten
- Datenquellen: Open Knowledge, Open Data, Open Government
- Rechtliche Rand- und Rahmenbedingungen

ERGONOMISCHE UND PSYCHOLOGISCHE PRINZIPIEN DER VISUALISIERUNG VON DATEN

- Situationsadäquater Einsatz von Grafiken und Tabellen
- Ergonomische Visualisierung von Informationen
- Umgang mit Komplexität und vieldimensionalen Daten
- Regeln für typische und untypische grafische Darstellungen
- Interaktivität

DEMONSTRATIONEN UND ÜBUNGEN ZU STATISTISCHEN VERFAHREN (MIT TABLEAU DESKTOP; RAPIDMINER)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Eine Teilnahme an der Lehrveranstaltung setzt KEINE Programmierkenntnisse voraus, auch differenzierte statistische oder mathematische Vorkenntnisse sind NICHT erforderlich.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Backhaus, K. et al.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung. Berlin, Heidelberg, New York, Springer Verlag.

Bortz, J. (2006). Statistik: Für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin, Heidelberg und New York: Springer Verlag.

Chiasson, T. et al.: Data + Design A Simple Introduction to Preparing and Visualizing Information. Infoactive.co. Online unter <https://infoactive.co/data-design> (Abruf vom 21.03.2017).

Jarchow, T./ Estermann, B.: Big Data: Chancen, Risiken und Handlungsbedarf des Bundes. Ergebnisse einer Studie im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation, Bern: E-Government Institut.

Keller, B. et al. (Hrsg.): Zukunft der Marktforschung: Entwicklungschancen in Zeiten von Social Media und Big Data, Berlin und Heidelberg: Springer Verlag.

Tufte, E. R.: Visual explanations: images and quantities, evidence and narrative, Vol. 36, Cheshire (CT): Graphics Press.

Weber, W., Burmester, M., & Tille, R. (Eds.). Interaktive Infografiken. Springer-Verlag.

Zelazny, G.: Wie aus Zahlen Bilder werden: der Weg zur visuellen Kommunikation. Berlin und Heidelberg: Springer-Verlag.

Information Systems for Data-driven Business (W3M10813)

Information Systems for Data-driven Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10813	-	1	Prof. Dr. Stephan Daurer	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls den Stellenwert von Informationssystemen in Data-driven Businesses einschätzen. Sie können unterschiedliche Facetten und die Reichweite der Digitalisierung in der Medienbranche erläutern und beurteilen. Sie können den Aufbau und Nutzen von relevanten Informationssystemen erläutern. Sie können Digitalisierungsstrategien für Unternehmen entwerfen und entsprechende Projekte bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls Methoden zur Auswahl und Einführung von Informationssystemen anwenden. Sie können Geschäftsmodelle analysieren und grafisch darstellen. Sie können Projekte mit IT-Bezug planen und steuern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage sowohl unternehmerische als auch gesellschaftlich/soziale Auswirkungen des Einsatzes von Informationssystemen einschätzen. Sie können somit die Tragweite von positiven als auch negativen Externalitäten des Einsatzes von Informationstechnologien auf alle relevanten Stakeholder-Gruppen beurteilen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben mit dem Abschluss des Moduls fachübergreifende Handlungskompetenzen die den Einsatz von Informationssystemen in Unternehmen betreffen. So können sie interdisziplinäre Projekte planen und leiten, sowie Aktivitäten im Unternehmen koordinieren. Dadurch besitzen Sie die Fähigkeit im Rahmen von Initiativen zur digitalen Transformation die Anpassung und Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen kritisch zu begleiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Information Systems for Data-driven Business	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

INFORMATIONSMANAGEMENT

- Informationsmanagement als Teil der strategischen Unternehmensführung

INTEGRATIONSASPEKTE VON INFORMATIONSSYSTEMEN

- Integrierte betriebliche Informationssysteme
- Integrationsdimensionen (z. B. intern/extern, horizontal/vertikal)

TECHNOLOGIEMANAGEMENT

- Auswahl und Einführung von Systemen
- Projekt- und Portfoliomanagement

AUSGEWÄHLTE ANWENDUNGSSYSTEME FÜR DATA-DRIVEN BUSINESS

- Enterprise Resource Planning, E-Business- und E-Commerce-Systeme
- Content-Management-Systeme, Dokumentenmanagement und Workflowmanagement
- Cloudsysteme und Virtualisierungskonzepte
- weiter ausgewählte Anwendungen (z. B. Social Commerce, Adblocker)

DIGITALISIERUNG DER UNTERNEHMUNG UND DER GESCHÄFTSMODELLE

- IT- und Digitalisierungsstrategien
- Digitale Transformation in verschiedenen Branchen (Fokus Medienbranche)
- („digitale“) Geschäftsmodelle und deren Transformation

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des Informationsmanagements bzw. der Wirtschaftsinformatik; Das Modul muss in der Regel von allen Media and Data-driven Business-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bächle, M./ Daurer, S./ Kolb, A.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik: Fallstudienbasiertes Lehrbuch mit zahlreichen Übungsaufgaben und Musterlösungen, Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg.

Gassmann, O./ Sutter, P.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München: Hanser.

Krcmar, H.: Informationsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler.

Mertens, P./ Bodendorf, F./König, W./Schumann, M./Hess, T./Buxmann, P.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Berlin Heidelberg: Springer.

Oswald, G./ Krcmar, H.: Digitale Transformation: Fallbeispiele und Branchenanalysen, Wiesbaden: Springer Gabler.

Picot, A./ Reichwald, R./ Wigand, R./ Möslein, K./Neuburger, R./ Neyer, A.-K.: Die grenzenlose Unternehmung - Information, Organisation & Führung, Wiesbaden: Springer Gabler.

Strategy and Content (W3M10814)

Strategy and Content

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10814	-	1	Prof. Dr. Kim Tina Linsenmayer	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung von Content für Unternehmen zu bewerten und die auf Content basierenden Geschäftsmodelle zu analysieren und zu evaluieren. Sie kennen unterschiedliche Organisationsformen von Kommunikationsunternehmen und -abteilungen und können diese auf Basis theoretischer Ansätze bewerten. Sie können darüber hinaus strategische Kommunikations-Modelle und -Instrumente analysieren und konzipieren sowie verschiedene crossmediale Inhalts- und Darstellungsformen unterscheiden. Sie verstehen nach Abschluss des Moduls die strategischen Aspekte der internen und externen Kommunikation von Organisationen und sind in der Lage, in diesem Zusammenhang Content Strategien zu analysieren, zu beurteilen und zu konzeptionieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Methoden zur Analyse von auf Content aufbauenden Geschäftsmodellen und können diese kritisch hinsichtlich der Praktikabilität für die Praxis bewerten. Sie können Strategie-Methoden evaluieren und daraus abgeleitete Maßnahmen vor dem Hintergrund beschränkter Ressourcen bewerten

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Wandels sind die Studierenden in der Lage, die Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikation im Allgemeinen und ihrer Kommunikation im Besonderen zu reflektieren. Sie können gruppeninterne Abstimmungsprozesse effektiv und effizient gestalten und moderieren und das Ergebnis professionell präsentieren. Die Teilnehmer*innen sind in der Lage, die Bedeutung der Organisation von Kommunikation sowie den strategischen Einsatz von Kommunikation in Bezug auf gesellschaftliche, ökonomische und technologische Anforderungen und Auswirkungen kritisch zu reflektieren. Sie entwickeln dadurch die Fähigkeit, die gesellschaftlichen Implikationen der Steuerung von Content zu bewerten und die Auswirkungen unterschiedlicher Strategien vor dem Hintergrund auch der gesellschaftlichen Verantwortung kritisch zu reflektieren

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss dieses praxisorientierten Strategiemoduls haben die Studierenden die Kompetenz erworben, in komplexen Problemstellungen strategische Ansätze in der Kommunikation einzuschätzen und daraus folgende Organisationsfragen sowie Geschäftsmodelle zu entwickeln. Sie können insbesondere beurteilen, wie Organisationen in einem sich dynamisch entwickelten digitalisierten Kommunikationsfeld zielführend bewegen können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategy and Content	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

KOMMUNIKATION ALS GESCHÄFTSMODELLGRUNDLAGE

- Content-gebundene Wertschöpfungsketten der Medienwirtschaft und Content-bezogene Medienkonvergenz, z.B. Modelle von Paid Content, Paid/Owned/Earned Media
- Strukturen, Prozesse, Rollen und Funktionen in Content-bezogenen Geschäftsmodellen, z.B. das Spannungsfeld Journalismus/PR, Content Marketing
- gesellschaftliche Implikationen von Contenterstellung und -distribution, z.B. die Rolle von Fake-News oder Filter-Bubbles als Konsequenz Content-bezogener Digital Services

ORGANISATION VON KOMMUNIKATION

- Organisation von Redaktionen, z.B. Newsdesks, die Trennung zwischen Editoren und Reportern
- Organisation von Unternehmenskommunikation, z.B. Trennung von Marketing und PR, Übernahme von Redaktionsorganisationsformen für crossmediale UK

KONZEPTE, MODELLE UND INSTRUMENTE DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

- Kommunikationsstrategie
- Kanalstrategie
- Konzepte zur Gestaltung strategischer Kommunikation in ausgewählten Branchen
- crossmediale Darstellungsformen
- vom Media Mix zur integrierten Kampagne
- Redaktionsplanung
- Verknüpfung online- und offline-Kommunikationsaktivitäten
- Herausforderung Community Management

QUALITÄTSMANAGEMENT UND EVALUIERUNG VON UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

- Kommunikations-Wirkungs-Modelle als Ausgangspunkt für ein QM-System und die Evaluierung von UK
- Anforderungen an Evaluierungssysteme
- Umfeld der Unternehmenskommunikation als komplexitätssteigerndes Element
- Kennzahlensysteme für die Evaluierung und das QM von Unternehmenskommunikation

In praxisaktuellen Problemstellungen für Content-strategische Fragen werden Fallbeispiele analysiert, bewertet und kommunikative Handlungsempfehlungen abgeleitet

BESONDERHEITEN

Die Seminararbeit bietet die Möglichkeit, eigens gewählte Fallstudien tiefer gehend zu analysieren.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Besson, N. A.: PR-Evaluation und Kommunikations-Controlling, Besson-Fachverlag: Edingen-Neckarhausen.
- Cornelissen, J.: Corporate Communication, London: Sage.
- Eck, K./Eichmeier, D.: Die Content-Revolution im Unternehmen: Neue Perspektiven durch Content-Marketing und - Strategie, Haufe: Freiburg.
- Friedrichsen, M./Kamalipour, Y. (Hg.): Digital Transformation in Journalism and News Media. Media Management, Media Convergence and Globalization, Wiesbaden: Springer.
- Fröhlich, R. / Szyszka, P. / Bentele, G.: Handbuch der Public Relations, Wiesbaden: Springer.
- Halvorson, K./Rach, M.: Content Strategy for the web, New Rider: San Francisco.
- Huang, J. et al. (2015): Communicational ambidexterity as a new capability to manage social media communication within organizations. In: Journal of Strategic Information Systems, 24, 49-64.
- Hilker, C.: Content Marketing in der Praxis, Wiesbaden: Springer.
- Kirchhoff, S. (Hg.): Online-Kommunikation im Social Web, Opladen: Budrich.
- Lahav, T./Zimand-Sheiner, D. (2016): Public relations and the practice of paid content: Practical, theoretical propositions and ethical implications, in: Public Relations Review, 42, 395-401.
- Löffler, M.: Think Content!, Bonn:Galileo.
- Myllylahti, M. (2014): Newspaper Paywalls – the Hype and the Reality, in: Digital Journalism, 2, 179-194.
- Parry, G. et. al. (2018): Windowing television content: Lessons for digital business models. In: Strategic Change: Briefings in Entrepreneurial Finance, 27, 151-160.
- Ruisinger, D.: Die digitale Kommunikationsstrategie, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Schach, A.: Advertorial, Blogbeitrag, Content Strategie & Co., Wiesbaden: Springer.
- Wagner, T. et. al. (2014): Converting freemium customers from free to premium—the role of the perceived premium fit in the case of music as a service. In: Electronic Markets, 24, 259-268.
- Zerfaß, A./Pleil, T.: Handbuch Online-PR, Konstanz: UVK.
- Zerfaß, A. (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie - Management – Wertschöpfung, Wiesbaden:Springer.

Experimental Media Research (W3M10815)

Experimental Media Research

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10815	-	1	Prof. Dr. Yvonne Zajontz	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können Studierende anhand empirischer Instrumentarien selbstständig experimentelle Studien in der Praxis durchführen. Die Teilnehmer*innen nutzen moderne Erhebungsinstrumente der quantitativen und qualitativen Mediaforschung sowie multivariate Datenauswertungsverfahren und fungieren damit als Impulsgeber*innen für Weiterentwicklungen im beruflichen Kontext. Die experimentelle Methodik ermöglicht ihnen, medienökonomische Fragestellungen unter kontrollierten (Labor-)Bedingungen zu analysieren. Auf diese Weise lassen sich Erkenntnisse über das menschliche Entscheidungsverhalten generieren, die für die Praxis von großer Bedeutung sind

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, ein experimentelles, innovatives Studiendesign auf Basis theoretischer Diskurse – unter Berücksichtigung aller wissenschaftlichen Regeln und Standards – aufzusetzen. Sie sind in der Lage, Daten zu erheben, diese deskriptiv, interferenzstatistisch und analytisch auszuwerten und zu interpretieren. Auf Basis der Ergebnisse können die Studierende neue Lösungen in spezifischen Anwendungsfeldern erarbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die notwendigen Fähigkeiten erworben, experimentelle Studien in der Praxis zu entwickeln und anzuwenden. Diese Fähigkeiten werden durch interaktive Diskurse in der Veranstaltung ausgebildet. Den Studierenden wird durch Realsituationen im Unternehmen die Möglichkeit gegeben, geeignete Lösungswege und Maßnahmen auf Basis wissenschaftlicher Auswertungen zu entwerfen und kritisch reflektieren zu können. Diese Maßnahmen schaffen die Grundlagen, um im Unternehmen in der Medienbranche Verantwortung zu übernehmen und in einen direkten Kontakt mit dem*der Kunden*in zu treten. Die Studierenden erwerben in diesem Modul die Kompetenzen, die Relevanz von gesellschaftlichen und ethischen Rahmenbedingungen von empirischen experimentellen Forschungsdesigns zu erkennen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein fundiertes konzeptionelles, fachliches wie methodisches Wissen zu Fragen der experimentellen Datenerhebung, multivariaten Datenanalyse und wissenschaftlich fundierten Dateninterpretation. Damit sind sie in der Lage, experimentelle innovative Forschungsdesigns selbstständig für berufliche Anwendungsfelder umzusetzen. Studierende werden mit neuen Methoden der Forschung vertraut gemacht (unter Einbezug apparativer Verfahren) und können diese anwenden. Sie erlernen den Umgang mit Datenanalyseverfahren und deren lösungsorientierte Ergebnisverwendung im Unternehmen. Studierenden können nach Abschluss des Moduls Erklärungen und Prognosen von medialen Phänomenen auf Basis des erlernten Methoden- und Auswertungskanonens abgeben.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Experimental Media Research	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Relevanz experimenteller Forschungsdesigns für die Praxis
- Vertiefte Behandlung aktueller Themen: z.B. Implizite vs. Explizite Verfahren, Digitalisierung in der Marktforschung, Künstliche Intelligenz
- Methoden der Kommunikationsforschung in der Anwendung: z. B. Eye Tracking, VR-/AR-Forschung, Mobile Research, reaktionszeitbasierte Verfahren
- Konzeption, Durchführung, Auswertung experimenteller Studien
- Anwendung von apparativen Verfahren (z.B. Eye Tracking, Hautwiderstand, Atmung, Puls, Funktionelle Magnetresonanztomographie (fMRT) zur Untersuchung von Emotionsregulation, Elektroenzephalographie (EEG) zur - Untersuchung von Aufmerksamkeitsprozessen
- Entwicklung innovativer experimenteller Forschungsdesigns und praktische Umsetzung von Problemstellungen in ausgewählten Bereichen: z. B. Werbe(wirkungs)forschung, Programmforschung, Politikforschung, Usability & User Experience, Communication Performance Management, Competitive Intelligence

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen der empirischen und anwendungsorientierten Forschung

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Backhaus, K.: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer
Döring, N./ Bortz, J.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin und Heidelberg: Springer
Duchowski, A. T.: Eye Tracking Methodology. Theory and Practice, London: Springer
Fantapié Altobelli, C.: Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, Stuttgart: UTB
Flick, U./ von Kardorff, E. / Keupp, H. / von Rosenstiel, L. / Wolff, S. (Hrsg.): Handbuch Qualitativer Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen, München: Beltz
Leven, W.: Blickverhalten von Konsumenten: Grundlagen, Messung und Anwendung in der Werbeforschung, Heidelberg: Springer
Raab, G./ Unger, A./ Unger, F.: Methoden der Marketing-Forschung. Grundlagen und Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
Schub von Bossiazky, G.: Psychologische Marketingforschung, München: Vahlen

Customer Intelligence (W3M10816)

Customer Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10816	-	1	Prof. Dr. Emanuel Bayer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Kundendaten zu analysieren, Muster und Trends zu erkennen und die Erkenntnisse in Geschäftsentscheidungen umzusetzen. Sie kennen die zentralen Konzepte und Modelle zur Analyse von Kundendaten und wissen, wie diese zur Professionalisierung und Wertschöpfung im Kundenmanagement eingesetzt werden können.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, geeignete Konzepte und Modelle zur Lösung konkreter Herausforderungen im Kundenmanagement auszuwählen und anzuwenden. Sie können eigenständig Chancen erkennen, die sich aus der Analyse von Kundendaten ergeben und konkrete Handlungsempfehlungen vorschlagen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden trainieren in diesem Modul ihre Fähigkeit, verschiedene Ansätze zur Analyse von Kundendaten im Team zu diskutieren und Entscheidungen zu treffen. Sie verstehen, dass Customer-Intelligence-Experten oft in funktionsübergreifenden Teams arbeiten und erkennen die Notwendigkeit, unterschiedliche Perspektiven in ihrer Arbeit zu verstehen und in der Zusammenarbeit zu berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Als übergreifende Handlungskompetenz erwerben die Studierenden die Fähigkeit, Kundendaten und gewonnene Erkenntnisse zu nutzen, um strategische Entscheidungen zum Nutzen des Unternehmens und seiner Kunden zu treffen. Durch die Entwicklung eines tiefen Verständnisses für die Analyse von Kundendaten erwerben die Studierenden die Fähigkeit, Erkenntnisse in umsetzbare Empfehlungen zur Verbesserung des Kundenerlebnisses und zur Förderung des Unternehmenswachstums zu übersetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Customer Intelligence	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Aus den folgenden Inhalten ist eine Auswahl zu treffen und eine Schwerpunktsetzung wird empfohlen:

KUNDENWERT- UND SEGMENTANALYSE

- Bestimmung von Customer Lifetime Values
- RFM-Modell
- Entscheidungsbäume zur Kundensegmentierung
- Datenbasiertes Customer Lifecycle Management

PROFILING VON KUNDENSEGMENTEN UND MARKEN

- Profiling nach Kunden- und Marken-Merkmalen
- Profiling nach Reaktion auf Marketingangebote, Customer Lifetime Value (CLV), etc.
- Indexierungen
- Gain Chart-Analyse

SYSTEMATISCHE KUNDENMIGRATIONSANALYSE

- Migrationsmatrix
- Like-4-like-Analyse
- Kohortenanalyse

TRENDANALYSEN

- Absatzprognose
- Prognose der Kundenzufriedenheit
- Prognose des Wachstums von Kundensegmenten

PRODUKTATTRIBUT-ANALYSEN

- Stated importance measurement
- Regressionsbasierte Ansätze
- Conjoint-Analyse

DYNAMIC TARGETING

- Empfehlungssysteme (Content-Filtering-Systeme, Collaborative-Filtering-Systeme)
- Personalisierungssysteme (z.B. Website- & Medien-Personalisierung)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Die Studierenden sollten mit den Grundlagen des Kundenmanagements vertraut sein und ein solides Verständnis von Marketingprinzipien wie Segmentierung, Zielgruppenansprache und Positionierung haben. Sie sollten auch mit Datenanalyse und einfachen statistischen Analysen vertraut sein. Ein Verständnis von Marketing-Technologien und die Fähigkeit, Daten zu interpretieren, sind hilfreich.

LITERATUR

- Bendle, N./Farris, P./Pfeifer, P.: Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance, 2020, London: Pearson.
- Grewal, D./Hulland, J./Kopalle, P. K./Karahanna, E.: The Future of Technology and Marketing: A Multidisciplinary Perspective, in: Journal of the Academy of Marketing Science, 48(1), 2020, 1-8.
- Gupta, S./Lehmann, D. R./Stuart, J. A.: Valuing Customers, in: Journal of Marketing Research, 41(1), 2004, 7-18.
- Hanssens, D. M./Pauwels, K. H.: Demonstrating the Value of Marketing, in: Journal of Marketing, 80(6), 2016, 173-190.
- Huang, M. H./Rust, R. T.: A Strategic Framework for Artificial Intelligence in Marketing, in: Journal of the Academy of Marketing Science, 49(1), 2021, 30-50.
- Mintz, O./Gilbride, T. J./Lenk, P./Currim, I. S.: The Right Metrics for Marketing-Mix Decisions, in: International Journal of Research in Marketing, 38(1), 2021, 32-49.
- Verhoef, P.C./Kooge, E./Walk, N./Wieringa, J.E.: Creating Value with Data Analytics in Marketing: Mastering Data Science (2nd ed.), 2021, London: Routledge.
- Xu, Z./Frankwick, G. L./Ramirez, E.: Effects of Big Data Analytics and Traditional Marketing Analytics on New Product Success: A knowledge Fusion Perspective, in: Journal of Business Research, 69(5), 2016, 1562-1566.

Arbeitsrecht für Fach- und Führungskräfte (W3M10901)

Labour law for specialists and managers

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10901	-	1	Dr. Christopher Paul	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN**FACHKOMPETENZ**

Die Studierenden kennen die Struktur des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts, um die Möglichkeiten und Grenzen von personalwirtschaftlichen Entscheidungen zu erkennen und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, arbeitsrechtliche Problemstellungen zu erkennen, zu bewerten und offen und vertrauensvoll mit dem betrieblichen Sozialpartner zu erörtern. Sie sind befähigt, die persönlichen Auswirkungen von Personalentscheidungen für die betroffenen Mitarbeiter*innen reflektieren zu können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht für Fach- und Führungskräfte	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundstruktur des Arbeitsrechts
Ebenen des Arbeitsrechts
Prinzipien des Arbeitsrechts

Fragestellungen des individuellen Arbeitsrechts
Überblick über rechtliche Grundlagen
Arbeitsvertragsrecht: Formen und Inhalte, inkl. Direktionsrecht
Umgang mit Leistungsstörung (Kündigung, Minderleistung, Krankheit, Abmahnungen, Straftaten, ...)
Alternativen zur Kündigung (Aufhebungsvertrag, Befristungen, Transfergesellschaft)

Fragestellungen des kollektiven Arbeitsrechts
Tarifvertragliche Optionen und Eskalationen
Betriebsverfassungsrecht: Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat

Arbeitsgerichtsbarkeit
Zuständigkeiten
Ablauf von arbeitsgerichtlichen Verfahren

Aktuelle Entwicklungen im Themenfeld

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten des Arbeitsrechts anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: Sakowski, Klaus; Arbeitsrecht. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. BA KOMPAKT, Heidelberg/Berlin
Wien, Andreas, Arbeitsrecht: Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden
Brox et al.; Arbeitsrecht, Stuttgart

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Junker, Abbo; Grundkurs Arbeitsrecht, München
Hromdka, Wolfgang; Maschmann, Frank; Arbeitsrecht Band 1: Individualarbeitsrecht, Berlin
Hromdka, Wolfgang; Maschmann, Frank; Arbeitsrecht Band 2: Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsstreitigkeiten, Berlin
Muschiol, Thomas; Praxiswissen Arbeitsrecht, Berlin
Preis, Ulrich; Temming, Felipe; Arbeitsrecht, München
Marschollek, Güner; Basiswissen Arbeitsrecht, München

Demografieorientiertes Personalmanagement und betriebliches Gesundheitsmanagement (W3M10902)

Demographic-based HRM and corporate health management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10902	-	1	Prof. Dr. Denis Jdanoff	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die fachliche Kompetenz erworben, neben den historischen und gesellschaftlichen Ursachen auch die quantitativen Größenordnungen des demografischen Wandels in Deutschland richtig einzuschätzen. Sie können die ökonomischen und sozialpolitischen Auswirkungen des demografischen Wandels ebenso einschätzen wie die konkreten Herausforderungen für Unternehmen und geeignete Maßnahmen für das betriebliche Personal-, Diversity- und Gesundheitsmanagement ableiten.

METHODENKOMPETENZ

Neben quantitativ-analytischen Methoden zum Verständnis der Hintergründe werden insb. Lösungskompetenzen gefördert, um bestehende Optimierungspotenziale in diesen Themenfeldern zu erkennen und mit praktischer Umsetzungskompetenz den demografischen Wandel positiv zu gestalten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die Besonderheiten der unterschiedlichen Alters- und Lebensphasen von Arbeitnehmer*innen mit der notwendigen Sensibilität zu erfassen und daraus demografieadäquate Personalstrategien zu entwickeln. Sie sind sich ihrer Verantwortung als HR-Manager*innen für die demografische Stabilität und Konkurrenzfähigkeit ihres Unternehmens und die langfristige Beschäftigungsfähigkeit der Arbeitnehmer*innen bewusst und verstehen Diversität als Bereicherung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können auf Basis einer Analyse von Ursachen und Auswirkungen des demografischen Wandels und ebenso der spezifischen Situation im eigenen Unternehmen passende Personalmaßnahmen entwickeln und die Umsetzung kompetent begleiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Demografieorientiertes Personalmanagement und betriebliches Gesundheitsmanagement	42	93

Gesundheitsmanagement- Mögliche Gesundheitsbelastungen am Arbeitsplatz-
 Gesundheitssystem und Instrumente des betrieblichen Gesundheitsmanagements- Bedeutung
 des präventiven Gesundheitsmanagement- Betriebliches Eingliederungsmanagement-
 Kennzahlen des betrieblichen Gesundheitsmanagements - Diversity- und Demografieorientiertes
 Personalmanagement - Diversity Management als unternehmensstrategischer Ansatz- Chancen,
 Potenziale und Grenzen eines Diversity-Ansatzes- Gesetzliche Rahmenbedingungen des Diversity
 Managements- Demografischer Wandel als Ausgangssituation- Herausforderungen und
 Chancen, die sich für Unternehmen aus dem demografischen Wandel ergeben- Interpretation
 einer unternehmensinternen Altersstrukturanalyse/-prognose- Ableitung
 personalwirtschaftlicher Handlungsfelder- Erstellung eines Gesamtkonzepts für
 demografieorientiertes Personalmanagements und strategische Verankerung -
 Lebensphasenorientiertes Personalmanagement - Spezifische Interessen von Mitarbeitern in
 den einzelnen Phasen des Erwerbslebens- Lebensphasenorientierte Personalmanagement und
 mögliche Instrumente- Altersgemischte Teams und lebensphasenorientierte
 Personalentwicklung- Grundlagen, Möglichkeiten und Probleme des Wissenstransfers im
 demografischen Kontext

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu grundlegenden Aspekten des Diversity- und Demografiemanagements anhand beispielsweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: - Voelpel et al.: Herausforderung 50 plus. Konzepte zum Management der Aging Workforce: Die Antwort auf das demographische Dilemma, Erlangen - Deller, J./ Kern, S./ Hausmann; S./ Diederichs, Y.: Personalmanagement im demografischen Wandel. Ein Handbuch für den Veränderungsprozess mit Toolbox Demografiemanagement und Altersstrukturanalyse, Berlin

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Becker, M./ Seidel, A. (Hg.): Diversity Management: Unternehmens- und Personalpolitik der Vielfalt, Stuttgart
- Bruch, H./ Kunze, F./ Böhm, S.: Generationen erfolgreich führen: Konzepte und Praxiserfahrungen zum Management des demographischen Wandels, Wiesbaden
- Brandenburg, U./ Domschke, J.-P.: Die Zukunft sieht alt aus? Herausforderungen des demografischen Wandels für das Personalmanagement, Wiesbaden
- Meifert, M./ Kesting, M. (Hg.): Gesundheitsmanagement im Unternehmen: Konzepte - Praxis - Perspektiven, Berlin/ Heidelberg
- Parment, A.: Die Generation Y ? Mitarbeiter der Zukunft: Herausforderung und Erfolgsfaktor für das Personalmanagement, Wiesbaden
- Preißing, D. (Hg.): Erfolgreiches Personalmanagement im demografischen Wandel, München
- Rump, R./ Eilers, S. (Hg.): Lebensphasenorientierte Personalpolitik: Strategien, Konzepte und Praxisbeispiele zur Fachkräftesicherung, Berlin/ Heidelberg
- Schirmer, U. (Hrsg.): Demografie Exzellenz. Handlungsmaßnahmen und Best Practices zum demografieorientierten Personalmanagement, Wiesbaden
- Schneider, C.: Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz. Nebenwirkung Gesundheit, Bern
- Timmer, B.: Demografischer Wandel und Personalpolitik, Bremen/ Hamburg
- Ulich, Eberhard/ Wülser, Marc, Gesundheitsmanagement in Unternehmen, Wiesbaden
- Wagner, D./ Voigt, B.-F. (Hg.): Diversity-Management als Leitbild von Personalpolitik, Wiesbaden

Organisationspsychologie und-soziologie (W3M10903)

Organizational psychology and organizational sociology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10903	-	1	Dr. Christopher Paul	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen das Erleben und Verhalten von Menschen im Kontext von Personal, Arbeit und Organisation. Sie kennen die zentralen Ideen und Ansätze der Organisationspsychologie und -soziologie. Sie können das Verhalten von Individuen, Gruppen und Organisationseinheiten aus psychologischer und soziologischer Perspektive einordnen und die Wirkung von personalwirtschaftlichen Maßnahmen im Vorfeld und im Nachgang beurteilen. Sie erkennen die Bedeutung und Interdependenzen von Individual- und Organisationsphänomenen wie bspw. Verhaltensverzerrungen, Entscheidungsfehler, Konformität, Gehorsamkeit oder gesellschaftliche Phänomene wie Macht, Sozialisation oder Hierarchie. Dadurch können sie die Ursachen der Phänomene darlegen und angemessene (Gegen)Maßnahmen erarbeiten. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, psychologische und soziologische Erkenntnisse aus der Forschung und Praxis vergleichen, beurteilen und anwenden zu können.

METHODENKOMPETENZ

Mithilfe der soziologischen und organisationspsychologischen Konzepte und Instrumente werden die Studierenden befähigt, eine selbständige Auswahl, Anwendung und Bewertung von Handlungsoptionen zur Lösung arbeits- und organisationspsychologischer Problemstellungen zu treffen. Darüber hinaus lernen die Studierenden eine Haltung der professionellen Neutralität einzunehmen, um individuelle und kollektive Prozesse beurteilen und analysieren zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können betrieblich-personalwirtschaftliche Probleme durch die Perspektive der Organisationssoziologie und -psychologie bewerten. So können sie ihr Wissen auch in konfliktbeladenen Situationen anwenden, auf neue Ausgangssituationen anpassen und Lösungsvorschläge entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Organisationspsychologie und-soziologie	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Geschichte der Organisationspsychologie
Theorien der Organisationspsychologie
Arbeit: Bedeutung, Analyse, Wirkung und Gestaltung
Individuum und Gruppe: Verhalten- und Leistungsbedingungen, Kommunikation, Dynamik
Umwelt: Sozialisation, Ethik, Vielfalt, Emotion, Kultur

Geschichte der Organisationssoziologie
Theorien der Organisations- und Wirtschaftssoziologie
Wirtschaft und Gesellschaft: Soziale Einbettung wirtschaftlichen Handelns
Koordination ökonomischer Akteure: Märkte, Unternehmen, Netzwerke, Macht, Moral
Interessenorganisation: Verbände, Gewerkschaften, Betriebsräte, ökonomische Analyse der
Mitbestimmung Analyseprozess im Überblick: Theorie und Praxis
Konzeption: Fallbeispiele, Reflektion, Würdigung, Erhebung und Auswertung
Rahmenbedingung: Ethik, Recht

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden. Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aronson, Elliot; Wilson, Timothy; Akert, Robin: Sozialpsychologie, 8. Auflage, München, 2014

Endreß, Martin: Soziologische Theorien kompakt, 4. Auflage, Berlin, 2017

Gerrig, Richard, J.; Zimbardo, Phil: Psychologie, 21. Auflage, München, 2018

Kraemer, Klaus; Brugger, Florian (Hrsg.): Schlüsselwerke der Wirtschaftssoziologie, 2. Auflage, Heidelberg, 2021

Nerdinger, Friedmann; Blickle, Gerhard; Schaper, Niclas: Arbeits- und Organisationspsychologie, 4. Auflage, Heidelberg, 2018

Strategisches Personalmanagement (W3M10904)

Strategic Human Resource Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10904	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassendes und detailliertes Wissen hinsichtlich der Kontextabhängigkeit des betrieblichen Personalmanagements.

Auch haben sie die Kompetenz erworben, sich mit dem zentralen Postulat des Strategischen Personalmanagements (SHRM) hinsichtlich des eigenständigen Beitrags des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg in analytischer sowie empirischer Hinsicht kritisch auseinanderzusetzen und dieses beurteilen zu können.

Die Studierenden haben zudem umfassende und spezialisierte Kenntnisse zu unterschiedlichen SHRM-Ansätzen erworben und sind in der Lage, diese zu vergleichen sowie eine Synthese der Ansätze vornehmen zu können.

Ferner verfügen sie über umfassende Kenntnisse hinsichtlich der aufbauorganisatorischen Ausgestaltungsalternativen des Personalbereichs und haben sich umfassend und kritisch mit den Gestaltungsalternativen auseinandergesetzt.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls vermögen die Studierenden eigenständig Forschungsfragen auf dem Gebiet des Strategischen Personalmanagements zu formulieren und wissenschaftlich zu bearbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Personalmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Stellung der HRM-Strategie im Rahmen des Strategischen Managements

Unternehmensexterne und -interne Kontextfaktoren des HRM

Theoretische Grundlagen des Strategischen Personalmanagements

Strategische Personalmanagementansätze: „Best-Practice-“ vs. „Best-Fit-Ansätze“

Möglichkeiten der Messung des Beitrags des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg

Unternehmensleitung, Führungskräfte, Personalabteilung, Betriebsrat sowie externe Dienstleister als Träger des betrieblichen Personalmanagements

Kompetenzverteilung zwischen Personal- und Fachabteilungen

Selbstverständnis und Rollenwahrnehmung des Personalbereichs

Aufbauorganisatorische Gestaltungsalternativen des Personalbereichs

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Basiskenntnisse hinsichtlich der Ausgestaltung des operativen Personalmanagements in den grundlegenden personalwirtschaftlichen Handlungsfeldern (Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Mitarbeiterführung und Entgeltgestaltung) sollten vorhanden sein.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Boxall, P.; Purcell, J.: Strategy and Human Resource Management, Basingstoke

Bamberger, P.; Biron, M.; Meshoulam, I.: Human Resource Strategy, New York

Storey, J.; Wright, P.M.; Ulrich, D.: The Routledge Companion to Strategic Human Resource Management, Milton Park

Boselie, P.: Strategic Human Resource Management, London

Paauwe, J.; Farndale, E.: Strategy, HRM and Performance. A contextual approach, 2. Aufl., Oxford, 2017

Schuler, R.; Jackson, S.: Strategic Human Resource Management, Oxford

Personalauswahl und Potenzialanalyse (W3M10905)

Personnel Assessment and Potential Analyses

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10905	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse im Hinblick auf eignungsdiagnostische digitale und klassisch-analoge Verfahren zur Personalauswahl und Potenzialanalyse. Darüber hinaus sind sie befähigt, diese Verfahren unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Gütekriterien fachlich kompetent zu hinterfragen und zu bewerten. Dazu verfügen die Studierenden über umfassende Kenntnisse im Bereich der Grundlagen der Personaldiagnostik und einschlägiger Methoden und Verfahrensweisen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, personaldiagnostische Anforderungen in Personalauswahl und Potenzialanalyse sachgerecht kritisch zu analysieren, um darauf aufbauend Auswahlmethoden eigenständig zu bewerten, passende bereits bestehende digitale oder analoge Verfahren weiterzuentwickeln oder neue Verfahren den Anforderungen entsprechend selbst zu konzipieren und durchzuführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden wissen andere beteiligte und verantwortliche Personen von den Ergebnissen der vorgenommenen diagnostischen Prozesse zu überzeugen. Eigene Wahrnehmungstendenzen erkennen sie und wissen darauf basierende Beurteilungstendenzen zu relativieren. Die Bedeutsamkeit der verantwortungsvollen Kommunikation von eignungsdiagnostischen Ergebnissen ist reflektiert und in das berufliche Selbstverständnis integriert. Die Studierenden haben eine hohe Beurteilungskompetenz erworben, nehmen auch zu anscheinend vielversprechenden Neuerungen eine kritische Distanz ein, die sie zu argumentativ-sachlichem, wissenschaftlich-fundiertem Urteil im Abwägungsprozess zwischen unterschiedlichen Verfahren befähigt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Neue Situationen reflektieren die Studierenden zielführend und entwickeln zukunftsorientierte Problemlösungen

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalauswahl und Potenzialanalyse	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Digitale und analoge Verfahren der Personaldiagnostik und Potenzialanalyse
Grundlagen der Personaldiagnostik
Prozess der Personaldiagnostik im Überblick
Arbeitsrechtliche Aspekte in Personalauswahl und Potenzialanalyse
Psychologischer Prozess von der Wahrnehmung zum Urteil
Gütekriterien in Personalauswahl und Potenzialanalyse
Qualitätskriterien in Personalauswahl und Potenzialanalyse
DIN 33430
Anforderungsprofile und Ausgestaltung spezifischer Auswahlverfahren in Personalauswahl und Potenzialanalyse;
Wissenschaftliche und pseudowissenschaftliche Verfahren
Matching- und Online-Diagnostik

BESONDERHEITEN

Umfang der Seminararbeit 10-15 Seiten (Dauer der unbenoteten Präsentation 10-15 Minuten).

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick über die grundlegenden Aspekte der Personaldiagnostik anhand beispielsweise folgender Lehrbücher vorausgesetzt:
Kanning, U., Standards der Personaldiagnostik, Göttingen; Kersting, M., Qualität in der Diagnostik und Personalauswahl – der DIN-Ansatz, Göttingen; Obermann, C., Assessment-Center. Entwicklung, Durchführung, Trends. Mit originalen AC-Übungen, Wiesbaden; Sarges, W. (Hrsg.), Management-Diagnostik, Göttingen; Höft, S., Diagnose beruflicher Eignung und Leistung, in: Schuler, H. (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Argyle, M., Körpersprache & Kommunikation: Nonverbaler Ausdruck und soziale Interaktion, Paderborn;
Diagnostik- u. Testkuratorium (Hrsg.), Personalauswahl kompetent gestalten, Grundlagen und Praxis der Eignungsdiagnostik nach DIN 33430, Wiesbaden;
Erpenbeck, J. & Rosenstiel, L. v. (Hrsg.), Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, Verstehen und Bewerten von Kompetenz in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis, Stuttgart;
Sarges, W. & Scheffer, D. (Hrsg.), Innovative Ansätze für die Eignungsdiagnostik, Göttingen;
Schuler, H., Psychologische Personalauswahl, Göttingen

Recruiting und Talentmanagement (W3M10906)

Recruiting and Talent Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10906	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Wissen in den Bereichen Personalbeschaffung, -einsatz und -entwicklung sowie Mitarbeiterbindung erworben. Sie besitzen einen Überblick zu zentralen Methoden und Instrumenten in diesen Kernprozessen des Personalmanagements. Sie kennen verschiedene Sichtweisen in diesen Personalthemen sowie auch Sachverhalte, die in der einschlägigen Theorie strittig behandelt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die relevanten Instrumente (bspw. im Hinblick auf die Personalauswahl) anzuwenden und können deren Ergebnisse auch kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Sachverhalte zu den behandelten Themenfeldern sowohl mit Expert*innen als auch mit Laien angepasst und verständlich zu diskutieren und zu erörtern sowie auf unzureichend umgesetzte Prozesse in den Themenfeldern in der Personalpraxis hinzuweisen. Die Studierenden sind zudem für ethische Fragen bspw. im Kontext der Personaldiagnostik sensibilisiert. Die Studierenden sind sich insbesondere darüber bewusst, dass Mitarbeiter*innen durch zwanghafte Bindungsmaßnahmen nicht motiviert werden können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die personalwirtschaftlichen Prozesse, Personalbeschaffung/-einsatz, Personalentwicklung und Mitarbeiterbindung integriert in die Unternehmensstrategie in der Praxis zu implementieren. Dabei sind die Studierenden befähigt, dies auf der Grundlage einer umfassenden Kenntnis relevanter Stellgrößen und möglicher Problemaspekte durchzuführen. Sie können weitgehend selbstgesteuert anwendungsorientierte Projekte zur Personalbeschaffung, -entwicklung und -bindung durchführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Recruiting und Talentmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Personalmarketing, -auswahl und -einsatz
Personalplanung als Teil der Unternehmensplanung: Bedarfsarten, Gesamtsystem inkl.
Personalbestandsplanung und Personalbedarfsplanung
Personalmarketing: Grundhaltung und zentrale Funktionen
Instrumentelles Arbeitsplatzmarketing: Arbeitsmarktforschung, Imageforschung und
-entwicklung, Angebots- und Entgeltpolitik als Attraktivitätstreiber
Kommunikationspolitik
Employer Branding
Interne und externe Personalbeschaffung
Gesamtprozess der Personalauswahl
Personaleinsatz und Arbeitsgestaltung
Personalentwicklung und Karriereplanung
Rahmenkonzept Personalentwicklung und Interventionsfelder
Strategischer Personalentwicklungsbedarf: Balanced Scorecard und Kompetenzmanagement
Weiterbildung: rechtliche Grundlagen und Ziele, operative Bildungsbedarfsermittlung,
Lernzielbereiche, Lehr- und Lernmethoden, Digitalisierung und Lernen 4.0
Talentmanagement und Personalförderung: Regelkreis, Fördergespräch,
Potenzialanalyseinstrumente, Personalkonferenz, Förderprogramme,
Rückzahlungsvereinbarungen, Softwaretools Talentmanagement
Personalentwicklungscontrolling (Bildungscontrolling)
Rollenanforderungen an den Personalentwickler
Einbindung in den Gesamtprozess des Personalmanagements
Mitarbeiterbindung
Problemstruktur Mitarbeiterbindung: Arbeitsmarkt, Konjunktur und Demografie
Commitment als zentrale Retentionvariable
Zielgruppenanalyse und ganzheitliches Retentionskonzept
Retentionscontrolling
Individualisiertes Retentionmanagement

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Armutat, Sascha et al.; Retentionmanagement: Die richtigen Mitarbeiter binden, in: DGFP e.V. (Hg.),
Schriftenreihe Praxis Edition, Bielefeld
Beck, Christoph; Personalmarketing 2.0: Vom Employer Branding zum Recruiting. Köln
Bratton, John.; Gold, Jeff.; Human Resource Management: Theory and Practice, Basingstoke
Jäger, Wolfgang.; Lukasczyk, Alfred; Talentmanagement, Köln
Lindner-Lohmann, Doris.; Lohmann, Florian; Schirmer, Uwe.; Personalmanagement, Heidelberg
Mattenklott, Axel; Ryschka, Jurji; Solga, Marc; Praxishandbuch Personalentwicklung, Wiesbaden
Petkovic, Mladen; Employer Branding, München
Wolf, Gunther; Mitarbeiterbindung - mit Arbeitshilfen Online: Strategie und Umsetzung im Unternehmen, Freiburg

Internationales Personalmanagement (W3M10907)

International Human Resource Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10907	-	1		Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen über Fachwissen in Bezug auf die strukturelle Verankerung internationaler Personalarbeit auf Basis der Internationalisierungsbasisstrategien von Perlmutter und des HR Business Partner Modells von Ulrich. Sie kennen durch die GLOBE Studie die Ausprägungen einzelner Kulturen und deren Auswirkungen auf die internationale Personalarbeit.

Sie kennen die Grundzüge internationaler Assignments und deren steuerliche und sozialversicherungsrechtlichen Dimensionen. Die Teilnehmer*innen kennen die wesentlichen Instrumente internationaler Personalarbeit und die Grenzen der Adaptierbarkeit zwischen einzelnen Kulturen.

METHODENKOMPETENZ

Auf Basis des GLOBE Modells reflektieren die Studierenden ihre eigene kulturelle Prägung und relativieren diese in Abgrenzung zu anderen Kulturen. Sie erwerben die Fähigkeit, effektiv mit Menschen mit anderen kulturellen Hintergründen zusammenzuarbeiten, sodass beide Seiten diese Zusammenarbeit als effektiv erleben. Sie reflektieren die eigene emotionale Kompetenz und ihre interkulturelle Sensibilität, um so Stereotype und Vorurteile zu revidieren und positiv auf Andersartiges zuzugehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, bei der Realisierung von Aufgabenstellungen im internationalen Personalmanagement kulturelle Aspekte, die durch die unterschiedlichen kulturellen Hintergründe der beteiligten Personen induziert sind, zu lösen. Sie können zudem kultursensibel agieren und mit Vertreter*innen verschiedener Kulturkreise angemessen und empathisch umgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Internationales Personalmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Strategischer und kultureller Kontext des Internationalen HRM
Internationale Personalorganisation
Internationale Gestaltung wesentlicher Aufgabenfelder: Personalbedarfsplanung, Personalgewinnung, Personalentwicklung, Vergütungs-, Anreiz- und Beurteilungssysteme, Entsendungspolitik
Interkulturelle Führung und Zusammenarbeit
Grundlagen zum Merger and Acquisition (Formen, Motivation usw.) sowie kartellrechtliche Rahmenbedingungen
Phasen im internationalen M&A-Prozess
Due Dilligence-Prüfung für den Bereich HRM
Personelle Erfolgsfaktoren im M&A-Prozess: frühzeitiges Einschalten des HR-Bereiches, Partizipation der Arbeitnehmer
Zentrale HRM-Themenfelder im M&A-Prozess: Personalbedarfsplanung, Entgeltsystem und Personalentwicklung inkl. Karrieresysteme und -management
Personalbedarfsanpassungen planen und umsetzen
Unternehmenskultur und Changeprozess im M&A-Prozess

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten des internationalen Personalmanagements anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage vorausgesetzt: Festing, Marion.; Dowling, Peter. J.; Weber, Wolfgang; Engle, Allan D.; Internationales Personalmanagement, Wiesbaden/DGFP (Hrsg.): Internationales Personalmanagement gestalten: Perspektiven, Strukturen, Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele; DGFP PraxisEdition Band 103, Bielefeld

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Bänzer, Bernd et. al.; Handbuch Mergers & Acquisitions: Planung - Durchführung - Integration, Wiesbaden

Dowling, Peter J.; Welch, Denise E.; Engle, Allen D.: International Human Resource Management, London

Gerdts, Johannes; Schewe, Gerhard; Post Merger Integration: Unternehmenserfolg durch Integration Excellence, Berlin

Mendenhall, Mark E. et al.; Global Leadership; New York

Wirtz,

Bernd; Mergers & Acquisitions Management, Wiesbaden

Kabst, Rüdiger; Giardini, Angela; Wehner, Marius; International komparatives Personalmanagement: Evidenz, Methodik & Klassiker des 'Cranfield Projects on International Human Resource Management', Mering

Briscoe, Dennis R.; Schuler, Randall S.; Claus, Lisbeth; International Human Resource Management: Policies and Practices for Multinational Enterprises, Oxon

Entgeltgestaltung und HR Analytics (W3M10908)

Compensation and HR Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10908	-	1	Prof. Dr. Klaus-Jürgen Jeske	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die strategische Bedeutung und Einbindung von Verfahren zur Arbeitsbewertung, Entgeltfindung und Leistungsbeurteilung im personalwirtschaftlichen Instrumentarium. Sie identifizieren die Arbeitsbewertung als Schlüsselfunktion zur Herstellung einer Anforderungsgerechtigkeit in der Entgeltfindung und für die Abbildung eines kongruenten organisationalen Gesamtgefüges aller Stellen, Positionen und Aufgaben. Ihnen wird bewusst, wie Leistungsmessung und -beurteilung auf verschiedenen organisationalen Aggregationsstufen und die Honorierung von verschiedenen Erfolgsgrößen, welche u.a. das Personalcontrolling bereitstellt, zusammenhängen. Im Rahmen des Personalcontrollings identifizieren die Studierenden u.a. Benchmarks als branchenspezifische oder auch branchenübergreifende Möglichkeit der Bildung von Referenzpunkten im Rahmen einer Beurteilung von personalwirtschaftlichen Sachverhalten und lernen die Bedeutung eines Personalrisikomanagements kennen. Die Studierenden verstehen HR Analytics als u.a. technologische Weiterentwicklung des klassischen Personalcontrollings.

METHODENKOMPETENZ

Ausgehend von einer Arbeitsbewertung können die Studierenden eine benachteiligungsfreie Entgeltgestaltung in einem Total Compensation-Modell vornehmen. Sie setzen dabei verschiedene Entgeltbestandteile gemäß ihrer unterschiedlichen Anreizwirkung ein. Sie identifizieren sowohl die Gestaltung von Systemen der Entgeltfindung und Leistungsmessung als auch deren Anwendung als politisches Spannungsfeld zwischen Arbeitnehmervertreter*innen, dem Personalbereich und dem jeweiligen Fachbereich.

Bei Instrumenten und Kennzahlen des Personalcontrollings können sie deren verschiedene Anwendungsbereiche fachlich differenzieren und kritisch reflektieren. Sie stellen Instrumente und Kennzahlen bedarfsgerecht zusammen und sorgen für eine Integration in das Steuerungssystem des Unternehmens unter Anwendung von HR Analytics als Teil von Business Intelligence Lösungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entgeltgestaltung und HR Analytics	42	93

Entgeltgestaltung und Leistungsmanagement

- Entgeltgestaltung und Leistungsmanagement als Handlungsfeld des betrieblichen Personalmanagements
- Regelungsebenen für die Entgeltfindung und Leistungsbeurteilung verschiedener Mitarbeitergruppen (z.B. Tarifbeschäftigte, außertariflich Beschäftigte, Leitende Angestellte, Praktikanten, Auszubildende, Werkstudenten)
- Summarische und analytische Methoden der Arbeitsbewertung (z.B. nach ERA-Tarifvertrag), internationale Job Evaluation Systeme für den Managementbereich (z.B. Mercer, Hay)
- Bestandteile von Vergütungssystemen im Gesamtvergütungsmodell: fixe Grundvergütung, variable Vergütungsbestandteile mit kurz-, mittel- und langfristigem Bezug, Neben- und Zusatzleistungen (u.a. gesetzliche, tarifliche und betriebliche Sozialleistungen)
- Entgeltbestandteile unter anreiztheoretischen Überlegungen
- Prinzipien der Entgeltfindung und -differenzierung (Anforderungs-, Leistungs-, Qualifikations-, Erfolgs- und Marktbezug)
- Entgeltgerechtigkeit
- Verfahren der Leistungsbeurteilung bzw. -messung
- Integration der Entgeltentwicklung und Leistungsbeurteilung in den Führungsprozess

HR Analytics und Personalcontrolling

- Inhaltliche und organisatorische Einbindung von HR Analytics und Personalcontrolling in die Planung, Steuerung und Kontrolle des Gesamtunternehmens sowie rechtliche Aspekte
- Ziele, Aufgaben und konzeptionelle Grundlagen von HR Analytics und Personalcontrolling
- Grundlagen von Kennzahlen und Kennzahlensystemen
- Instrumente des Personalcontrollings: Benchmarking auf Unternehmensebene
- Frühwarnindikatoren für externe Umwelteinflüsse: Personalrisikomanagement
- Anwendungsorientiertes Personalcontrolling auf dezentraler Ebene: Kennzahlen und Indikatoren für Personalplanung und -auswahl, Personaleinsatz und Beurteilung in Leistungsprozessen sowie Entgelt und Personalentwicklung
- Personalcontrolling unter Anwendung von HR Analytics: Analysen mit HR Analytics sowie Prozesse und Systeme für HR Analytics

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Aguinis, Herman: Performance Management, Harlow.
- Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (Hrsg.): Personalcontrolling für die Praxis – Konzept - Kennzahlen Unternehmensbeispiele, Bertelsmann Verlag: Bielefeld.
- Gomez-Mejia, Luis R./Berrone, Pascual/Franco-Santos, Monica: Compensation and Organizational Performance – Theory, Research and Practice, Routledge: London, New York.
- Kobi, Jean Marcel: Personalrisikomanagement - Strategien zur Steigerung des People Value, Gabler Verlag: Wiesbaden.
- Martocchio, Joseph J.: Strategic Compensation. A Human Resource Management Approach, Upper Saddle River.
- Milkovich, George T.; Newman, Jerry M.; Gerhart, Barry: Compensation, Boston.
- Schulte, Christof: Personal-Controlling mit Kennzahlen, Verlag Vahlen: München.
- Strohmeier, Stefan/Piazza, Franca: Human Resource Intelligence und Analytics, Springer-Gabler: Wiesbaden.

Digitale Transformation, Big Data und Künstliche Intelligenz (W3M10909)

Digital Transformation, Big Data and Artificial Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10909	-	1	Prof. Dr. Michael Lindemann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, sich mit der Auswirkung der Digitalen Transformation auf Organisationen in analytischer und empirischer Sicht kritisch auseinanderzusetzen. Sie verstehen die konzeptionellen Grundlagen der Digitalen Transformation, die besondere Bedeutung von Big Data und Artificial Intelligence, sowie die Auswirkungen dieser Entwicklungen auf Fragen des Leadership. Sie kennen beispielhafte Anwendungen dieser Technologien im HRM und anderen Unternehmensfunktionen.

METHODENKOMPETENZ

Durch die Beschäftigung mit Konzepten, die sich noch in intensiver Diskussion und Entwicklung befinden, haben die Studierenden ihre Ambiguitätstoleranz weiterentwickelt. Sie haben ferner einen vertieften Zugang zur daten- und evidenzgestützten Entscheidungsfindung gewonnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage sich kritisch in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Diskurs zur Digitalen Transformation einzubringen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitale Transformation, Big Data und Künstliche Intelligenz	42	93

Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovationen
 Überblick über Technologien als Treiber der digitalen Transformation und Gesetzmäßigkeiten der digitalen Ökonomie
 Entstehung und Wandel von Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation
 Wirkungsfelder der digitalen Transformation
 Wechselwirkungen von Digitaler Transformation und Unternehmenskultur
 Big Data
 Analytics
 Künstliche Intelligenz: Grundlagen und Anwendungsbeispiele
 Machine Learning
 Praktische Übungen zum Machine Learning
 Umgang mit sensitiven Daten
 Datenschutz und Datensicherheit in Big Data Projekten
 Zukunftsaufgaben

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zum Informationsmanagement und zum strategischen Management anhand beispielweise folgender Lehrbücher:

- Krcmar, Helmut: Informationsmanagement; 6. Auflage; Berlin; 2015
- Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph: Strategisches Management; 5. Auflage; Stuttgart; 2016
- Vahs, Dietmar: Organisation; 10. Auflage; Stuttgart; 2019

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Appelfeller, Wieland; Feldmann, Carsten: Die digitale Transformation des Unternehmens; Wiesbaden; 2018
- Brandes, Ulf; Gemmer, Pascal; Koschek, Holger; Schültken, Lydia: Management Y; Frankfurt a.M.; 2014
- Bruce, Peter; Bruce, Andrew; Gedeck, Peter; Fraaß, Marcus: Praktische Statistik für Data Scientists, 2. Auflage, Heidelberg, 2021
- Brynjolfsson, Erik; McAfee, Andrew: The Second Machine Age, New York; 2014
- Davenport, Thomas: big data@work; Boston; 2014
- Denning, Stephen: The Leader's Guide to Radical Management; San Francisco; 2010
- Dorschel, Joachim: Praxishandbuch Big Data; Wiesbaden; 2015
- Fasel, Daniel; Meier, Andreas (Hrsg.): Big Data - Grundlagen, Systeme und Nutzungspotenziale; Wiesbaden; 2016
- Gassmann, Oliver; Sutter, Philipp: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten; München; 2016
- Geron, Aurélien: Hands-on Machine Learning with Scikit-Learn, Keras and TensorFlow, 2. Auflage; Sebastopol; 2019
- Hanschke, Inge (2018): Digitalisierung und Industrie 4.0; München; 2018
- Jodlbauer, Herbert: Digitale Transformation der Wertschöpfung; Stuttgart; 2018
- Jung, Hans; Kraft, Patricia: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung; München; 2016
- Kugler, Sascha; Anrich, Felix: Digitale Transformation im Mittelstand mit System; Wiesbaden; 2018
- Matzler, Kurt; Bailom, Franz; Friedrich von den Eichen, Stephan; Anschöber, Markus: Digital Disruption; München; 2016
- Mayer-Schönberger, Viktor; Cukier, Kenneth: Big Data; 3. Auflage; München; 2017
- Rogers, David L.: Digital Transformation Playbook; New York; 2016
- Schallmo, Daniel R.A.; Rusnjak, Andreas; Anzengruber, Johanne; Werani, Thomas; Lang, Klaus: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen; 2. Auflage; Wiesbaden, 2021
- Strohmeier, Stefan; Piazza, Franca: Human Resource Intelligence und Analytics; Wiesbaden; 2015
- Pentland, Alex: Social Physics; New York; 2015
- Provost, Foster; Fawcett, Tom: Data Science for Business; Sebastopol; 2013
- Westerman, George; Bonnet, Didier; McAfee, Andrew: Leading Digital; Boston; 2014

Politik und Emotionen in Organisationen (W3M10910)

Organizational Politics and Emotions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10910	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen in den Themenfeldern Macht, Politik und Konflikte sowie Emotionen in Organisationen.

Sie sind ferner in der Lage, Unternehmen nicht nur als zweckrationale Gebilde

zu analysieren, sondern haben ein fundiertes Verständnis von politischen Prozessen in Organisationen und der Rolle von Emotionen im Organisationsalltag

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, eigenständig Forschungsfragen in den Themenfeldern Macht, Politik und Konflikte sowie Emotionen in Organisationen zu formulieren und wissenschaftlich zu bearbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre eigenen im Organisationsalltag auftretenden Emotionen sowie ihre eigene Rolle als mikropolitische Akteure zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Politik und Emotionen in Organisationen	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Macht in Organisationen (Formen von Macht, Machtgrundlagen, Machttheorien, Arbeitsbeziehungen als Machtbeziehungen)

Koalitionen und Netzwerke in Organisationen

Konflikte in Organisationen (Arten von Konflikten, Konfliktverläufe, Konfliktmanagement)

Mikropolitik in Organisationen (mikropolitische Strategien und Taktiken, Ethik mikropolitischen Verhaltens)

Emotionen als Gegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung

Entstehung und Funktionen von Emotionen in Organisationen

Emotionen im Organisationsalltag (insb. Emotionsarbeit und emotionale Intelligenz, Einfluss von Emotionen in Entscheidungsprozessen, Emotionen im Rahmen des organisatorischen Wandels)

Emotionale Beschädigungen in Organisationen (z.B. Mobbing, sexuelle Belästigung, Diskriminierung, Stress, Personalabbau)

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten menschlichen Verhaltens in Organisationen („Organizational Behavior“) anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: Nerdinger, F.W. u.a.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin Schuler, H.; Moser, K.: Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bratton, J. u.a.: Introduction to Work and Organizational Behaviour, London

Clegg, S. u.a.: Managing and Organizations, London

Greenberg, J.: Behavior in Organizations, Harlow

Linstead, S. u.a.: Management & Organization, New York

Robbins, S.P.; Judge, T.A.: Essentials of Organizational Behavior, Boston

Schermerhorn, J.R. u.a.: Organizational Behavior, Hoboken

New Work: agiles Arbeiten und digitale Führung (W3M10911)

New Work: agile Work and digital Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10911	-	1	Prof. Dr. Katja Stamer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein fundiertes Wissen zu dem Thema New Work, agiles Management und digital Leadership. Sie sind in der Lage, die Implikationen der makropolitischen Veränderungen im Markt, der Gesellschaft usw. für die Arbeitswelt der Zukunft (New Work) zu hinterfragen und notwendige Gestaltungskonsequenzen aufzuzeigen.

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls methodisch befähigt, anwendungsbezogenen Konzepte zu Arbeitsweisen und Führung kritisch zu reflektieren und unter Beachtung betrieblicher Gegebenheiten bedarfsbezogen zu modifizieren beziehungsweise neu zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
New Work: agiles Arbeiten und digitale Führung	42	93

Einflussfaktoren auf die Arbeit der Zukunft (Makro- und Mesoebene)
 Implikationen für Führungs- und Managementebenen (Digitales Mindset, Agilität und Offenheit)
 Ganzheitlicher Gestaltungsansatz: People, Places, Tools
 Agiles Arbeiten mit u.a. agilen Arbeitszeitmodellen, agilen Instrumenten sowie deren arbeitsrechtlichen Implikationen
 Handlungsansätze und Gestaltungsoptionen eines Digital Leadership
 Führung, Konfliktmanagement und Mediation in einem holokratischen, mitarbeiterzentrierten Arbeitsumfeld
 Auswirkungen von technologischen Änderungen auf Arbeitsweisen und Führung (z.B. Sourcing- und Daten-Konzepte)
 Technologieunterstütztes Personalmanagement im Wandel von Demografie und Fachkräfteangebot
 Reifegradmodellierung zur Planung, Kontrolle und Steuerung des intendierten Umfangs des prozessualen Wandels

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Vorbereitung wird folgendes Lehrbuch in der aktuellsten Auflage empfohlen:
Hackl, B. et al.: New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt, Wiesbaden.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bergmann, F.; Schuhmacher, S.: Neue Arbeit, neue Kultur, Freiburg

Hübler, M.: New Work - Menschlich Demokratisch Agil - Wie Sie Teams und Organisationen erfolgreich in eine digitale Zukunft führen, Regensburg

Kreutzer, R.; Neugebauer, T.: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management, Wiesbaden

Petry, Th.: Digital Leadership: Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, Freiburg

Schermuly, C.: New Work - Gute Arbeit gestalten, Freiburg

Seeger, Ch.: Harvard Business Manager Edition 4/2017: Agiles Management, Hamburg

Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10912)

Foundations of Neuroscience in Business Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10912	-	1	Prof. Dr. Stefan Krause	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierende kennen die neurowissenschaftlichen Grundlagen des menschlichen Erlebens und Verhaltens. Sie können menschliche Verhaltensweisen auf Basis des biologischen Substrats analysieren und verstehen. Sie besitzen einen Überblick über die zentralen Theorien und Forschungsbefunde aus dem Bereich der Wahrnehmung sowie der auch kognitiven Prozessen zugrundeliegenden Gehirnanatomie und –physiologie.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftliche Implikationen von wirtschaftlichem Handeln vor dem Hintergrund eines differenzierteren Menschenbildes und unter Anwendung empirischer Methoden wahrzunehmen und zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende vermögen eigene Motive und Reaktionsweisen vertieft zu verstehen und eigenes Erleben und Verhalten kritisch zu reflektieren. Das Wissen um die Arbeitsweise des Gehirns, der Vielzahl unbewusster Prozesse sowie Kenntnisse der Implikationen aus der Debatte um Willensfreiheit lässt sie eigenes Handeln und das anderer differenzierter und toleranter erleben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	42	93

Gehirnanatomie: Struktur, Funktionszuordnung
 Gehirnphysiologie: Aufbau einer Nervenzelle, die Erregungsleitung in einer Nervenzelle und zwischen Nervenzellen, Wirkung wichtiger Neurotransmitter
 Wahrnehmung: Psychophysik; visuelles und auditives System, Haptik, Somatosensorik, gustatorische und olfaktorische Wahrnehmung
 Neuronale Grundlagen der Aufmerksamkeit
 Neuronale Prinzipien des Lernens
 Neurowissenschaftliche Theorien zur grundlegenden Struktur von Persönlichkeit (nicht Persönlichkeitspsychologie)
 Neurowissenschaftliche Positionen zur Willensfreiheit von Menschen

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Es wird empfohlen, zuerst das Modul „Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10912)“ zu belegen, bevor das Modul „Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10913)“ besucht wird.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Myers, David: Psychologie, 3. Auflage, Heidelberg, 2014

Pinel, John. P. J.; Barnes, Steven J. & Pauli, Paul: Biopsychologie, 10. Auflage, München, 2018

Roth, Gerhard: Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten. Warum es so schwierig ist, sich und andere zu ändern, 13. Auflage, Stuttgart, 2019

Schandry, Rainer: Biologische Psychologie, Weinheim, 2016

Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10913)

Foundations of Cognitive Science in Business Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10913	-	1	Prof. Dr. Stefan Krause	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die kognitionswissenschaftlichen Grundlagen des menschlichen Erlebens und Verhaltens. Sie besitzen einen Überblick über die zentralen psychologischen Theorien und Forschungsbefunde aus dem Bereich Lernen, Aufmerksamkeit und Gedächtnis, des Denkens sowie der Motivation und Emotion.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierende sind vor dem Hintergrund vertieften Wissens über kognitionswissenschaftliche Zusammenhänge und einschlägige methodische Analyseverfahren in der Lage, verbessert Verantwortung in wirtschaftlichen Zusammenhängen zu übernehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende haben vertieft Einsicht in eigene Funktionsweisen und Motive, so dass sie sich in ihrer Wirkung auf wirtschaftliche Prozesse reflektierter wahrnehmen und differenzierter erleben können. Sie sind in der Lage, sich selbst kritischer zu sehen und eigene Wahrnehmungen nicht für absolut zu halten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	42	93

Lernen: klassische Konditionierung, operante Konditionierung, Modelllernen
 Gedächtnis: Mehrspeichermodelle; Arbeitsgedächtnis; sensorischer Speicher, Langzeitgedächtnis, implizites Gedächtnis, Enkodier- und Abrufprozesse
 Sprache: Verarbeitungsebenen; semantisches Gedächtnis; Buchstaben und Worterkennung; mentales Lexikon; Satz- und Textverarbeitung; Inferenzen
 Denken und Problemlösen: Deduktives und induktives Schließen; Kreativität; Denken und Sprache; Denken und Handeln;
 Theorien des problemlösenden Denkens; einfaches Problemlösen; komplexes Problemlösen
 Emotion und Motivation: Emotionsbegriff; Erfassung von Emotionen; physiologische und evolutionspsychologische und
 kognitive Emotionstheorien; Motiv und Motivation; Erfassung von Motiven; Trieb- und Aktivierungstheorien; Erwartungs-Wert-
 Theorien; intrinsische/extrinsische Motivation; Psychologie des Willens

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Es wird empfohlen, zuerst das Modul „Neurowissenschaftliche Grundlagen der Psychologie (W3M10912)“ zu belegen, bevor das Modul „Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Psychologie (W3M10912)“ besucht wird.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Spering, Miriam, Schmidt, Thomas: Allgemeine Psychologie 1, Weinheim, 2017
- Goldstein, Bruce. E.: Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs, 9. Auflage, Heidelberg, 2015
- Horstmann, Gernot, Dreisbach, Gesine: Allgemeine Psychologie 2, Weinheim, 2017
- Müsseler, Jochen: Allgemeine Psychologie, Heidelberg, 2017
- Myers, David: Psychologie, 3. Auflage, Heidelberg, 2014
- Wentura, Dirk, Frings, Christian: Kognitive Psychologie, Wiesbaden, 2012

Business Coaching und Mentoring (W3M10914)

Business Coaching and Mentoring

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10914	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit, Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein fundiertes Wissen hinsichtlich der Formen, Methoden und Anwendungsfelder des Business Coachings und Mentorings in der betrieblichen Praxis.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach dem Modul einschlägige Vorgehensweisen und Methoden aus dem Bereich „Coaching und Mentoring“ situationsadäquat auswählen und anwenden. Sie sind damit auch in der Lage, einen Coachingprozess zu konzipieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein Coachinggespräch von überschaubarer Komplexität zu gestalten und durchzuführen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Coaching und Mentoring	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Kennzeichen des Business Coachings
- Psychologische Grundlagen des Business Coachings (z.B. Behavioristischer Ansatz, Humanistischer Ansatz, Gestaltansatz, Systemischer Ansatz, Psychodynamischer Ansatz)
- Erfolgskriterien im Coaching und Evaluation des Coachingenerfolgs
- Haltung und Ethik im Coaching
- Phasen des Coachingprozesses (inkl. Auftragsklärung) und Coaching-Beziehung (Rollen und Verantwortlichkeiten)
- Coachingmethoden (inkl. Übungen und exemplarisches Lernen an Praxisfällen)
- Anwendungsfelder des Coachings (Coachinganlässe) (z.B. Standortbestimmung, Karriere, Gesundheit, Motivation, Krise, Veränderung, Konflikte, Work-Life-Balance)
- Formen des Coachings (Selbst-, Einzel-, Gruppencoaching)
- Coaching-Supervision
- Auswahl von Coaches
- Kennzeichen des Mentorings
- Formen des Mentorings
- Rollen und Verantwortlichkeiten im Mentoring
- Einsatzgebiete des Mentorings
- Mentor:innenauswahl und -schulung
- Evaluation des Mentorings

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Als einführende Lektüre zu den grundlegenden Aspekten des Coachings und Mentorings werden beispielweise folgender Lehrbücher empfohlen:

Garvey, Robert u.a.: Coaching and Mentoring, London, 2014
Parsloe, Eric; Leedham, Melville : Coaching and Mentoring, London, 2022

Vertiefende Literatur:

Bachkirova, Tatiana et al. (eds.): The Complete Handbook of Coaching, 3rd edition, London, 2016
Backhausen, Wilhelm; Thommen, Jean-Paul: Coaching, 4. Auflage Wiesbaden, 2009
Graf, Nele; Edelkraut, Fank: Mentoring, 2. Auflage, Wiesbaden, 2016
Grolimund, Fabian: Psychologische Beratung und Coaching, 2. Auflage, Göttingen, 2014
Kauffeld, Simone; Gessnitzer, Sina: Coaching. Wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendungen, Stuttgart, 2018
Keel, Michael: Mentoring. Program Development, relationships, and outcomes, New York, 2009
Loebbert, Michael: Coaching Theorie, 2. Auflage, Heidelberg, 2016
Migge, Björn: Handbuch Business Coaching, Weinheim, 2018
Passmore, Jonathan et al. (eds.): The Wiley-Blackwell Handbook of the Psychology of Coaching and Mentoring, Hoboken N.J., 2016
Rauen, Christian: Handbuch Coaching, 4. Auflage, Göttingen, 2021

Psychologie der individuellen Persönlichkeit (W3M10915)

Personality Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10915	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen zentrale Theorien der Persönlichkeitsforschung und wissen Forschungsergebnisse und Ansätze in diesem Forschungsgebiet kritisch zu hinterfragen. Ursachen interindividueller Unterschiede können sie aufzeigen. Die Bedeutung der Persönlichkeitstheorien und Forschungsmethoden für den Kontext der Arbeits- und Organisationspsychologie ist erkannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen wesentliche Methoden der Persönlichkeitsforschung und haben es gelernt, laienpsychologische Annahmen aus dem Berufsalltag strukturiert und methodisch reflektiert zu hinterfragen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie haben die Kompetenz zur wissenschaftlich-fundierten Argumentation erworben und wissen die wesentlichen Ergebnisse in ihrer Bedeutung für den beruflichen Alltag aufzuzeigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Psychologie der individuellen Persönlichkeit	42	93

Methoden der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie
 Biologische und kulturelle Grundlagen
 Anlage-Umwelt-Debatte
 Zugänge zur Persönlichkeit und Theorien der Persönlichkeit
 Entwicklung der Persönlichkeit, Verhaltensstabilität und -variabilität im Verlauf des Lebens
 Anwendungsperspektiven: Intelligenz, soziale Intelligenz, Kreativität, Handlungs-, Motiv- und
 Bewertungsdispositionen, Resilienz, interkulturelle Unterschiede

BESONDERHEITEN

Umfang der Seminararbeit 10-15 Seiten, Dauer der Präsentation 10-15 Minuten.

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird die jeweils aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Allport, Gordon W.: Personality. A Psychological Interpretation, New York, 1937
Amelang, Manfred (Hrsg.): Determinanten interindividueller Unterschiede, Göttingen, Bern, 2000
Asendorpf, Jens B.: Psychologie der Persönlichkeit, Heidelberg, 2007
Burger, Jerry M.: Personality, Belmont CA, 2014
Engler, Barbara: Personality Theories: An Introduction, 8th edition, Boston, New York, 2009
Hjelle, L. A.; Ziegler, D. J.: Personality Theories: Basic Assumptions, Research and Application, 3rd edition, New York, 1992
Kelly, George A.: Personality. The Psychology of Personal Constructs, New York, 1954
Laux, L.: Persönlichkeitspsychologie, 2. Auflage, Stuttgart, 2008
Maltby, John; Day, Liz; Macaskill, Ann: Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz, München, 2011
Mischel, Walter: An Introduction to Personality, New York, 1993
Neyer, Franz J.; Asendorpf, Jens B.: Psychologie der Persönlichkeit, Berlin, 2017

Psychologie der Personalführung (W3M10917)

Psychology of Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10917	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem sozialpsychologischen Fachgebiet der Mitarbeiterführung. Sie sind ferner in der Lage, sich kritisch mit den unterschiedlichen theoretischen Perspektiven der Führungsforschung auseinanderzusetzen und Lösungsstrategien für betriebliche Führungsprobleme zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Methoden zur zielorientierten Beeinflussung des Mitarbeiterverhaltens anzuwenden, zu reflektieren sowie weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Bewusstsein für die eigene Verantwortung als Führungs(nachwuchs)kraft entwickelt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Psychologie der Personalführung	42	93

Mitarbeiterführung als zielbezogene Einflussnahme
 Führungserfolg und Führungssituation
 Macht und Führung
 Führungsinstrumente (z.B. Symbole, Kommunikation, Anreizsystem, Personalentwicklung)
 Funktionale Äquivalente direkter Führung (z.B. Führungssubstitute, Selbstführung, geteilte Führung, digital Leadership)
 Destruktive Führung
 Persönlichkeit und Führung
 Führungstheorien (z.B. situative Führung, LMX-Theorie, dienende Führung, transformationale Führung, authentische Führung, salutogenetische Führung, positive Führung, Neuroleadership)
 Führung von Arbeitsgruppen
 Führung in Veränderungsprozessen
 Frauen in Führungspositionen
 Führung im interkulturellen Kontext
 Auswahl von Führungskräften und Führungskräfteentwicklung

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bratton, John: Organizational Leadership, London, 2020

Felfe, Jörg; Dick, Rolf van (Hrsg.): Handbuch Mitarbeiterführung, Berlin/Heidelberg, 2016

Northouse, Peter G.: Leadership. Theory and practice, 9. Aufl., Thousand Oaks, 2022

Rosenstiel, Lutz von u.a. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, 8. Aufl., Stuttgart, 2020

Rybnikova, Irma; Lang, Rainhart (Hrsg.): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte, 2. Aufl., Wiesbaden, 2021

Schirmer, Uwe.; Woydt, Sabine: Mitarbeiterführung, 3. Aufl., Berlin, 2016

Weibler, Jürgen: Personalführung, 3. Aufl., München, 2016

Yukl, Gary; Gardner III, William L.: Leadership in Organizations, 9. Aufl., Boston u.a., 2020

Organisational Behaviour (W3M10918)

Organisational Behaviour

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10918	-	1	Prof. Dr. Michael Hudetzka	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, menschliches Verhalten im organisationalen Kontext auf der Basis einschlägiger verhaltenswissenschaftlicher Grundlagen zu verstehen und zu erklären. Auch neuartige betriebliche Problemstellungen können auf Grundlage dieses verhaltenswissenschaftlichen Fundamentes analysiert und bewertet werden.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können sich mit den eigenen betrieblichen Verhaltensweisen unter Berücksichtigung der eigenen Stärken und Entwicklungspotenziale kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden verstehen die komplexen Wechselwirkungen des Verhaltens von Menschen in Gruppen und Organisationen. Aufgrund dieser Selbstreflexion sind sie in der Lage, sich lösungsorientiert bei verhaltenswissenschaftlichen betrieblichen Problemstellungen einzubringen

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, verhaltensorientierte Aspekte für den Unternehmenserfolg zu analysieren und zu erörtern. Sie sind in der Lage, überzeugende verhaltenswissenschaftliche Erfolgsmuster bei zukunftsorientierten, betrieblichen Herausforderungen auch für komplexe Problemstellungen aufzuzeigen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Organisational Behaviour	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Einführung: Begriffsdefinitionen, Grundmodelle, verhaltenswissenschaftliche Betrachtungen der Organisation auf Individual-, Gruppen- und Organisationsebene, Wechselwirkungen, aktuelle Herausforderungen, Grenzen und Fallstricke rationaler Entscheidungsfindung, Neue Erwartungstheorie, Verhaltensökonomik, übergreifende aktuelle Themenfelder (z.B. Digitalisierung, Komplexität, Agilität, VUCA, etc. ...)

Individualebene: Biographische Merkmale, Werte, Commitment, Extra-Rollen-Verhalten, Organisational Citizenship Behaviour, Psychologischer Arbeitsvertrag, Arbeitsengagement, Wirkung des Geldes, Arbeitszufriedenheit, Stress/Burnout, Deep Work

Gruppenebene: Betriebliche Kommunikationsmodelle, gelungenes Feedback und Leistungsbewertung, Konfliktmanagement, Teamrollen, Gruppendynamik

Organisationsebene: Einfluss von Organisationsstrukturen und Organisationskulturen, Job-Crafting, Digitalisierung und Industrie 4.0, die Rolle des Menschen, die Rolle der Technik, Sinnfindung/Purpose, New Work, organisationale Gerechtigkeit, Digitale Transformation, Agile Organisationen

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Häusling, André (Hrsg.): Agile Organisationen: Transformationen erfolgreich gestalten: Beispiele agiler Pioniere, 2. Auflage, Freiburg u.a., 2020

Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken., München, 2016

Robbins, Stephen; Judge, Timothy: Organizational Behavior, 17. Edition, Essex, 2017

Rosenstiel, Lutz; Nerdinger, Friedemann : Grundlagen der Organisationspsychologie, 7. Auflage, Stuttgart, 2011

Schuler, Hans; Moser, Klaus (Hrsg.): Lehrbuch Organisationspsychologie, 6. Auflage, Hogrefe, Bern, 2019

Sichart, Silke; Preußig, Jörg: Agil führen: Neue Methoden für moderne Führungskräfte, 2. Auflage, Freiburg u.a., 2022

Ulrich, Eberhard: Arbeitspsychologie, 7. Auflage, Stuttgart, 2011

Nachhaltigkeitsmanagement: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility (W3M10920)

Sustainability Management: Business Ethics and Corporate Social Responsibility

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10920	-	1	Dr. Christopher Paul	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen und praxisbezogenen Konzepte im Bereich Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility als Basis für ein unternehmerisches Nachhaltigkeitsmanagement. Sie erwerben ein vertieftes Verständnis unterschiedlicher Ansätze zur Entwicklung von praktischen und fachlichen Lösungen für einschlägige Fragestellungen im Bereich ethisch und CSR-fundierter Nachhaltigkeitsaktivitäten.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Befassung mit den Fragen und Diskursen im Kontext von Ethik und CSR erwerben die Studierenden einen hohen Grad an Reflexivität, der es ermöglicht, bestehende und zukünftige unternehmerische Handlungsbedarfe im Bereich nachhaltigen Agierens impulsgebend zu gestalten. Die Studierenden können ihre Sichtweisen und Handlungsempfehlungen nachvollziehbar darstellen und diskutorisch vertreten. Sie sind in der Lage, interne und externe Stakeholder von der Notwendigkeit einer nachhaltigen Unternehmensführung zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage einschlägige Maßnahmen in den Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie zu konzeptionieren, implementieren und umzusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Nachhaltigkeitsmanagement: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Hinführung und Überblick
- Unternehmensethische Grundlagen: Ethik als Ausgangspunkt für Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsmanagement
- Grundkonflikt: Ökonomik vs. Nachhaltigkeit/Ethik
- Ebenen und Begriff der Ethik
- Ethikformen
- Metaethisches Begründungsproblem der Wirtschaftsethik
- Die Ethik des ehrbaren Kaufmanns
- Konsente Diskursethik als prozeduraler Lösungsvorschlag zur Findung nachhaltiger Strategien
- Pflichten- vs. Folgenethik
- Theoretische Grundlagen einer verantwortungsvollen, ethisch-nachhaltigen Unternehmensführung: Corporate Governance
- Reifegradmodell CSR und Nachhaltigkeit
- Verantwortung als Konstrukt
- Business Case für CSR
- CSR-Diskurse, Fälle und Perspektiven
- Vom Stakeholder zum Shared Value
- Social Entrepreneurship
- Corporate Sustainability: ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement
- Ausgewählte Anwendungsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements: Diversitätsmanagement und Gendergerechtigkeit, Umweltschutz, erneuerbare Energien, Sustainable Supply Chain Management usw.
- UN Sustainable Development Goals
- Nachhaltigkeitsrat Deutschland
- CSR Managementansätze
- CSR als strategischer Managementansatz
- ISO 26000
- Entwicklung einer unternehmerischen Nachhaltigkeitskultur
- Rahmenbedingungen von CSR
- Die Rolle des Aufsichtsrats
- Regionale Partnerschaften
- Die Zusammenarbeit mit NGOs

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Aßländer, Michael S. (Hrsg.); Handbuch Wirtschaftsethik, 2. Aufl., Berlin 2022
- Brühl, Rolf; Corporate Social Responsibility, München 2018
- Gogoll, Frank; Wenke, Martin: Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und CSR, Stuttgart 2017
- ifaa – Institut für angewandte Arbeitswissenschaft e. V. (Hrsg.); Nachhaltigkeitsmanagement – Handbuch für die Unternehmenspraxis, Berlin 2021
- Schneider, Andreas; Schmidpeter, Rene (Hrsg.): Corporate Social Responsibility, 2., ergänzte und erweiterte Auflage, Berlin 2015
- Schütz, Mathias: Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis, 2. aktualisierte Auflage, München 2021
- Suchanek, Andreas; Unternehmensethik, Tübingen 2015

Innovations- und Changemanagement (W3M10921)

Innovation and change management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10921	-	1	Prof. Dr. Frank O. Bayer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis von organisatorischen und inhaltlichen Zusammenhängen, um Situationen und Projekte im Bereich Innovations- und Change-Management einschätzen zu können.

METHODENKOMPETENZ

Neben der Anwendung von passenden Methoden und Vorgehensweisen im Bereich Innovations- und Changemanagement sind die Studierenden befähigt, Grenzen und Praktikabilität von Methoden erkennen und einschätzen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können den Einsatz neu erarbeiteter Vorgehensweisen und Lösungsansätze gegenüber anderen betrieblichen Partnern stichhaltig und zielorientiert argumentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Innovations- und Changemanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Innovationsmanagement
Bedeutung von Innovationen
Innovations- und Technologiebegriff - Merkmale von Innovationen - Innovationsarten (4Ps, radikal / inkrementell) Aufgaben des Innovations- und Technologiemanagements
Kontinuierliche und diskontinuierliche Innovation
Disruptive Innovation
Produktinnovation und Produkt-Lebenszyklus
Innovations-/ Produktentstehungsprozess: Phasenmodelle, Aktivitäten und Methoden in den verschiedenen Phasen
Innovations- und Technologiestrategien - Organisation der Innovationstätigkeit
Innovationsfördernde Unternehmenskultur - Innovationsbarrieren
Der Kunde im Innovationsprozess
Kooperationen, Internationalisierung und Technologietransfer- Open Innovation
Einflussgrößen auf den Innovationserfolg, Diffusion, Reduktion der Flopgefahr

Changemanagement
Auslöser und Grundtypen von Unternehmenswandel
Prozessmodelle und Ablauf von Change Management
Interessen von Mitarbeitern und Führungskräften
Barrieren und Widerstände sowie der Umgang mit diesen
Implementierung Beteiligung und Qualifizierung von Mitarbeitern
Besonderheiten der Führung im Change Management
Kommunikation im Change Management
Organisation von Change-Programmen und -Projekten
Rolle des Change Managers

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Innovationsmanagement
Tidd, J. / Bessant, J.: Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, Wiley, Chichester.
Vahs, D. / Brem, A.: Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
Hauschild, J. / Salomo, S.: Innovationsmanagement, Franz Vahlen, München.
Afuah, A.: Innovation Management, Oxford University Press, Oxford.
Vahs, D. / Burmester, R.: Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
Specht, G. / Beckmann, C. / Ameltingmeyer, J.: F&E-Management - Kompetenz im Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

Changemanagement
Krüger, W. (Hrsg.): Excellence in Change, Gabler Wiesbaden.
Doppler, K./ Lauterburger, K.: Change Management, Stuttgart.
Hayes, J.: The theory and practice of change management.
Kotter, J.: Leading Change, Boston, Mass.
Kotter, J.: Accelerate, München.
Hammer, M./ Champy, J.: Business Reengineering, New York.
Hansel, J./Lomnitz, G.: Projektleiter-Praxis, Berlin, Heidelberg.
Berner, W.: Change! : 15 Fallstudien zu Sanierung, Turnaround, Prozessoptimierung, Reorganisation, Stuttgart.
Albach, H. et al.: Management of Permanent Change, Wiesbaden.
Petersen, D./ Witschi, U.: Wandel durch Vernetzung, Wiesbaden.

Führung, Organisational Behaviour und Ethik (W3M10922)

Leadership, Organisational Behaviour & Ethics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10922	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, menschliches Verhalten im organisationalen Kontext auf der Basis einschlägiger individual-, sozial- und organisationspsychologischer sowie ethischer Grundlagen zu verstehen und zu erklären. Sie sind in der Lage, ihr eigenes und das Führungsverhalten Dritter aus Praxissicht sowie aus ethischer Sicht kritisch zu reflektieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die sozial-ethischen Implikationen organisationaler und führungsbezogener Entscheidungen. Insbesondere können sie sich mit den Beeinflussungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden kennen die relevanten Ansätze aus der Verhaltensforschung (bspw. zu Führungsstilen, Motivation etc.) und sind in der Lage, deren Praktikabilität und Grenzen einzuschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und verstehen die komplexen Wechselwirkungen des Verhaltens von Menschen in Gruppen und Organisationen und können sich mit den eigenen Führungsfähigkeiten kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, sich mit der Rolle und den Beeinflussungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen kritisch auseinanderzusetzen und sich selbst in dieser Rolle zu hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, verhaltensorientierte und kulturelle Aspekte des Unternehmensgeschehens im Rahmen der gegebenen Optionen zu steuern und in strategische Ansätze einzubinden. Hierbei sind sie sich auch ethischer Dimensionen bewusst.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Führung, Organisational Behaviour und Ethik	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Führungsprozess, personale und strukturelle Führung, Führungsinstrumente, Legitimation von Führung, Führungsautorität und -kompetenz; Überblick und Würdigung klassischer Führungstheorien sowie aktuellere Führungstheorien und Trends;
Führungsethik: Anforderungen an Führungskräfte und relevante Eigenschaften im heutigen Führungsalltag; Führungskräfteentwicklung; externe Einflüsse auf das Führungsverhalten

Verhaltenswissenschaftliche Betrachtung der Organisation auf Individuum-, Gruppen- und Organisationsebene sowie deren Wechselwirkungen; Kommunikation, Feedback, Konflikte in Organisationen, Gruppenstrukturen; Betriebsklima, Unternehmenskultur, organisationale Gerechtigkeit

Unternehmerische und soziale Verantwortung, Corporate Social Responsibility;
Nachhaltigkeit unternehmerischer Entscheidungen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Rosenstiel, v. u.a. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart

Weibler, J.: Personalführung, München

Yukl, Gary: Leadership in Organizations, Upper Saddle River; New Jersey

Greenberg, J./ Baron, R.: Behavior in organizations, Prentice Hall

Robbins, S. P.: Organisation der Unternehmung, München

Rosenstiel, L. / Nerdinger, F. W.: Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart

Göbel, E.: Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart

Küpper, H.-U.: Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, Stuttgart

HR Future Skills – Digitale Tools und Anwendungen für HR-Experts (W3M10923)

HR Future Skills – AI & Analytics in HRM

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10923	-	1	Prof. Dr. Thomas Glökler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	Teilgenommen

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Grundlagenwissen im Bereich von Big Data und KI, insb. in Anwendung auf HR-Fragestellungen und im Umgang mit sensiblen HR-Daten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, relevante KI- und Big Data-Methoden für Personalprozesse anzuwenden und einzuordnen. Sie sind zudem in der Lage, diese kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, datenbasierte HR-Sachverhalte sowohl mit dem Fachbereich zu diskutieren, als auch die fachspezifischen Anforderungen auf einem Grundlagenniveau mit der IT-Abteilung zu thematisieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls eine Schnittstellenkompetenz erworben, die die Studierenden befähigt, die Anforderungen des HR-Bereichs den Möglichkeiten von KI gegenüberzustellen. Auf dieser Basis sind die Studierenden in der Lage, Big Data- und KI-Projekte im HR-Bereich zu begleiten und aus HR-Perspektive zu managen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
HR Future Skills – Digitale Tools und Anwendungen für HR-Experts	42	93

Grundlegende Konzepte:

- Funktionsweise maschinellen Lernens (Artificial Intelligence)
- Grundlagen Big Data
- Datenanalyse mit Python
- Umgang mit sensiblen Daten & Datenschutz

Praktische Anwendungen im HR-Bereich und deren Umsetzung

- Fallbeispiel: Erstellung eines einfachen künstlichen neuronalen Netzes
- Fallbeispiel: Erstellung eines einfachen Chatbots für Bewerberfragen
- Fallbeispiel: Prognose der Mitarbeiterfluktuation und Leistungsverhalten
- Fallbeispiel: Vorhersage der Karriereentwicklung

BESONDERHEITEN

Das Modul ist ein Wahlmodul im curricularen Fokus „Personalmanagement“ und gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Abdel-Karim, Benjamin M.; Data Science. Best Practices mit Python; Wiesbaden 2022
Gärtner, Christian; Smart HRM. Digitale Tools für die Personalarbeit; Wiesbaden 2020
Meacham, Margie; AI in Talent Development: Capitalize on the AI Revolution to Transform the Way You Work, Learn, and Live; Alexandria 2020.
Petry, Thorsten; Jäger, Wolfgang (Hrsg.); Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. Aufl., Freiburg, München, Stuttgart 2021
Plaue, Matthias; Data Science. Grundlagen, Statistik und maschinelles Lernen, Berlin 2021
Steinwendner, Joachim; Schwaiger, Roland; Neuronale Netze programmieren mit Python; 2. Aufl.; Bonn 2020
Trask, Andrew W.; Neuronale Netze und Deep Learning kapiern. Der einfache Praxiseinstieg mit Beispielen in Python; Frechen 2020.

Supply Chain Management: Strategien, Ziele und Trends (W3M11001)

Supply Chain Management: Strategies and Objectives

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11001	-	1	Prof. Dr. Matthias Laforsch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Kunden- und Wertorientierung: Die Studierenden werden darauf vorbereitet, die Verantwortung (Prozess- und Linienverantwortung) für die strategische Konzeption, den Aufbau und Betrieb von kunden- und wertorientierten Wertschöpfungsketten (Supply Chain Channels) zu übernehmen.

Systemische Kompetenz und ganzheitliches Denken: Den Studierenden wird durch unterschiedliche Fallbeispiele die Notwendigkeit veranschaulicht, im Berufsfeld des Supply Chain Managers in Prozessen und Systemen (ganzheitlich) denken zu können.

Die Studierenden lernen, diese systemische Kompetenz bei der Realisierung von branchen-, unternehmens- und abteilungsübergreifenden Wertschöpfungsketten zu nutzen und in digitalisierte Prozesse umzusetzen. Sie können damit einen sichtbaren Beitrag zur Erreichung eines überlegenen Kundenwerts und zur Erzeugung von Wettbewerbsvorteilen leisten.

METHODENKOMPETENZ

Beherrschung von Komplexität und Ungewissheit: Den Studierenden wird mit Hilfe von Planspielen und Fallbeispielen das dynamische Verhalten von Supply Chains in einem von Globalisierung, steigenden Kundenanforderungen und schnellen Innovationszyklen geprägten Wettbewerbsumfeld sowie den möglichen Wechselwirkungen einer Vielzahl von Supply Chain Parametern bewusstgemacht. In der Konsequenz sollen die Studierenden dafür sensibilisiert werden, komplexe Entscheidungen auf der Grundlage von begründeten Kennzahlen, Modellen oder Ursache-Wirkungszusammenhängen zu treffen. Diese Sensibilisierung sollte in den einzelnen Lehreinheiten durch Fallbeispiele zu negativen Folgen willkürlicher oder tradierter Muster noch weiter intensiviert werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Konfliktlösungskompetenz: Die Studierenden lernen, Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren. Sie liefern damit einen Beitrag zur Vermeidung von für das gesamte Unternehmen schädlichen Zielkonflikten (zwischen Unternehmensbereichen).

Nachhaltigkeitsorientierung: Vor dem Hintergrund knapper werdender Ressourcen und globalen Umweltwirkungen verstehen die Studierenden die Notwendigkeit der Entwicklung der Wertschöpfungskette weg von linearen Konzepten (Cradle-to-Grave) hin zu einer Kreislaufwirtschaft (Cradle-to-Cradle).

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Standardisierungs- und Differenzierungskompetenz: Den Studierenden werden mit Hilfe von unterschiedlichen Anwendungsfällen die Vorteile und Nachteile einer strategischen Differenzierung und Segmentierung von Gestaltungsobjekten in Wertschöpfungsketten aufgezeigt (z. B. Kundensegmentierung im Vertrieb, Warengruppenbildung im Einkauf, selektive Bevorratung, in der Distribution, Hybride Steuerungsstrategien, Modulare Fertigung, etc.). Die Studierenden werden dazu angeleitet, diese Erkenntnisse im konkreten Anwendungsfall bei der Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen zu übertragen und dabei die richtige Balance zwischen Standardisierung (Realisierung von Kostensenkungspotentialen) und Differenzierung (Berücksichtigung individueller Kundenanforderung) bei der Gestaltung von Wertschöpfungsprozesse zu finden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Supply Chain Management: Strategien, Ziele und Trends	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

RAHMENBEDINGUNGEN, ZIELE UND STRATEGISCHE LEITLINIEN IM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Die Studierenden lernen die grundlegenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Herausforderungen im Wettbewerbsumfeld von Industrie und Handelsunternehmen kennen.

Die Studierenden erkennen die Bedeutung aktueller Trends und dynamischer Veränderungen des Wettbewerbsumfelds für die Anforderungen an das Management globaler Wertschöpfungsketten, insbesondere Globalisierung, Dynamik der Märkte, Individualisierung, steigende Kundenanforderungen, Beschleunigung von Innovationszyklen, Wertschöpfungsorientierung (Lean Thinking), Digitalisierung, Internet der Dinge und Selbststeuerung (Industrie 4.0), Nachhaltige Entwicklung (Green Supply Chains), demografischer Wandel und Arbeitsergonomie.

Die Studierenden kennen die Ziele eines strategischen, ganzheitlichen und systemorientiert ausgerichteten Supply Chain Managements. Sie können wesentliche Unterscheidungsmerkmale und Entwicklungsschritte der klassischen funktionalen Logistik zu einem integrierten und global ausgerichteten Supply Chain Management abgrenzen.

Die Studierenden verstehen die wesentlichen strategischen Leitlinien die aus dieser grundsätzlichen Abgrenzung folgen: Systemdenken in der Logistik, Kunden-, Prozess- und Durchlaufzeitenorientierung, Flexibilität von modularen Unternehmensstrukturen, Konzentration auf Kernkompetenzen, Kooperationen und Netzwerke (insbesondere Efficient Consumer Response, City-Logistik 2.0), Integration auf Planungsebene, Komplexitätsoptimierung, Qualitätsorientierung.

PROZESSÜBERGREIFENDE SUPPLY-CHAIN-STRATEGIEN :

Prozessreferenzmodelle (z. B. SCOR-Modell) - Supply Chain Design und Segmentierung - strukturierte Vernetzung und Learning Loops - Modularisierung von Produkten und Unternehmensstrukturen- Varianten- und Komplexitätsmanagement- Lean Management - Varianten- und Komplexitätsmanagement - Total-Costs-of-Ownership - Mass Customization - Postponement-Strategien und Order Penetration Points

BESONDERHEITEN

Die Seminararbeit hat einen Umfang von 10 - 15 Seiten

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Arndt, H.: Supply Chain Management, Optimierung logistischer Prozesse, Wiesbaden
Bock, D./Weingarten, U./Laforsch, M., et.al.: BVL-Studie: „Supply Chain Collaboration – Unternehmensübergreifende Zusammenarbeit“, Bundesvereinigung Logistik (Hrsg.), Bremen, 2003
Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management, New Jersey
Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, München
Jacobs, F.R./Chase, R.B.: Operations and Supply Chain Management, Berkshire
Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme, Berlin, Heidelberg
Pfohl, H.-C. (Hrsg.): Sicherheit und Risikomanagement in der Supply Chain: Gestaltungsansätze und praktische Umsetzung, Hamburg
Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München
Simchi-Levi, D./Kaminsky, P. (Hrsg.): Designing and managing the supply chain: concepts, strategies, and case studies, Boston/Mass.
Vahrenkamp, R./Kotzab, H.: Logistik – Management und Strategien, München
Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden
Wildemann, H.: Supply Chain Management – Leitfaden für ein unternehmensübergreifendes Wertschöpfungsmanagement, München

Supply Chain Management: Methoden und Tools (W3M11002)

Supply Chain Management: Methods and Tools

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11002	-	1	Prof. Dr. Karsten Junge	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen kennen Modelle und Methoden im Supply Chain Management, in der Logistik und Produktion und können deren Operationalisierbarkeit bewerten

METHODENKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen können Modelle und Methoden eigenständig auf konkrete Problemstellungen anwenden. Dabei sind sie in der Lage, unterschiedliche Informationsquellen zu nutzen, die Problemanalyse und die Lösungsentwicklung mit Expert*innen verschiedener Fachgebiete und betrieblicher Funktionen zu diskutieren und kreative Ansätze zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen lernen, auch die sozialen, ethischen und ökologischen Auswirkungen ihrer Entscheidungen gesamtheitlich zu ergründen und abzuschätzen. Dabei können die Studierenden sowohl regionale als auch globale Perspektiven einnehmen. Sie sind somit in der Lage, die Strategie und das Verhalten von Unternehmen auch in sozialen, ethischen und ökologischen Dimensionen zu analysieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen sind offen dafür, ihr jeweiliges persönliches Portfolio an Handlungsmöglichkeiten um neue Methoden zu ergänzen, diese zu prüfen und zu entwickeln, auch wenn dies erfordert, gewohnte und bequeme Wege zu verlassen und Mühen auf sich zu nehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Supply Chain Management: Methoden und Tools	42	93

Gestaltung und Lösung formaler Modelle in Standortplanung, Beschaffung, Produktion, Distribution, Prozessdesign
 Modellbildung und Modellkomponenten, Optimierung, Approximation, Simulation, MPS, MRP I+II, Advanced Planning Systems (APS), Prozessanalyse, Standort-, Layout-, Losgrößen-, Ablauf-, Tourenplanung
 Beispiele für die behandelten Modelle und Methoden: Steiner-Weber, exponentielle Glättung, (nicht-) lineare Optimierung, dynamische Optimierung, Warteschlangentheorie, Johnson-Alg., klassisches Transportproblem, Statistical Process Control (SPC), Sensitivitätsanalyse etc.
 Software: Überblick und Funktionen von ERP-Systemen
 Übungen und Case Studies mit Tabellenkalkulation (z. B. MS Excel), Einsatz Solver (MS Excel o. ä.)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

METHODEN UND MODELLE

Domschke, W. et al.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, Wiesbaden

Golinska, P.: Logistics Operations, Supply Chain Management and Sustainability (EcoProduction), Cham

Kallrath, J.: Gemischt-ganzzahlige Optimierung: Modellierung in der Praxis. Mit Fallstudien aus Chemie, Energiewirtschaft, Papierindustrie, Metallgewerbe, Produktion und Logistik, Heidelberg

Meredith, J./Shafer, S.: Operations Management for MBAs, Hoboken/New Jersey

Reese, J.: Operations Management: Optimale Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen in Unternehmen, München

Stadtler, H./Kilger, C./Meyr, H. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software, and Case Studies, Heidelberg Suhl,

L./Mellouli, T.: Optimierungssysteme: Modelle, Verfahren, Software, Anwendungen, Heidelberg

Thonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methode und Anwendungen, München

SOFTWARE

Balla, J./Layer, F.: Production Planning with SAP APO, SAP Press

Dickersbach, J./Keller, G./Wehrauch, K.: Production Planning and Control with SAP: Basic principles, processes, and complete customization details, SAP Press Kurbel,

K.: Enterprise Resource Planning and Supply Chain Management: Functions, Business Processes and Software for Manufacturing Companies (Progress in IS), Heidelberg

Pradhan, S.: Demand and Supply Planning with SAP APO, SAP Press

Kernprozess SOURCE: Beschaffungsmanagement (W3M11003)

Sourcing Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11003	-	1	Prof. Dr. Dirk Horst Hartel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wesentlichen strategischen und operativen Anforderungen an die Kernprozesse des Beschaffungsmanagements. Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Konzepten, Methoden, Werkzeugen und Best-Practices für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung der Beschaffung und Lieferantenmanagementsystemen sowie für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung des Lieferprozesses. Ein Schwerpunkt der Lerneinheit liegt auf der Herausforderung, eine überlegene Material- und Warenverfügbarkeit bei möglichst niedrigen Bestandshöhen in Industrie- und Handelsunternehmen zu erreichen. Die Studierenden haben insbesondere den Zusammenhang zwischen Durchlaufzeiten und Bestand verinnerlicht und managen beide Parameter in Abhängigkeit von Kunden- und internen Budget- und Kostenanforderungen. Das Modul befasst sich nicht nur mit dem Beschaffungsobjekt "Produktionsmaterial", sondern greift auch Besonderheiten der Dienstleistungs- und Anlagengüterbeschaffung auf.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen des Moduls können die strategischen und operativen Methoden und Techniken sicher einsetzen. Sie können relevante wissenschaftliche Arbeitsmethoden zur Informationssammlung, Wissensaufbereitung und zur Weiterentwicklung von Methoden und Techniken nutzen, indem sie z. B. Parameter wie „Versorgungssicherheit“ auf ihr Arbeitsumfeld übertragen und messbar machen können. Dazu wenden sie insbesondere die Methoden Einkaufspotenzialanalyse, TCO-Ansatz, Make-or-Buy-Analysen, Konzeptwettbewerbe mit Lieferanten, Risikomatrizen, Instrumente zur Absicherung von Währungsschwankungen und Lieferantenportfolios an.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren und somit ein Verhalten des Ausgleichs und des gegenseitigen Verständnisses. Sie lernen, den eigenen Blickwinkel zu verlassen und die Perspektive einer anderen Person oder eines anderen Unternehmensbereichs einzunehmen. Die Fähigkeiten, Themen sachlich zu erarbeiten und Werthaltungen dazu auszubilden, werden gestärkt. Die Studierenden können einen Beitrag zur Vermeidung von für das gesamte Unternehmen schädlichen Zielkonflikten (zwischen Unternehmensbereichen) leisten. Selbststeuerungskompetenzen werden weiterentwickelt. Die Studierenden finden sich in der Vielfalt und Tiefe von Themen zurecht, so dass sich diesbezüglich Selbstvertrauen ausbilden kann, und sie lernen, Freude an der selbstständigen Erschließung von neuen Themengebieten zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kernprozess SOURCE: Beschaffungsmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Beschaffungstrends:
Vertikale Integration, Outsourcing, Lieferantenintegration, zunehmende Bedeutung der Beschaffungsaufgabe, Modular Sourcing, Global Sourcing
Beschaffungsorganisation und strategisches Beschaffungsmanagement:
Organisatorische Verankerung der Beschaffungsaufgabe, Digitalisierung im Einkauf (Einkauf 4.0, E-Tools und deren Nutzungsintensität im Einkauf, Reverse Auctions), International Procurement Offices, Nachhaltigkeit (Konfliktminerale, Verantwortung entlang der Supply Chain, Case Study in der Lebensmittelindustrie), Beschaffungsziele, Beschaffung von Dienstleistungen, Versorgungssicherheit, Materialgruppen, Versorgungsklassen, Sourcing Matrix, Selective Sourcing, stochastische Versorgungssicherheit
Lieferantenmanagement:
Lieferantenintegration, Lieferantenauswahl, Total Cost of Ownership, Lieferantenbewertung, Lieferantenentwicklung, Umsetzung von VMI-Konzepten, Vertragsgestaltung in der Beschaffung, Verhandlungsführung
Operatives Beschaffungsmanagement und Bestandsmanagement:
Deterministische und stochastische Bedarfsermittlung, Bestellanforderung, operative Lieferantenauswahl, Wareneingangskontrolle, Qualitätsmanagement in Einkauf, Bestandesebenen, Nutzen von Bestand, Entkopplung von Wertschöpfungsketten durch Bestände, Wahl von Entkopplungsebenen, Umsetzung stochastischer Versorgungssicherheit
Risikomanagement in der Beschaffung
Compliance im Einkauf

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Arnolds, H./Heege, F./Röh, C.: Materialwirtschaft und Einkauf: Grundlagen – Spezialthemen – Übungen, Wiesbaden

Büsch, M.: Praxishandbuch Strategischer Einkauf – Methoden, Verfahren, Arbeitsblätter für professionelles Beschaffungsmanagement, Wiesbaden

Handfield, R. et al.: Sourcing and Supply Chain Management (International Edition), Mason

Kerkhoff, G. et al.: Aktenzeichen Einkauf, Weinheim

Krampf, P.: Beschaffungsmanagement – Eine praxisorientierte Einführung in Einkauf und Materialwirtschaft, München

Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement – Eine praxisorientierte Einführung mit Fallstudien, Wiesbaden

Schwenk, J./Thyoff, A.: Chancen und Risiken des Global Sourcing: Ein Ratgeber für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) – kurz und kompakt, Books on Demand, Norderstedt

Kernprozess MAKE: Produktionsmanagement (W3M11004)

Production Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11004	-	1	Prof. Dr. Matthias Laforsch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Konzepten, Methoden, Werkzeugen und Best-Practice-Lösungen für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung von Produktionssystemen. Der Fokus des Moduls liegt auf der Güterproduktion innerhalb der Wertschöpfungskette.
Hybride Steuerungskonzepte: Die Studierenden sind mit den Potentialen hybrider Steuerungskonzepte, der praktischen Umsetzung von Kundenauftragsentkoppelungspunkten oder der Festlegung einer sinnvollen Planungstiefe (Push-/Pull-Grenzen) in Wertschöpfungsketten vertraut.

METHODENKOMPETENZ

Umsetzungsorientierung: Durch die Betrachtung von Aufgaben, Zielen und Kennzahlen des Supply Chain Managements werden die Studierenden dazu angeleitet und befähigt, zielorientiert und strategisch zu denken. Gleichzeitig wird den Studierenden auch ein strukturierter Zugang zu einer Vielzahl von Konzepten, Werkzeugen und IT-Tools (z. B. Prozessmanagement-Tools, Projektmanagement, Change Management, Digitalisierungsansätze, IT-Lösungen etc.) ermöglicht, um sie in die Lage zu versetzen, Strategien in Prozesse, Organisationsstrukturen sowie bis Transaktionsebene in die Parametrisierung von ERP-Systemen und anderen Logistik- und Produktions-IT-Systemen (z.B. Vernetzte Produktion, Smart Factory, Digitale Fabrik) herunterzubrechen und eigenständig in interdisziplinären Teams umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Konfliktlösungskompetenz: Die Studierenden lernen Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren. Sie liefern damit einen Beitrag zur Vermeidung / zur Entspannung von für das gesamte Unternehmen schädlichen Zielkonflikten (zwischen Unternehmen und Unternehmensbereichen).

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Funktionales und prozessuales Wissen: Die Studierenden verfügen über überlegenes funktionales Wissen zur Realisierung von Potenzialen zur Kostensenkung bzw. zur Erhöhung des Kundenwerts.

Durchlaufzeiten- und Bestandsorientierung: Die Studierenden haben den Zusammenhang zwischen Durchlaufzeiten und Bestand verinnerlicht und managen beide Parameter in Abhängigkeit von Kunden-, internen Budget- und Kostenanforderungen.

Mehrwertorientierung: Die Studierenden kennen die wesentlichen Kosten- und Werttreiber im Produktionsprozess, die zu Entstehung von Mehrwert für den Kunden führt.

Wertschöpfungsorientierung: Die Studierenden lernen, "schlanke" Produktionsprozesse zu gestalten, in denen der Fokus allein auf Aktivitäten gerichtet ist, die einen Wert für den*die Kunden*in darstellen, bzw. die Verschwendung vermeiden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kernprozess MAKE: Produktionsmanagement	42	93

Logistik- und produktionsgerechte Produktentwicklung: Design for Production, Design for Logistics, Produkttypen, Varianten- und Komplexitätsmanagement, Modularisierung und Produktplattformen, Produktinnovationszyklen, Time-to-Market, Postponement
 Produktionstypen und Produktionsorganisation:
 Ausrichtung globaler Produktions- und Distributionsnetzwerke, Produktionsverfahren, Produktionskonzepte, Produktionstypen, Produktionsstrukturen, Organisationsformen der Produktion, Layout und Fabrikplanung
 Gestaltung von modernen Produktionssystemen: Industrie 4.0, Digitale Fabrik/Smart Factory, Lean Management, Six Sigma, Business Process Reengineering, Vertikale Integration und Outsourcing, Mass Customization, Modulare / segmentierte Fertigungssysteme, Industrieparks, Value Stream Mapping in der Produktion (Wertstromanalyse)
 Klassische Optimierung von Produktionssystemen versus Value Stream Mapping, Kunden- und Wertorientierung, Elemente der Durchlaufzeit in Industrie und Handel, Schritte der Wertstromanalyse, One Piece Flow
 Produktionsplanung und -steuerung: Vertiefung Aufgaben und Ziele der PPS, Planungsmatrix, Vertiefung PUSH / PULL-orientierte PPS-Planungskonzepte in der Praxis (z.B. MRP, APS, Theory of Constraints, BOA, Conwip, Kanban, JIT/JIS), Materialbedarfsplanung und Scheduling, Auslegung und Planung und Fließfertigungssystemen, Reihenfolgeplanung (Job Shop / Flow Shop Problem), Losgrößenplanungskonzepte

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Dickersbach, J. T./Keller, G./Weihrauch, K.: Produktionsplanung und -steuerung mit SAP, Bonn
 Engel, K./Nippa, M.: Innovationsmanagement – Von der Idee zum erfolgreichen Produkt, Heidelberg, New York
 Goldratt, E. M.: Production the TOC way (revised edition), Great Barrington
 Goldratt, E. M./Cox, J.: Das Ziel – Höchstleistung in der Fertigung, Hamburg
 Günther, H.-O.; Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, Berlin
 Hammer, M./Chamy, J.; Künzel, P.: Business Reengineering. Die Radikalkur für das Unternehmen, Frankfurt, New York
 Jacobs, F. R./Chase, R. B.: Operations and Supply Chain Management, Berkshire
 Jodlbauer, H.: Produktionsoptimierung – Wertschaffende sowie kundenorientierte Planung und Steuerung, St. Florian
 Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten, Frankfurt, New York
 Schuh, G.: Produktionsplanung und -steuerung – Grundlagen, Gestaltung und Konzepte, Berlin, Heidelberg
 Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München
 Stadler, H./Kilger, C.: Supply Chain Management and Advanced Planning – Concepts, Models, Software and Case Studies, Berlin
 Takeda, H.: Das synchrone Produktionssystem: Just-in-time für das ganze Unternehmen, mi-Wirtschaftsbuch, München
 Thonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, München
 Vahrenkamp, R.: Produktionsmanagement, München
 Vollmann, T. E. et al.: Manufacturing Planning and Control for Supply Chain Management, New York
 Wiendahl, H. P.: Belastungsorientierte Fertigungssteuerung – Grundlagen, Verfahrensaufbau, Realisierung, Hannover
 Wieneke, F.: Produktionsmanagement, Haan-Gruiten
 Wildemann, H.: Produktionssysteme – Leitfaden zur methodengestützten Reorganisation der Produktion, München
 Womack, J. P./Jones, D. T./Roos, D.: The Machine that changed the World: The Story of Lean Production – Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That is now revolutionizing World Industry, New York

Kernprozess DELIVER: Distributionsmanagement (W3M11005)

Distribution Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11005	-	1	Prof. Dr. Dietrich Emmert	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Studierende kennen die wesentlichen strategischen und konzeptionellen Anforderungen an den Kernprozess Liefern, um sachgemessene Einschätzungen von unterschiedlichen Lösungsstrategien vornehmen zu können. Hierzu gehört ein überlegener Lieferservicegrad bei möglichst niedrigen Bestandshöhen aber auch Lösungsstrategien zur digitalen Transformation der Prozesse. In diesem spezifischen Handlungsfeld verfügen sie über detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand in einem wissenschaftlichen Fach. Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Best-Practice-Lösungen zur Entwicklung von praktischen und fachlichen Lösungsstrategien für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung von Lieferprozessen und von Distributionssystemen. Insbesondere werden prozessuale Aufgaben, Ziele und Kennzahlen der Warendistribution diskutiert, die ein vertieftes Verständnis organisatorischer und inhaltlicher Zusammenhänge ermöglicht. Auch bei unvollständiger Informationslage können Alternativen in Situationen mit diversen Einflussgrößen erwogen und eingeschätzt werden.

METHODENKOMPETENZ

Studierende beherrschen die Anwendung, Reflexion und Weiterentwicklung von Methoden und Techniken im Kontext der auftragsgerechten Liefererfüllung und der Digitalisierung des Lieferprozesses. Hierzu gehört die Ermittlung eines optimalen Lieferservicegrades oder die Lieferterminbestimmung anhand der Methoden „Available-to-promise“ und „Capable-to-promise“. Hierzu gehören auch die Methoden des Lean Startup Ansatzes und Growth Hacking. Hinzu kommt die Weiterentwicklung analytischer Methodenkompetenz zur Prozessgestaltung und Prozessmodellierung. Die Studierenden finden sich hier in der Vielfalt und Tiefe der Methoden zurecht und können deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren und somit ein Verhalten des Ausgleichs und des gegenseitigen Verständnisses anzunehmen, seinen eigenen Blickwinkel zu verlassen und die Perspektive eines anderen Akteurs der Wertschöpfungskette – Kunde*in, Lieferant*in oder auch eigener Unternehmensbereich – einzunehmen. Sie können diesbezüglich Selbstvertrauen ausbilden kann, und sie lernen, Freude an der selbstständigen Erschließung von neuen Themengebieten zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Der Prozess Deliver als Querschnittsfunktion weist vielfältige Schnittstellen mit den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen auf, was eine hohe Komplexität der Aufgaben impliziert und damit im besonderen Maße die Fähigkeit zur Lösung komplexer Probleme erfordert. Studierende haben ein vertiefendes Verständnis von übergreifenden Zusammenhängen und Prozesses welches ihnen ermöglicht entsprechend der erlernten Methoden ihr Wissen auch auf neue Arbeitsfelder zu adaptieren und multidisziplinäre Zusammenhänge erfassen. Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit einem Gremium zu präsentieren und dieses von der Qualität der Arbeit und den Lösungsansätzen zu überzeugen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kernprozess DELIVER: Distributionsmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Demand Driven Distribution - „Steuerung“ der Supply Chain durch die Nachfrage: Kongruenz zwischen Kundenanforderungen und Supply Chain-Typen, Kundensegmentierung nach Prognostizierbarkeit, Flexibilität und Kundenspezifität für innovative, agile, schlanke und kooperative Lösungen, Durchsetzung der Marktorientierung über alle Stufen des Wertschöpfungsnetzwerks, Elemente des Lieferservicegrads, Entkopplungsebenen, stochastischer Lieferservicegrad, Incoterms (in Ergänzung zum Modul W3M 11008 „Management internationaler Transportketten“).

Demand Creation: qualitative und quantitative Absatzprognoseplanung (fortgeschrittene Methoden: Regressionsanalyse, exp. Glättung, in Ergänzung zum Modul W3M 11002 „Supply Chain Management: Quantitative Methoden und Tools“), Integrative Planungsmodelle, Collaborative Planning and Forecasting, Vendor Managed Inventory (VMI), in Ergänzung zum Modul W3M 11003 „Supply Chain Management: Kernprozess Source“).

Distribution Channels and Structures - Entscheidungsbereiche der Distributionspolitik: Multi, Cross u. Omni Channel, Digitale Touch-Points - Moments of Truth; Customer Experience mit VR/AR, Optimierung der Distributionswege, -strukturen und -prozesse, Gestaltung von Distributionsnetzwerken, Standortplanung, Distribution

Requirement Planning: Verteilungsplanung der Erzeugnisbestände, Bestimmung der kostenminimalen Lageranzahl.

Distribution Models - Integrative Distributionsmodelle zwischen Lieferant und Abnehmer: ECR, Milk Run-Systeme, Cross-Docking, MRO-Versorgungssysteme, Shelf Ready Packaging, Role Cage Sequencing, Knocked Down Systeme

Demand Fulfillment - alle notwendigen „Operating“-Aktivitäten zur eigentlichen Leistungserstellung: Einfluss des Entkoppelungspunkt auf das Demand Fulfillment, Order Promising: Available-to-Promise, Capable-to-promise, Demand Matching, Kennzahlen, Ablaufplanung, Prioritätsregeln.

Distribution Transformation – Digitale Technologien zur Prozessplanung (virtuelle 3D-Modelle), zu dynamischen Bereitstellungsverfahren („SmartCarrier“-Systems, kooperative Robotic), zur Warendistribution und City-Logistik (Drohnen und Zustellroboter, Intelligente Verkehrssteuerung, Autonomes Fahren, Pakadoo-Point, Crowd Shipping, Cargo-Tubes).

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Systemdenken in der Logistik, Kunden-, Prozess- und Durchlaufzeitenorientierung

LITERATUR

"Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

TEIL I: DEMAND DRIVEN DISTRIBUTION

-Eßig, E. et al.: Management von Supply Chains, Vahlen, 2013

- Mendes, P.: Demand Driven Supply Chain – A structured and practical Roadmap to increase Profitability, Berlin, Heidelberg

TEIL II: DEMAND CREATION

- Chopra, C./Meindl P., Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung, Pearson Studium 2014

- Corsten, D./Gabriel, C.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen – Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin, Heidelberg

- Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson Studium 2015

TEIL III: DISTRIBUTION STRUCTURE

- Heiserich, O.-E./Ullmann K. H. W.: Logistik, 2011

- Koether, R.: Distributionslogistik – Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, Wiesbaden

-Wildemann, H.: Supply Chain Management – Leitfaden für ein unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsmanagement, München

TEIL IV: DISTRIBUTION MODELLS

- Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme – Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Berlin, Heidelberg

- Weber, J./Kummer, S.: Logistikmanagement, Stuttgart

- Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Springer 2013

TEIL V: DEMAND FULFILLMENT

- Geier, S.: Demand Fulfillment bei Assemble-to-Order-Fertigung, 2013

- Vogel, S.: Demand Fulfillment in Multi-Stage Customer Hierarchies, Springer 2014

Einkaufsmanagement des Handels (W3M11006)

Merchandise Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11006	-	1	Prof. Dr. Oliver Janz	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls beherrschen die Studierenden die einschlägigen Methoden des Category Managements und können diese in komplexen Entscheidungssituationen anwenden. Sie sind in der Lage, Warengruppen zu definieren und strategisch auszurichten, Ein- und Auslistungsentscheidungen vorzubereiten und durchzuführen, Preis- und Promotionstrategien quantitativ und qualitativ zu bewerten sowie eine Einkaufsplanung und eine Limit- und Open-to-Buy-Planung aufzustellen. Darüber hinaus lernen die Studierenden die einschlägigen Methoden der Supply Side von Efficient Consumer Response kennen und anzuwenden. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Warenversorgung vom Lieferanten bis an die Kasse in der Filiale des Handels zu bewerten und zielgerichtet zu gestalten. Sie kennen einschlägige Methoden, um Fehlbestände zu vermeiden und Abschriften zu reduzieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können relevante Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen des Merchandise Managements einsetzen. Sie beherrschen wichtige Verhandlungsmethoden und wissen, wie diese in Verhandlungen mit Lieferant*innen eingesetzt werden können. Darüber hinaus sind sie in der Lage Entscheidungen des Merchandise Managements mit Hilfe quantitativer Methoden vorzubereiten und zu fällen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Interessen der am Einkaufs- und Warenversorgungsprozess beteiligten Lieferant*innen und Dienstleister kennen. Sie können diese Interessen bewerten und kennen kooperative Strategien, mit deren Hilfe die Supply Chain zwischen Lieferant*in und Point of Sale unternehmensübergreifend und nachhaltig gestaltet werden können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die erlernten Methoden und Konzepte in der Praxis anwenden und an die individuellen Anforderungen in ihrem Unternehmen anpassen. Sie sind in der Lage, Wechselwirkungen zwischen den beteiligten Organisationseinheiten zu erkennen und qualitativ sowie quantitativ zu bewerten und in ihren Entscheidungen zu berücksichtigen. Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden die Stärken und Schwächen der Organisationsformen des Einkaufs, unter Berücksichtigung der jeweiligen Unternehmenssituation, bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einkaufsmanagement des Handels	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Strategisches Category Management

- Ziele und Zielkonflikte des Category Managements
- Shopper Marketing als Grundlage des Category Managements
- Definition von Warengruppen / Strukturierung des Sortiments
- Der Category-Management-Prozess

Operatives Category Management

- Vorbereitung von Ein- und Auslistungsentscheidungen
- Analyse von Kaufverbänden
- Flächenplanung und -steuerung
- Limit-Planung und Open-to-Buy-Rechnung
- Planung von Promotions und Neuprodukteinführungen
- In-Season-Management und Warensteuerung
- Preismanagement / Abschriftenmanagement
- Restantenmanagement

Effiziente Warenversorgung (Efficient Replenishment)

- Bewirtschaftungsformen

Vendor Managed Inventory

Lager- und Filialdepot

Concessions

- Planung und Disposition

Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR)

Auto-Dispo

Optimal Shelf Availability

- Belieferungsformen

Cross Docking

Abhollogistik

- Filiallogistik

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

AC Nielsen/Karolefski, J./Heller, A.: Consumer-Centric Category Management, New Jersey

Ahlert, D.; Borchert, S. (Hrsg.), Prozessmanagement im vertikalen Marketing: Efficient Consumer Response (ECR) in Konsumgüternetzen, Berlin u.a.

Cash/Thomas/Wingate/Friedlander: Management of Retail Buying, Hoboken, New Jersey

Czech-Winkelmann, S., Der neue Weg zum Kunden: Vom Trade-Marketing zum Shopper-Marketing, Frankfurt/M.

Donnellan: Merchandise Buying and Management, New York

ECR Europe (Hrsg.), The Consumer and Shopper Journey Framework, Köln

Flint, D. J./Hovt, C./Swift, N., Shopper Marketing: Profiting from the Place Where Suppliers, Brand Manufacturers, and Retailers Connect, New Jersey

Helm, R. / Stölzle, W: Optimal Shelf Availability - Effiziente Managementkonzepte zur Optimierung der Regalverfügbarkeit, Deutscher Fachverlag

Holweg, C., Consumer Value im Category Management-Modell nach ECR, Wiesbaden

LaFleur: Merchandise Planning Workbook, New York

Lenz, T., Supply Chain Management und Supply Chain Controlling in Handelsunternehmen, Bremen/Hamburg

Levy/Weitz: Retailing Management, New York

Moll, C., Efficient Consumer Response - Neue Wege einer erfolgreichen Kooperation zwischen Industrie und Handel, Frankfurt/M.

Müller-Hagedorn/Toporowski/Zielke: Der Handel, Stuttgart

Rabolt/Miler: Concepts and Cases in Retail and Merchandise Management, London

Schmickler, M.; Rudolph, Th., Erfolgreiche ECR-Kooperationen: Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel, Neuwied/Kriftel

Schröder, H. (Hrsg), Category Management: Aus der Praxis für die Praxis, Frankfurt/M.

Tepper: Mathematics for Retail Buying, New York

Thonemann, U. et al., Supply Chain Excellence im Handel, Wiesbaden.

Zielke, S., Kundenorientierte Warenplatzierung – Modelle und Methoden für das Category Management, Stuttgart u.a.

Supply Chain Consulting (W3M11007)

Supply Chain Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11007	-	1	Dr. Nils-Ole Hohenstein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur (Gewichtung: 75 %) und Projekt-/Forschungsskizze (Gewichtung: 25 %)	90	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden ein fundiertes und spezifisches Fachwissen über die Beratungsbranche, deren Problemstellungen, Methoden und Kompetenzen in den Bereichen Supply Chain Management und Logistik. Konkrete Projektfragestellungen werden durch theoretisches Wissen und praktische Methodenkompetenzen gelöst.

Die Studierenden erlernen die zunehmende Relevanz des Supply Chain Consultings, das aktuelle Marktumfeld sowie die theoretischen Grundlagen der Unternehmensberatungsbranche kennen. Im weiteren Verlauf werden die Studierenden in die Lage versetzt, typische Problemstellungen der unternehmerischen Beratungspraxis im Supply Chain Management respektive der betrieblichen Logistik zu strukturieren, zu analysieren, zu bewerten, zu lösen und zu kommunizieren. Dabei erlangen die Studierenden tiefgreifende Kenntnisse zur Lösungsentwicklung anhand einschlägiger Tools und Konzepte, deren Anwendungsorientierung und Kommunikation in Richtung (Top-) Management eine tragende Rolle spielen.

Die Veranstaltung ist in hohem Maße interaktiv und schließt die Bearbeitung und Präsentation realer Fallstudien und Brainteaser durch die Studierendenteams ein.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen wertvolle Kompetenzen in den Bereichen Problemidentifikation, -strukturierung und -analyse, um praktische Beraterfragestellungen in Supply Chain Management auf Basis etablierter Methoden und Standardwerkzeuge (u.a. Logikbäume, MECE-Prinzip, Porters Wertkette, Wertstromanalyse, Business Model Canvas) zu bearbeiten sowie in beratungsprojektähnlichen Präsentationen und Diskussionen zu verteidigen. Die Kenntnisse und Wissensbestände im Bereich Supply Chain Consulting können projektspezifisch angewendet werden. Hierdurch werden wertvolle analytische, fachliche sowie persönliche Kompetenzen entwickelt und weiter geschärft.

Das Erlernen und die praktische Anwendung von Methoden und Instrumenten bilden die Grundlage, (a) Problemstellungen quantifizierbar zu machen, (b) zu modellieren, (c) Lösungsansätze zu begründen und (d) Beratungserfolg und Kundenzufriedenheit im Supply Chain Consulting messbar zu machen.

Basis der Datenarbeit ist das Arbeiten in Excel und in Access, in denen das Modellieren und Rechnen von Mengen- und Werteinheiten durchzuführen ist. Neben der Prozesskostenrechnung für logistische Aktivitäten gilt es insbesondere, mit dem zweckmäßigen Ableiten von variablen und fixen Kostenelementen Flächen, Betriebsmittel und personellen Input vergleichbar zu machen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden arbeiten in interdisziplinären Teams und lernen, sich selbst sowie ihr Team verantwortungsvoll und zielführend zu organisieren. Des Weiteren geben und erhalten die Studierenden im Rahmen interaktiver Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über ihre erbrachten Präsentationsleistungen. Dabei entwickeln sie eine kritische Sichtweise aus der Beraterperspektive, können innovative Lösungsansätze überzeugend präsentieren sowie mit kritischen Diskussionen und Blickwinkeln umgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe Beratungsfragestellungen im Rahmen des Supply Chain Consultings durchdringen und sich in fachübergreifenden Teams organisieren. Darüber hinaus zeigen die Studierenden Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über Methoden und Standardwerkzeuge in die Lösungsansätze komplexer Problemstellungen miteinfließen lassen sowie die Ergebnisse zielgruppenspezifisch präsentieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Supply Chain Consulting	42	93
GRUNDLAGEN DES SUPPLY CHAIN CONSULTING		
<ul style="list-style-type: none">- Trends und Entwicklungen- Marktumfeld und Systematik- Theoretische Grundlagen und Beratungstypologien in Supply Chain und Logistik		
PROBLEMIDENTIFIKATION UND -STRUKTURIERUNG IN SUPPLY-CHAIN- UND LOGISTIKBERATUNGSPROJEKTEN		
<ul style="list-style-type: none">- Supply-Chain- und Logistik-Beratungsprojekte: Fragestellungen, Inhalte, Herausforderungen- Vorgehen und Prozesse bei der Problemidentifikation- Problemstrukturierung: Tools und methodische Anwendung		
PROBLEMANALYSE UND -LÖSUNG IN SUPPLY-CHAIN- UND LOGISTIKBERATUNGSPROJEKTEN		
<ul style="list-style-type: none">- Analyseobjekte in Supply Chain und Logistik- Prozesse, Tools und Methoden der Informationsbeschaffung- Erarbeitung, Bewertung und Auswahl der Lösungsansätze- Finanzielle Auswirkungen des Lösungskonzepts		
PRAXIS-FALLSTUDIE: CONSULTING-PROJEKT „WAREHOUSE BENCHMARKING“		
<ul style="list-style-type: none">- Organisation, Team-Strukturen, Steuerkreise- Datenauswahl und Datenblatt-Design- Datenerhebung und -aufbereitung- Datenharmonisierung und -auswertung- Dateninterpretation und Benchmarks		
KOMMUNIKATION IN UND EVALUATION VON SUPPLY CHAIN- UND LOGISTIKBERATUNGSPROJEKTEN		
<ul style="list-style-type: none">- Grundlagen von (Top-Management-) Kommunikationsprozessen- Gestaltung einer Kommunikationsstruktur- Kommunikation mit Schaubildern- Präsentationsfähigkeiten- Methoden und Instrumente zur Messbarkeit von Beratungserfolg und Kundenzufriedenheit		

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus den Prüfungsteilen „Klausur (Gewichtung: 75 % / Klausurdauer: 90min)“ und „Projekt-/Forschungsskizze“ (Gewichtung: 25 %).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bamberger, Ingolf, Wrona, Thomas: Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen – Prozesse – Methoden, 2. Aufl., Wiesbaden, 2012
Benning-Rohnke, Elke, Greve, Götz: Kundenorientierte Unternehmensführung: Konzept und Anwendung des Net Promoter® Score in der Praxis, Wiesbaden, 2010
Chopra, Sunil: Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 7. Aufl., Harlow, 2019
Christopher, Martin: Logistics & Supply Chain Management, 5. Aufl., Harlow, 2016
Hungenberg, Harald: Strategisches Management in Unternehmen - Ziele, Prozesse, Verfahren, 8. Aufl., Wiesbaden, 2014
Hungenberg, Harald: Problemlösung und Kommunikation im Management, 3. Aufl., München, 2012
Jacobs, F. Robert, Chase, Richard B.: Operations and Supply Chain Management, 15. Aufl., Berkshire, 2017
Lippold, Dirk: Die 75 wichtigsten Management- und Beratungstools: Von der BCG-Matrix zu den agilen Tools, Berlin, 2020
Lippold, Dirk: Einführung in das Consulting: Strukturen – Trends – Geschäftsmodelle, Berlin, 2022
Phillips, Jack J.: The Consultant's Scorecard: Tracking ROI and bottom-line impact of consulting projects, 2. Aufl., New York, 2010
Schulte, Christof: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Aufl., München, 2017
Thonemann, Ulrich.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3., aktual. Ed., München, 2015
Turner, Arthur N.: Consulting is more than giving advice, Harvard Business Review, 60 (5), Boston/MA, 1982

Management internationaler Transportketten (W3M11008)

International Transport Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDauer (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11008	-	1	Prof. Dr. Michael Schröder	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über internationale Transportketten und deren Nutzung im Rahmen globaler Produktionsprozesse. Durch den Einblick in die speditionelle Umwelt erwerben die Studierenden ein Verständnis für die Bedeutung der Transportlogistik innerhalb der Gesamtwirtschaft, national wie international. Die Studierenden lernen die Gestaltungsbereiche und Gestaltungsmöglichkeiten von Transportketten aus Sicht der Verlagerer und der Logistikdienstleister kennen und verstehen. Für die Verlagerer geht es um optimierte Logistikprozesse einschließlich ihrer Infrastruktur. Für die Logistikdienstleister geht es um die Gewinnung neuer Kund*innen durch Bereitstellung von Mehrwert bringenden Dienstleistungen. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, zahlenmäßig darstellbare, logistische Sachverhalte systematisch zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können die erlernte Methodik selbstständig auf konkrete Problemstellungen anwenden und neue anforderungsgerechte Logistiklösungen konzipieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Gestaltungsansätze gezielt anzuwenden und in Konzeptionen umzusetzen. Bei der allgemeinen Gestaltung von Transportlösungen sollen die Studierende die notwendigen Informationen zu Prozessen, Anforderungen und Annahmen aus der Praxis entnehmen lernen können. Hierzu sollen sie Kenntnisse zur Wirtschaftsgeographie und Verkehrsträgern erwerben. Im Rahmen der einzelnen Lösungsmöglichkeiten sollen die Studierende Ansätze entwickeln zu Fragen der Infrastruktur, des IT-Einsatzes, der Ablaufprozesse, des Personaleinsatzes und weiterer relevanter Implementierungsnotwendigkeiten. Hinsichtlich der Gestaltungsstruktur erhalten die Studierenden einen kritischen Einblick in die Standortwahl, in multimodale Transportmöglichkeiten sowie die damit betraute Entwicklung. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Grundgedanken des internationalen Transportmanagements nachzuvollziehen. Nachhaltiger Güterverkehr und klimaschonendes Mobilitätsmanagement müssen heute über intelligente Logistikkonzepte umgesetzt werden. Die Studierenden lernen Messverfahren des Energieverbrauches und der Treibhausgasemissionen, Emissionsanteile der Güterverkehre sowie Grundkonzepte und Bewertungsansätze der Nachhaltigkeit kennen. Die Studierenden werden damit in der Lage sein, aufgrund eines Anforderungsprofils im Bereich Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- oder Entsorgungslogistik ein entsprechendes Lösungskonzept erarbeiten und kritisch würdigen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können einer breiten Öffentlichkeit die Notwendigkeit und die Bedeutung der Logistik für eine Volkswirtschaft vermitteln, kritische Einstellungen entkräften und innovative Lösungsansätze aufzeigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Notwendigkeiten einer zielführenden Logistiklösung. Auf dieser Basis können sie aktuelle Anfragen und Projektierungen verstehen, Erklärungen formulieren und Lösungsmöglichkeiten entwerfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management internationaler Transportketten	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

ANPASSUNGSEINHEIT VERKEHRSLOGISTIK (Prof. Dr. Stoller, Lörrach)

- Grundstrukturen und Akteure in der Verkehrslogistik
- Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Güterverkehrliche Anforderungen und Unternehmensstrategien
- Grundlagen der Verkehrsträger

INTERNATIONALE TRANSPORTE (Prof. Dr. Stoller, Lörrach)

- Vertiefung im Transportmanagement
- Produktionsformen und Netzstrategien im Güterverkehr
- Aktuelle Umfeldbedingungen in den relevanten Weltverkehrsmärkten
- Einzelwirtschaftliche Handlungsoptionen auf marktliche Veränderungen
- Marketing und Vertrieb von Transportdienstleistern

SEEHAFENHINTERLANDVERKEHR (Prof. Dr. Hoffmann, Heidenheim)

- Rahmenbedingungen, Herausforderungen, Akteure, Geschäftsmodelle,
- Management der Transportketten,
- Digitalisierung der Geschäftsprozesse,
- Qualitätsmanagement, Auftragsabwicklung,
- Frachtkostenelemente,
- Leercontainerversorgung, Dienstleistungen sowie
- Nachhaltigkeit des Seehafenhinterlandverkehrs.

MULTIMODALE KOOPERATION NACHHALTIGER TRANSPORTKETTEN (Prof. Dr. Polzin, Mosbach)

- Bestimmungsfaktoren des europäischen und globalen Güterverkehrssystems
- Stand und Entwicklung multimodaler Güterverkehrssysteme
- Bedeutung, Messung und Umsetzung von Nachhaltigkeit im Güterverkehr („Green Transportation“)
- Organisationstheoretische Grundlagen und Ansätze integrierter und nachhaltiger Güterverkehrssysteme

TRANSPORTRECHT UND ZOLLABWICKLUNG IM AUSSENHANDEL (Prof. Dr. Polzin, Mosbach)

- Nationale und internationale Rahmenbedingungen im Transportrecht
- Deutsches Verkehrsrecht (Vertragsformen, Beteiligten, Rechte und Pflichten)
- Außenwirtschaftsrecht- Zahlungsformen im internationalen Zahlungsverkehr
- Europäisches Verkehrsrecht
- Import- und Exportabwicklung (EU und international), Zollrecht und Zollabwicklung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Aberle, G.: Transportwirtschaft, München

Bensel, N.: Multimodale Transport- und Logistikketten unter besonderer Berücksichtigung der Schiene, in: Baumgarten, H.: Das Beste der Logistik, Berlin, Heidelberg 2008, S. 219-226

Grandjot, H. H.: Verkehrspolitik, Hamburg

Hildebrand, W.-C.: Management von Transportnetzwerken im containerisierten Seehafenhinterlandverkehr: Ein Gestaltungsmodell zur Effizienzsteigerung von Transportprozessen in der Verkehrslogik, Berlin

Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik: Gesamtwirtschaftliche Aspekte und einzelwirtschaftliche Handhabung, München

Kummer, S.: Einführung in die Verkehrswirtschaft, Wien

Kummer S. et al.: Internationales Transport- und Logistikmanagement, Wien

Schwarz, F.: Modellierung und Analyse trimodaler Seehafenhinterlandverkehre unter Einsatz eines intermodalen geographischen Informationssystems, in: Buchholz, P./Clausen, U.: Große Netze der Logistik, Berlin, Heidelberg 2009, S. 381-401

Wittenbrink, P.: Transportkostenmanagement im Straßengüterverkehr, Wiesbaden

Wolf-Kluthausen, H.: Jahrbuch der Logistik, aktuelle Jahrgänge, Dortmund

Supply Chain Finance und Controlling (W3M11009)

Supply Chain Finance and Controlling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11009	-	1	Prof. Dr. Dirk Horst Hartel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls weisen die Studierenden fundierte Kenntnisse in Bezug auf die – im Sinne des Controllings – steuernden und finanziellen Elemente des Supply Chain Managements auf. Sie haben Kenntnisse über die besonderen Anforderungen der Logistikkosten- und -leistungsrechnung und sind in der Lage, Kennzahlen zu generieren, zu operationalisieren, zu messen, im Rahmen eines Berichtswesens aufzubereiten sowie kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden können allgemeine Instrumente des Controllings auf die Supply Chain übertragen. Die Studierenden besitzen Kenntnisse über verschiedene unternehmensübergreifende Finanzierungsansätze und können diese in spezifischen Unternehmenssituationen gezielt einsetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die gelernten Kenntnisse kritisch zu reflektieren. Sie erkennen und prüfen die Voraussetzungen für einen Einsatz von Konzepten und Instrumenten hinsichtlich Controlling und Finance. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, zahlenmäßig darstellbare, logistische Sachverhalte systematisch zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können die Stärken und Schwächen jeweils beurteilen und sind sich der Folgen eines Einsatzes in der Supply Chain bewusst.

Folgende Methoden werden beispielhaft im Rahmen des Moduls behandelt: Prozesskostenrechnung, SC-Kennzahlensysteme, Target Costing, Supplier Finance, Financial Supply Chain Management.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis dafür entwickelt, welchen Einfluss die Instrumente des Supply Chain Controllings sowie die finanziellen Elemente des Supply Chain Managements auf das Verhalten von Mitarbeiter*innen haben können. Sie sind sich bewusst, dass eine erfolgreiche Bearbeitung der behandelten Aufgabenfelder voraussetzt, sich auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften der Partner*innen innerhalb der Supply Chain einzustellen. Die Studierenden sind in der Lage, konstruktiv im Rahmen einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten und ihren Standpunkt zu vertreten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen ausgewählte – im Sinne des Controllings – steuernde und finanzielle Instrumente und können diese auf die Besonderheiten der Supply Chain hin anwenden. Sie können praktische Probleme aus diesen Aufgabenfeldern selbstständig analysieren, die gelernten Inhalte zielorientiert auf diese Problemstellungen anwenden sowie Erklärungsansätze formulieren und Entscheidungen treffen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Supply Chain Finance und Controlling	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

SUPPLY CHAIN CONTROLLING

Charakteristik der Supply Chain Controllings
Logistikleistungen und Kennzahlen
Logistikkosten und Logistikkosten- und -leistungsrechnungssysteme, z. B. Prozesskostenrechnung, Digitalisierung (Datenaufbereitung, -strukturierung und -analyse im Berichtswesen, datenbasiertes Vorgehensmodell zur Verbesserung der Supply Chain Performance)
Ausgewählte Instrumente, z. B. Balanced Scorecard, Target Costing, Zero-based Budgeting, selektive Kennzahlen Entwicklung (unternehmensübergreifender)
Supply-Chain-Controlling-Konzepten
Total-Cost-of-Ownership-Betrachtungen
Nachhaltigkeit (Kennzahlen, Bedeutung im Rahmen des TCO Ansatzes),
Wert- und Werteorientierung im Supply Chain Controlling

SUPPLY CHAIN FINANCE

Akteure des Supply Chain Finance
Elemente des Supply Chain Finance, z. B. Pay-on-Production-Ansätze, Leasing und Rechnungslegung
Working-Capital-Finanzierung
Bestandsmanagement, -finanzierung und Lieferantenfinanzierung (Supplier Finance)
Tax Supply Chain Management
Geschäftsmodelle von Finanzdienstleistungsinstituten und Logistikdienstleistern
Plattform-Lösungen mit Multi-Banken-Programmen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

AEB (Hrsg.): Liquidität entlang der Lieferkette – Wie Supply Chain Finance funktioniert (Hörbuch)

BME und BVL: Aktuelle Studien

Braun, M. (Hrsg.): Logistikverträge: Interessen sichern – Rechte wahren, München

Hofmann, E./Belin, O.: Supply Chain Finance Solutions: Relevance – Propositions – Market Value, Berlin, Heidelberg

Hofmann, E. et al.: Wege aus der Working-Capital-Falle: Steigerung der Innenfinanzierungskraft durch modernes Supply Management, Berlin, Heidelberg

Locker, A./Grosse-Ruyken, P. T.: Chefsache Finanzen in Einkauf und Supply Chain, Wiesbaden

Pulverich, M./Schietinger, J.: Service Levels in der Logistik: Mit KPIs und SLAs erfolgreich steuern, München

Templar, S./Hofmann, E./Findlay, C.: Financing the End-to-End Supply Chain, London

Weber, J./Wallenburg, C. M.: Logistik- und Supply-Chain-Controlling, Stuttgart

Werner, H.: Kompakt Edition: Supply Chain Controlling: Grundlagen, Performance-Messung und Handlungsempfehlungen, Heidelberg

Outsourcing und Ausschreibungsmanagement (W3M11010)

Outsourcing Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11010	-	1	Prof. Dr. Michael Schröder	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über das Management von logistikbezogenen Ausschreibungen im Transport („Tender“), bei logistischen Dienstleistungen („Kontraktlogistik“) sowie bei Standortentscheidungen. Im Rahmen des Moduls erlangen die Studierenden die Befähigung zur Planung, Vorbereitung, Durchführung, Überwachung und Abrechnung von Outsourcing-Projekten. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, zielführende Gestaltungsansätze sowohl aus Sicht der Auftraggeber – in der Regel aus Industrie und Handel – als auch aus Sicht der Logistikdienstleister als Auftragnehmer gezielt anzuwenden und in Konzeptionen umzusetzen. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, logistische Sachverhalte systematisch und quantitativ zu erfassen, aufzubereiten und kritisch auszuwerten. Sie können erlernte Methoden selbstständig auf konkrete Problemstellungen anwenden und neue anforderungsgerechte Logistiklösungen entlang der Supply Chain konzipieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlangen Erfahrungswissen im Umgang mit zweckmäßigen betriebswirtschaftlich-logistischen Methoden, die sie kritisch einzuschätzen und systematisch und wissenschaftsgestützt anzuwenden lernen. Bei der Bearbeitung von Frachtausschreibungen lernen die Studierenden so das Zusammenstellen respektive Kombinieren zweckmäßiger Relationen und deren Bepreisung. Dazu werden die Studierenden in die Lage versetzt, mittels Fahrzeugkalkulationen eine Bottom-up-Rechnung durchzuführen sowie mittels Benchmarkings und Transportkostenfunktionen top-down zu kalkulieren. Voraussetzung dessen ist ein tiefes Verständnis in die logistische Physik von Transportgütern und Transporthilfsmitteln, welches den Studierenden ebenso vermittelt wird wie der Umgang mit zeitgemäßen Online-Tender-Plattformen.

Bei der allgemeinen Gestaltung und späteren Kalkulation von Kontraktlogistiklösungen lernen die Studierenden den zur Verfügung stehenden Ausschreibungsunterlagen die notwendigen Informationen zu Prozessen, Anforderungen und Annahmen zu entnehmen (Auftragnehmersicht) respektive diese zu formulieren (Auftraggebersicht). Hierzu erwerben sie Kenntnisse zur Datenerhebung, -analyse und den daraus resultierenden Design-Annahmen und können zweckmäßige Managementstrukturen für logistische Prozesse sowie mögliche Eskalationsmechanismen kritisch einordnen und anwenden. Im Rahmen projektbezogener Anschaffungen von logistikrelevanten Betriebsmitteln und Gebäuden, wie insbesondere Lagerhallen, werden die Studierenden in die Lage versetzt, Rechnungen zur Standortwahl durchzuführen, die Vorteilhaftigkeit von Eigenbau, Kauf, Miete oder Leasing zu erkennen und im Rahmen von Investitionsrechnungen zu kalkulieren. Dabei lernen die Studierenden auch die Sichtweise der beteiligten Akteure (Logistikimmobilienentwickler*innen, Bauunternehmen, Mieter*innen und Betreiber*innen) kennen. Das Modul wird abgerundet mit den logistischen Ausschreibungen inhärenten juristischen Besonderheiten des Logistikvertragsrechts (beispielsweise der Betriebsübergang nach § 613a BGB) sowie dessen Auslegung und Umsetzung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen – neben den eigenen ökonomischen Erfordernissen – gleichzeitig die Erwartungen der beteiligten Vertragspartner*innen im Allgemeinen sowie insbesondere die Sicht der von Outsourcing-Maßnahmen betroffenen Arbeitnehmer*innen im Speziellen. Sie können Zielkonflikte und Dissonanzen zwischen den Akteuren sichtbar machen und lösen sowie ihre eigene Rolle im Outsourcingprozess reflektieren und weiterentwickeln. Die Kenntnis über diese Zielkonflikte sind die Voraussetzung für eine erfolgreiche und zielführende Kooperation in Teams und Gruppen, die die Studierenden zu führen lernen. Die Studierenden können zudem einer breiten Öffentlichkeit die Notwendigkeit und die Bedeutung von Logistikprozessen aus einer makroökonomischen Sichtweise vermitteln, kritische Einstellungen entkräften und innovative Lösungsansätze aufzeigen. Sie lernen auch, soziale, gesellschaftliche und ökologische Implikationen ihrer Entscheidungen zu reflektieren. Sie handeln damit partizipativ und erkennen ihrer Rolle im multinationalen Kontext globaler Lieferketten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe Aufgabeninhalte im betrieblichen Entscheidungsprozess erkennen, diese zweckmäßig systematisieren und in Folge situationsangemessen handeln. Sie erlangen Verständnis zu übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen in der Wertschöpfungskette, können diese kritisch beurteilen und daraus eigenverantwortlich unternehmerische Lösungsansätze ableiten und umsetzen. Vor dem Hintergrund globaler Wertschöpfung sind die Studierenden in der Lage, eine reflektierte Haltung zu gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Implikationen des eigenen Handelns einzunehmen. Basierend auf theoretischen Grundlagen und Modellen entwickeln sie ihr Wissen weiter und kommen durch das Erlernen systematischer Denkansätze zu berufspraktischen Lösungen, die sie im betrieblichen Alltag im Allgemeinen und in den wissenschaftlichen Arbeiten im Speziellen umsetzen und anwenden können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Outsourcing und Ausschreibungsmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

GRUNDLAGEN DER BETRIEBLICHEN FREMDVERGABE
Trends und Entwicklungen
Motive, Chancen und Risiken der Fremdvergabe
Die Bedeutung der Transaktionskosten
Strategische Entscheidungsfindung der Akteure
Teilprozesse der Ausschreibung
DIE FRACHTAUSSCHREIBUNG (TENDER)
Tender und Tendermanagement
Benchmarking als standardisierter Ratenvergleich
Frachtpreisfunktionen zur Top-down-Kalkulation
Fahrzeugkostenrechnung als Bottom-up-Methode
Frachtmatrizen und Angebotsauswertung
DIE AUSSCHREIBUNG LOGISTISCHER DIENSTLEISTUNGEN (KONTRAKTLOGISTIK)
Marktumfeld und Systematik
Die Prozesskostenrechnung als Kalkulationsmethode
Verteilungsfunktionen zur Validierung von Mengengerüsten
Ursachen und Minimierung des Bullwhip-Effekts
Gestaltung und Auswertung von Preisblättern
Vergütungssystematiken und Service Level Agreements
STANDORTE UND BETRIEBSMITTEL
Standorttheorien und Standortfaktoren
Methoden der Standortbewertung
Analytische Verfahren der Standortplanung
Entscheidungsfindung bei Logistikimmobilien
Investitionsalternativen von Betriebsmitteln
LOGISTIKVERTRAGSRECHT
Theorie, Merkmale und Einordnung des Logistikvertrages
Haupt- und Nebenleistungen
Allgemeine Geschäftsbedingungen
Typische Prüfschemata
Der Logistik-Outsourcingvertrag
Nationales und internationales Recht
Gesetzliches Recht als vertraglicher Gestaltungsrahmen
Rechtliche Bedeutung und Indikatoren des Betriebsübergangs
Übergang der Wirtschaftsgüter
Besonderheiten und Voraussetzungen

BESONDERHEITEN

Für die Thematik Logistikvertragsrecht wird ein Spezialanwalt für Kontraktlogistik- und Logistik-Outsourcingrecht hinzugezogen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

GRUNDLAGENWERKE (empfohlen)

Mühlencoert, T.: Kontraktlogistik-Management: Grundlagen – Beispiele – Checklisten, Wiesbaden
Müller-Dauppert, B. (Hrsg.): Logistik-Outsourcing – Ausschreibung, Vergabe, Controlling, München
Stölzle, W. et al. (Hrsg.): Handbuch Kontraktlogistik – Management komplexer Logistikdienstleistungen, Weinheim
Thonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, München

JURISTISCHE VERTIEFUNG (optional)

Gimmler, K.-H./Fischer, S.: Transport- und Logistikvertragsrecht: Textsammlung – Einführende Erläuterungen – Praxisgerechte Gliederung nach Verkehrsträgern und Tätigkeitsbereichen, Hamburg
Pokrant, G./Gran, A.: Transport- und Logistikrecht – Höchstrichterliche Rechtsprechung und Vertragsgestaltung, Wirtschaftsrecht aktuell, Köln

VARIA (optional)

Münchow, M.-M. (Hrsg.): Kompendium der Logistikimmobilie: Entwicklung, Nutzung und Investment, Wiesbaden

Entscheidungsfindung in komplexen Situationen (W3M11011)

Decision Making in Supply Chain Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11011	-	1	Prof. Dr. Harald Hartmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Projekt - bzw. Forschungsskizze und Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Konzepte und Strategien im Supply Chain Management und in der Logistik als Basis für die Entscheidungsfindung. Dazu nutzen sie auch Wissen aus angrenzenden Bereichen der Betriebswirtschaftslehre (u. a. Unternehmensführung, Marketing, Finanz- und Rechnungswesen).

METHODENKOMPETENZ

Als Supply Chain Management- bzw. Logistik-Expert*innen nutzen die Studierenden eigenständig unterschiedliche Informationsquellen bzw. Tools und führen ihre Ergebnisse für die operative Entscheidungsfindung und strategische Weiterentwicklung zusammen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können im Team unter Zeitdruck arbeiten und lernen, Aufgaben arbeitsteilig zu bewältigen. Sie lernen, auch die ethischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Entscheidungen ganzheitlich zu ergründen und abzuschätzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen sind in der Lage, strategische und operative Aufgaben sowie deren Wechselwirkungen im Umfeld von Supply Chain Management, Logistik und Produktion zu erkennen und unter (Fallstudien-) Bedingungen zu lösen. Dabei sind die realen Bedingungen der Problemlösung und Entscheidungsfindung häufig durch unvollständige Informationen, überflüssige Informationen, Zeitdruck und mehrfache bzw. widersprüchliche Zielsetzungen gekennzeichnet.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entscheidungsfindung in komplexen Situationen	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

CASE STUDIES „SUPPLY CHAIN MANAGEMENT“ (Prof. Dr. Junge, Karlsruhe)

- Übermittlung der zu bearbeitenden Case Studies an die Teilnehmer
- Selbstständige Vorbereitung durch die Teilnehmer
- Lösungsentwicklung in Teams
- Präsentationen der Lösungskonzepte
- Reflexion von Managementmethoden am Beispiel der Cases
- Kritische Diskussionen

CASE STUDIES „LOGISTIK“ (Prof. Dr. Hartmann, Mannheim)

- Übermittlung der zu bearbeitenden Case Studies an die Teilnehmer
- Selbstständige Vorbereitung durch die Teilnehmer
- Lösungsentwicklung in Teams
- Präsentationen der Lösungskonzepte
- Reflexion von Planungsmethoden am Beispiel der Cases
- Kritische Diskussionen

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfungsleistung besteht aus den beiden Teilprüfungsleistungen Projektskizze (Gewichtung 60%) und Seminararbeit (Gewichtung 40%).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

CASE STUDIES

Case Studies renommierter Business Schools, z. B.: Harvard Business School (HBS) Publishing, www.hbsp.harvard.edu
Corsten, D./Gabriel, C.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen: Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin
Gleißner, H./Möller, K.: Fallstudien Logistik, Wiesbaden
Lasch, R./Janker, C. G.: Übungsbuch Logistik, Wiesbaden
Lasch, R./Schulte, G.: Quantitative Logistik-Fallstudien, Wiesbaden

GRUNDLAGENWERKE BWL/LOGISTIK

Backhaus, K./Voeth, M.: Internationales Marketing, Stuttgart
Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung, München
Thonemann, U.: Operations Management, München et al.

Strategisches Vertriebsmanagement (W3M11201)

Strategic Sales Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11201	-	1	Prof. Dr. Nicole Klein	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben vertiefendes Fachwissen zum Vertriebsmanagement, verstanden als Kreislauf aus Planung, Steuerung und Kontrolle vertrieblicher Aktivitäten. Die Studierenden können routiniert unterschiedliche Optionen des Vertriebs von Produkten und Dienstleistungen darstellen und bewerten. Dabei sind sie in der Lage, angemessen die Herausforderungen des Vertriebs von Konsum- und Investitionsgütern, des Vertriebs im Systemgeschäft als auch des Vertriebs von Dienstleistungen differenziert zu analysieren und spezifische Lösungsstrategien zu entwickeln. Die Studierenden verfügen über das notwendige strategische und konzeptionelle Wissen zu vertrieblichen Aspekten wie das Fähigkeits- und Eigenschaftsprofil von Mitarbeiter*innen im Vertrieb, die Organisationsformen des Vertriebs sowie die Leistungsmessung und das Controlling im Vertrieb.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können vertriebliche Methoden und Techniken hinsichtlich ihrer Praktikabilität und Grenzen einschätzen, anwenden und kritisch reflektieren. Insofern sind sie in der Lage, problemadäquat und lösungsorientiert, methodische Alternativen im Vertrieb zu diskutieren und zu entscheiden, welche Option für welche Produktkategorie am besten geeignet ist. Sie sind in der Lage, ihre Methodenkompetenz in Erfahrungswissen zu wandeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, bei vertrieblichen Fragestellungen konzeptionell, selbstständig und auch kreativ zu denken und Impulse für die Weiterentwicklung ihrer Organisationen im Bereich Vertrieb zu geben. Dabei können sie stichhaltig und sachgemessen argumentieren, auch über funktionale Grenzen hinweg. Sie sind sich der eigenen Verantwortung im Bereich Sales für ihre Organisation aber auch für alle Stakeholder-Gruppen bewusst. Zudem erhalten die Studierenden ein positives mentales Mindset hinsichtlich Vertriebsaktivitäten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können kontextangemessen denken und handeln und verstehen dabei Vertrieb als einen Bestandteil neben weiteren (Marketing, Produktmanagement, Business Development), die gemeinsam für die Wertschöpfung einer Organisation mitverantwortlich sind. Vor diesem Hintergrund sind die Studierenden in der Lage, vertriebliche Aktivitäten interdisziplinär weiterzudenken und zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Vertriebsmanagement	42	93

Vertriebsmanagement im Überblick

- Abgrenzung und Aufbau von Vertrieb, Verkauf, Verhandlung und Marketing.
- Unterschiede zwischen Vertrieb von Konsumgütern, Industriegütern und Dienstleistungen
- Mono-, Multi-, Omni-, Online- und Social-Channels

Strategische Marktbetrachtung

- Markt- und Wettbewerbsanalyse,
- Möglichkeiten der Digitalisierung, Globalisierung und Nachhaltigkeit

Strategische Kundenbetrachtung

- Analyse von Zielgruppen, Neu- und Bestandskunden,
- Leads, Opportunities sowie Erstellung von Personas
- Millieustudien wie z.B. Sinusmillieus

Strategische Vertriebsbetrachtung

- Organisationsformen und deren Vor- und Nachteile
- Key Account Management, traditionelle und agile Vertriebsorganisation
- Strategische Vertriebskanalanalyse und Vertriebskanalplanung,

Customer Relationship Management

- Kundenorientierung, Kundenbetreuung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung
- Beschwerdemanagement und Kundenrückgewinnung

Vertriebspersonal

- Führung und Teammanagement
- Fähigkeits- und Eigenschaftsprofile
- Arbeitszeitmodell im Vertrieb
- Mentale Stärke als Erfolgsfaktor im Vertrieb

Vertriebscontrolling

- Spezifische Kennzahlen / Key Performance Indicators
- Steuerung des Vertriebs durch Kennzahlen und Anreizsysteme
- Kennzahlensysteme, und deren Verbindung zu gesamtunternehmerischen Kennzahlensystemen
- Ressourcenplanung

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Sales and Negotiation Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Albers, Sönke; Krafft, Manfred: Vertriebsmanagement: Organisation - Planung - Controlling - Support, Wiesbaden: Springer Gabler, 2013
- Binckebanck, Lars; Hölter, Ann-Kristin, Tiffert, Alexander: Führung von Vertriebsorganisationen, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2020
- Böttcher: Sales Management Review
- Buhr, Andreas: Vertriebsführung: Aufbau, Führung und Entwicklung einer professionellen Vertriebsorganisation, Offenbach: Gabal, 2017
- Hofbauer, Günter; Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, 4., aktualisierte und erweiterte Auflage, Erlangen: Publics Publishing, 2016
- Homburg, Christian; Schäfer, Heiko; Schneider, Jana: Sales Excellence, Vertriebsmanagement mit System, 8., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2016
- Jobber, David; Lancaster, Geo: Selling and Sales Management, Eleventh edition, London: Pearson, 2019
- Kühnapfel, Jörg: Vertriebscontrolling: Methoden im praktischen Einsatz, 3., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2022
- Scheed, Bernd, Scherer, Petra: Strategisches Vertriebsmanagement. Methoden für den systematischen B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2021

Jeweils aktuelle Auflage sowie relevante Zeitschriften wie z.B. Sales Excellence

Strategisches Verkaufsmanagement (W3M11202)

Strategic Selling Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11202	-	1	Prof. Dr. Carsten Kortum	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgreifendes Faktenwissen bezüglich alternativer Verkaufsformen und können routiniert und selbstständig beurteilen, wann welche Art des Verkaufs angezeigt ist. Zudem können sie in Abhängigkeit von der jeweiligen Verkauf-Kauf-Situation entscheiden, welches Verhalten angemessen und effektiv ist. Die Studierenden wissen den Beitrag der Variablen Involvement, Preishöhe, Genre und Art der Güter für den Verkaufserfolg einzuschätzen und können diese lösungsorientiert gestalten. Die Studierenden sind befähigt, im Rahmen von Verkaufskontexten eine kundenorientierte Perspektive einzunehmen und damit konzeptionell und systemisch zu denken und zu handeln. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung können die Studierenden ihr Wissen strategisch einsetzen und entsprechende Lösungen bzw. Innovationen hinsichtlich der Chancen und Risiken alternativer Verkaufsformate entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können erprobt und sachverständig im jeweiligen Kontext vom zu verkaufenden Gut (Produkt, Dienstleistung) auf die angemessene und wirksame Verkaufsform schließen. Zudem verfügen sie über Erfahrungs- und Anwendungswissen bezüglich der situationsadäquaten Reaktion im Verkaufsprozess (Beschleunigung, Bremsen, Deeskalieren, Filtern usw. des Verkaufsvorgangs). Damit können sie die Praktikabilität und Grenzen von Verkaufstechniken und -methoden einschätzen, anwenden und weitergeben.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen Verkauf als die zentrale Schnittstelle zwischen Unternehmen und Kunde*in und können Zielkonflikte und Dissonanzen sichtbar machen und zugleich fair, konstruktiv und verantwortlich einer Lösung zuführen. Zudem sind sich die Studierenden bewusst darüber, dass es in Verkaufsprozessen zu intensiven Kontakten zwischen Verkäufer*in und Käufer*in kommt und können insofern psychologische und soziologische Aspekte sensibel reflektiv in ihrem Handeln berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die übergreifenden Zusammenhänge des Verkaufsmanagements, insbesondere zu anderen Schnittstellen der „customer journey“. Insofern können sie den Beitrag des Verkaufs im Gesamtsystem einer Organisation eigenständig gestalten und weiterentwickeln. Sie können zudem ihr eigenes Handeln insbesondere aus Kundenperspektive reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Verkaufsmanagement	42	93

Verkaufsmanagement im Überblick

- Abgrenzung und Aufbau von Vertrieb, Verkauf, Verhandlung und dem Marketing insgesamt.
- Unterschiedliche Verkaufsformen
- Kundengewinnungsmanagement, Kundenbindungsmanagement, Kundenrückgewinnungsmanagement
- Unterschiede im B2B- und B2C-Geschäft

Organisation des Verkaufs

- Typische Akteure: Verkaufsleiter, Verkäufer, Key-Account-Manager, Merchandiser, Einkäufer, Buying Center
- Charakteristika effektiver Verkäufer
- Käuferverhalten in Organisationen
- Einflussfaktoren auf Entscheidungen/ Gruppenentscheidungen
- Einkaufsmodell im Handel
- Einbettung in Netzwerke/ Embeddedness
- Verkaufstrainings und Verkaufshilfen
- Konfliktlösung
- Kommunikation zwischen Verkäufer und Käufer
- Determinantenmodell der Verkäuferleistung/ Erfolgsfaktoren im Verkauf

Verkaufsgespräch

- Formen
- Ziele
- Verläufe/ Argumentation
- Closing the sale
- Einsatz und Akzeptanz von Technologien/ Innovationen
- Verkaufsgespräch Neukunden

Verkaufscontrolling

- Rolle und Schnittstellen im Verkaufscontrolling
- Verkaufsplanung und Reporting
- Verkaufsinstanzenerechnung
- Kundenerfolgsrechnung

Vergütungssysteme im Verkauf

- Konzeptionelle und begriffliche Grundlagen
- Wissenschaftliche Erklärungsansätze
- Kommunikationspsychologie
- Gestaltung von Anreizsystemen
- Zielsysteme als Führungsinstrument

Preispolitik

- Preis als Marketinginstrument
- Psychologie des Preises
- Prozess und Verfahren der Preisfestlegung
- Preis- und Konditionenpolitik
- Praxis der Preispolitik Off- und On-Trade

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Sales and Negotiation -Studierenden absolviert werden.

Die Prüfungsleistung besteht aus einer Seminararbeit mit Vortrag (Präsentation und Verteidigung). Die Seminararbeit ist in deutscher/ englischer Sprache zu verfassen und der Vortrag (Präsentation und Verteidigung) in deutscher/ englischer Sprache abzulegen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bruhn, Manfred: Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), 5., vollständig überarbeitete Auflage, Beck: München, 2016
- Jobber, David; Lancaster, Geo: Selling and Sales Management, Eleventh edition, London: Pearson, 2019
- Hiemeyer, Wolf-Dieter; Stumpp, Dominik: Integration von Marketing und Vertrieb: Ein konzeptioneller Ansatz für ein erfolgreiches Schnittstellenmanagement, Springer: Wiesbaden, 2020
- Ingram, Thomas N.; LaForge, Raymond W.; Avila, Ramon; Schwepker, Charles; Williams, Michael: Sales management: Analysis and decision making, 9. edition, Routledge: New York, 2015
- Homburg, Christian; Schäfer, Heiko; Schneider, Jana: Sales excellence: Systematic sales management. Springer Science & Business Media: Berlin, Heidelberg, 2012
- Rapp, A.; Beeler, L. The state of selling & sales management research: a review and future research agenda. Journal of Marketing Theory and Practice, 2021, 29. Jg., Nr. 1, S. 37-50.
- Weis, Hans-Christian: Verkaufsgesprächsführung, 4., überarb. und erw. Aufl., Kiehl: Herne, 2003
- Weis, Hans-Christian: Verkaufsmanagement, 7., völlig neu überarb. Aufl., Kiehl: Herne, 2010

Strategisches Verhandlungsmanagement (W3M11203)

Strategic Negotiation Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11203	-	1	Prof. Dr. Petra Morschheuser	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden wissen um die Bedeutung von Verhandlungen sowohl im B2B-Geschäft als auch bei komplexen Produkten mit vergleichsweise hohem Preis im B2C-Geschäft (Immobilien, Autos, Möbel, Consumer Electronics) und können dieses Wissen routiniert in ihrem beruflichen und vertrieblichen Alltag einsetzen. Die Studierenden verfügen über ein tiefgehendes, anwendungs- und lösungsorientiertes Verständnis von typischen Verhandlungssituationen und können dem Kontext angemessen entscheiden, welche Strategien und Taktiken in der Vorbereitung und Durchführung von Verhandlungen angewandt werden sollen. Insbesondere können sie in ihrem beruflichen Alltag operativ wie taktisch und strategisch maßgebliche Antworten auf typische Fragen des Verhandlungsmanagements geben: Wie wird eine Verhandlung geführt (Anzahl der Teilnehmer*innen, Rollenverständnis, Verhandlungsstrategien usw.)? Welche Machtverhältnisse liegen vor? Vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung können die Studierenden auf ihr spezialisiertes Wissen zu Chancen und Risiken von digital basierte Verhandlungen zugreifen und dieses einsetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Strategien und Taktiken in Verhandlungen selbstständig und geübt anwenden, weiterentwickeln und reflektieren. Sie können Methoden der Verhandlungsführung flexibel, d.h. situationsadäquat, einsetzen und einschätzen, wann welche Strategie bzw. Taktik besonders erfolgreich realisiert werden kann. Darüber hinaus verfügen die Studierenden über ein Repertoire an Verhandlungstechniken und -instrumenten („Kniffe“/„Tricks“), das es ihnen ermöglicht, Verhandlungen anpassungsfähig, selbstständig und erfolgreich zu führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis dafür, dass innerhalb von face-to-face-Verhandlungen zahlreiche interaktive Elemente ablaufen. Sie können auch komplexe Verhandlungssituationen langfristig-planerisch wie auch in situ analysieren und Interaktionen zwischen Verhandlungspartner*innen überzeugend und sensibel selbst anstoßen bzw. auf diese reagieren. Die damit einhergehenden (sozialen, interagierenden) Rollen im Rahmen von Verhandlungen sind den Studierenden vertraut, weshalb sie in Verhandlungen Verantwortung für sich und ihre Organisation übernehmen können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen ein eingehendes Verständnis der Zusammenhänge im Verhandlungsmanagement. Auf Basis ihres spezifischen Verhandlungswissens und der jeweiligen Vorgehensweisen können Verhandlungen mit Weitblick und Umsicht für eine Organisation führen. Sie reflektieren Interdependenzen in Verhandlungen und wissen um ihre Verantwortung in Verhandlungen für ihre Organisation wie auch für die Stakeholder und Verhandlungspartner*innen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Verhandlungsmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Verhandlungsmanagement im Überblick
 - Definitionen und begriffliche Abgrenzungen
 - Arten von Verhandlungen/Klassifizierungen
 - Verhandlungstheorien (u.a. analytisch-präskriptiver Ansätze, deskriptiv-verhaltenswissenschaftliche Ansätze)
 - Harvard-Konzept
 - Phasen einer Verhandlung - von der Analyse zur Durchführung
- Organisation der Verhandlung
 - Team
 - Team der Gegenseite
 - Ort, Ablauf, Dauer, Taktung der Verhandlung
- Verhandlungsvorbereitung
 - Motive
 - Verhandlungsziele
 - Verhandlungsstrategie
- Verhandlungsführung
 - Ökonomische Verhandlungsführung
 - Verhaltensbezogene Verhandlungsführung
 - Prozessbezogene Verhandlungsführung
 - Rollenspiel (in englischer Sprache)
- Verhandlungscontrolling

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Sales and Negotiation-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bühring-Uhle, Christian; Eidenmüller, Horst; Nelle, Andreas: Verhandlungsmanagement: Analyse - Werkzeuge - Strategien, 2. Auflage, München: Beck, 2017
- Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce: Getting to yes. Negotiating an agreement without giving in., Third edition, updated and revised, London: Random House, 2012
- Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce, u.a.: Das Harvard-Konzept, 25., überarbeitete Auflage, Frankfurt, New York: Campus Verlag, 2015
- Kese, Volkmar, Zimmermann, Daniel: Kommunikation in der Praxis, Gesprächs- und Verhandlungsmanagement, Wiesbaden: Kommunal- und Schul-Verlag, 2016
- Lax, David; Sebenius, James K.: 3-D Negotiation - powerful tools to change the game in your most important deals, Harvard Business School Press, 2006
- Lewicki, Roy J.; Barry, Bruce; Saunders, David M. (Eds.): Negotiation. Readings, Exercises, and Cases., 7. ed., international ed., New York: McGraw-Hill, 2015
- Malhotra, Deepak; Bazerman, Max H.: Negotiation Genius: How to Overcome Obstacles and Achieve Brilliant Results at the Bargaining Table and Beyond, New York: Bantam, 2008
- Shell, Richard.: Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People, Third edition, revised and updated, New York: Penguin Press, 2018
- Thompson, Leigh L.: The Mind and Heart of the Negotiator, Seventh edition, Boston: Pearson (2022)
- Tries, Joachim; Reinhardt, Rüdiger: Konflikt- und Verhandlungsmanagement: Konflikte konstruktiv nutzen, Berlin / Heidelberg: Springer, 2008
- Ury, William: Getting past No - Negotiating in Difficult Situations, Revised edition, New York; Toronto; London; Sydney; Auckland: Bantam, 2007
- Voeth, Markus; Herbst, Uta: Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse, 2. überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2015

Multichannel-Management (W3M11204)

Multichannel-Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11204	-	1	Prof. Dr. Thomas Asche	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente einer kanalübergreifenden Vermarktung routiniert darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Multichannel-Managements formulieren und interdisziplinär anwenden können.

METHODENKOMPETENZ

Studierende sind in der Lage, relevante Marktinformationen (z.B. Neue Institutionenökonomik) zu interpretieren und daraus abgeleitete Entscheidungen in ihrem beruflichen Umfeld umsetzen zu können. Dabei sind ihnen die Nutzenbeiträge, aber auch die Grenzen der jeweiligen Methodik für Aspekte des Multichannel-Managements bewusst.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Konkret bedeutet dies für Multichannel-Management, dass sie in der Lage sind, selbstständig und eigenverantwortlich Konzepte der kanalübergreifenden Vermarktung situationsadäquat zu konzipieren, gegenüber anderen darzustellen und interdisziplinär und funktions-/bereichsübergreifend umzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, spezifische Vermarktungsfragen im Zusammenhang mit der Koordination von Absatzkanälen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen und vor dem theoretischen Hintergrund auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Multichannel-Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Strategien des MCM:
Rahmenbedingungen und Ziele, Design, Kaufverhalten, Kanalkoordination, Controlling
Mail-Order-Marketing:
Database-Marketing, Gestaltungselemente, Aktionsplanung und Kalkulation,
Kundenmanagement
E-Shop-Marketing:
Besonderheiten der Vermarktung im E- und M-Commerce, Web-Analytics, Geschäftsmodelle
von E-Shops und elektronischer Marktplätze, Kundenmanagement
Store-Marketing:
Vertikalisierung, Sonderformen, „Clicks & Bricks“- Geschäftsmodelle, Kundenmanagement

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Binder, J., Online Channel Integration: Value Creation and Customer Reactions in Online and Physical Stores, Wiesbaden
Brunner, F., Rudolph, T., Toward Cross-Channel Management: a comprehensive guide for retail firms, Berlin
Heinemann, G., Cross-Channel-Management : Integrationserfordernisse im Multi-Channel-Handel, Wiesbaden
Jäger, R., Multi-Channel im stationären Einzelhandel, Wiesbaden
Olbrich, R., Schultz, C. D., Holsing, C., Electronic Commerce und Online-Marketing, Berlin, Heidelberg
Palmatier, R. et. al., Marketing-Channel Strategy, London
Rittinger, S., Multi-Channel Retailing: Prinzip, Konzepte und Erfolgsfaktoren, Wiesbaden
Schramm-Klein, H. u.a., (R)Evolution des Mehrkanalhandels: von Multi-Channel- über Cross-Channel- zu Omni-Channel-Retailing, Frankfurt
Trenz, M., Multichannel Commerce : A Consumer Perspective on the Integration of Physical and Electronic Channels, Turban,

Category Management (W3M11205)

Category Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11205	-	1	Prof. Dr. Carsten Kortum	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen sind in der Lage, die Bausteine des ECR-Prozesses auf der Demand Side umzusetzen. Sie beherrschen die einschlägigen Management-Methoden des Category Managements und können diese in komplexen Entscheidungssituationen anwenden. Sie können Daten aus verschiedenen Informationsquellen beschaffen, auswerten und zu Kennzahlen über das Shopper-Verhalten verdichten. In diesem Zusammenhang erkennen sie den Unterschied zwischen Consumer Marketing und Shopper Marketing. Sie sind in der Lage, die Zweckmäßigkeit der verschiedenen Erhebungstools des Shopper Marketings zu beurteilen und können das Target Group Management als Weiterentwicklung des Category Managements verstehen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Entscheidungen auf der Grundlage von begründeten Kennzahlen, Modellen und Ursache-Wirkungszusammenhängen zu treffen, v.a. die Relevanz von Kennzahlen auf die strategische Rolle und die Sortimentsbildung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Category Management Prozesse laufen überwiegend in interdisziplinären Teamstrukturen ab. Die Studierenden entwickeln Kompetenzen zur angemessenen Integration der unterschiedlichen Interessen der Marktpartner in der Wertschöpfungskette. Sie entwickeln eine Konfliktlösungskompetenz, um den Sichtweisen und Rollen der Projektpartner*innen aus Handel und Industrie, die aus unterschiedlichen Fachabteilungen kommen, Rechnung zu tragen. Sie können auf Basis von Kennzahlen aber auch eigenständige Entscheidungen treffen. Außerdem lernen die Teilnehmer*innen ggf. auch auf unkonventionellen Wegen, Shopper Insights zu erhalten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die besondere Relevanz von strategischen Rollen und sie verfügen über das Know-how, um eine nachfrageorientierte Sortimentsstruktur auf der Basis von Shopper-Daten vor dem Hintergrund des Category-Management-Prozesses zu entwickeln. Sie können die Konsequenzen von Sortimentsentscheidungen analysieren und den Erfolg von Marketing-Aktivitäten (insb. im Bereich Platzierung, Sortiment, Preis und Verkaufsförderung) messen. Sie können die Relevanz von Künstlicher Intelligenz für die zukünftige Weiterentwicklung des CM-Prozesses bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Category Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Strategisches Category Management
- CM im Kontext von Efficient Consumer Response;
 - ECR: Ziele und Zielkonflikte, Wertschöpfungsprozess und Nachhaltigkeitsorientierung
 - Category Management-Prozess nach ECR Europe: Warengruppen-Rollen, -Bewertungen,
 - Leistungsanalysen,
 - Strategien,
 - Taktiken,
 - Umsetzung
 - Rolle von Hersteller- und Handelsmarken in der Warengruppenplanung
- Operatives Category Management
- Flächen- bzw. Regaloptimierung; Platzierungspolitik
 - Sortimentsmanagement: Struktur, Sensitivitätsanalysen zu Breite und Tiefe, Kaufverbünde
 - Preismangement: Bestimmungsfaktoren für Preise und Preisstrategien; Sonderangebote vs. Dauerniedrigpreis, Optionen: Produkt- vs. Sortimentsebene; Differenzierung vs. Bündelung;
 - Promotions: Arten, Wirkungen, Kontrolle
- Shopper Marketing
- Konzept des Shopper Marketing & Shopper Journey
 - Nutzen des Shopper Marketings
 - Methoden zur Generierung von Shopper Insights
 - Shopper Segmentation (Konzept und Methoden)
 - Key Enablers für Shopper Marketing
 - Umsetzung des Shopper Marketing / Shopper Activation am POS

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- AC Nielsen/Karolefski, J./Heller, A.: Consumer-Centric Category Management, New Jersey
- Ahlert, D.; Borchert, S. (Hrsg.), Prozessmanagement im vertikalen Marketing: Efficient Consumer Response (ECR) in Konsumgüternetzen, Berlin u.a.
- Czech-Winkelmann, S., Der neue Weg zum Kunden: Vom Trade-Marketing zum Shopper-Marketing, Frankfurt/M.
- ECR Europe (Hrsg.), The Consumer and Shopper Journey Framework, Köln
- Flint, D. J./Hovt, C./Swift, N., Shopper Marketing: Profiting from the Place Where Suppliers, Brand Manufacturers, and Retailers Connect, New Jersey
- Frey, D. U./Hunstiger, G./Dräger P. (Hrsg.): Shopper-Marketing: Mit Shopper Insights zu effektiver Markenführung bis an den POS, 1. Aufl., Wiesbaden
- Holweg, C., Consumer Value im Category Management-Modell nach ECR, Wiesbaden
- Lenz, T., Supply Chain Management und Supply Chain Controlling in Handelsunternehmen, Bremen/Hamburg
- Moll, C., Efficient Consumer Response - Neue Wege einer erfolgreichen Kooperation zwischen Industrie und Handel, Frankfurt/M.
- Schmickler, M.; Rudolph, Th., Erfolgreiche ECR-Kooperationen: Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel, Neuwied/Kriftel
- Schröder, H. (Hrsg), Category Management: Aus der Praxis für die Praxis, Frankfurt/M.
- Seifert, D., Efficient Consumer Response, 4. Aufl., Mering
- Thonemann, U. et al., Supply Chain Excellence im Handel, Wiesbaden.
- Zielke, S., Kundenorientierte Warenplatzierung, Modelle und Methoden für das Category Management, Stuttgart u.a.

Technischer Direktvertrieb (W3M11206)

Direct Sales in Industrial Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11206	-	1	Prof. Dr. med. Marcus Hoffmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden wissen um die Besonderheiten und die Herausforderungen des Vertriebs technischer Investitionsgüter. Die Marketinggrundlagen für den technischen Direktvertrieb, der Aufbau einer entsprechenden Vertriebsstrategie, das Spektrum der Vertriebsmaßnahmen, die Aufgaben im Bereich der Mitarbeiterführung, die Akquisitionsstrategien und Kundenbetreuungskonzepte sind ihnen in Tiefe und Breite bekannt. Sie wissen um die phasenspezifischen Besonderheiten beim Aufbau und der Gestaltung von B2B-Geschäftsbeziehungen und können diese selbstständig gestalten. Gleiches gilt für die Möglichkeiten zur Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenrückgewinnung. Die Studierenden kennen das Zusammenspiel des Direktvertriebs mit anderen Vertriebskanälen (Mehrkanalvertriebssysteme) im speziellen Anwendungsfall des technischen Vertriebs.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können eine technische Direktvertriebsstrategie und davon abgeleitet einen Katalog von geeigneten Maßnahmen entwickeln. Sie können selbstständig eine zielorientierte Planung zum Direktvertrieb technischer Investitionsgüter erstellen. Sie können Methoden zur einschlägigen Kundenidentifizierung, Kundenqualifizierung sowie Kundenpotenzialanalysen anwenden und weiterentwickeln. Die Studierenden können einen Plan zur systematischen Weiterentwicklung einer Geschäftsbeziehung auf operativer und strategischer Ebene erstellen. Unter Nutzung von Planungsverfahren können die Studierenden eine angemessene Organisation des Direktvertriebs gestalten. Die Studierenden können Methoden zur Führung von Vertriebsmitarbeitern*innen und zur Vertriebssteuerung anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können ihre eigenen Defizite im Bereich des Direktvertriebs und die Defizite von Vertriebsmitarbeiter*innen erkennen. Sie können Entwicklungspläne zur Beseitigung dieser Defizite aufstellen und geeignete Methoden anwenden. Die Studierenden können sich in die Geschäftspartner*innen hineinversetzen und reagieren auf deren Bedürfnisse mit ausreichender Sensibilität.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können den Herausforderungen in B2B-Kundenbeziehungen mit angemessenen Strategien und Maßnahmen begegnen. Zur Lösung unerwarteter Probleme in einer B2B-Geschäftsbeziehung können sie aus einem breiten Spektrum an Instrumenten situationspezifisch ein geeignetes Instrument auswählen und einsetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Technischer Direktvertrieb	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Charakteristika des Vertriebs erklärungsbedürftiger Güter und Dienstleistungen im Geschäftskundenumfeld, Vertriebs-konzeption, Typologie der technischen Direktvertriebsformen, Direktvertrieb in Abhängigkeit vom organisationalen Beschaffungsverhalten, Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenrückgewinnung, Management der Geschäfts-beziehungen, Verhandlungsstrategien, Verhandlungsmanagement, Verhandlungsführung, Zahlungsbereitschafts-management, Verkaufsprozesse und Vertriebsorganisation, Besonderheiten des internationalen Direktvertriebs, Management des Direktvertriebs in Krisenzeiten.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt:

Backhaus, K., Voeth, M.: Industriegütermarketing, München

Hofbauer, G.; Hellwig, C.: Professionelles Vertriebsmanagement, Erlangen

Jobber, D.; Lancaster, G.: Selling and Sales Management, Harlow/New York/New Delhi

Johnston, M. W.; Marshall, G. W.: Sales Force Management, Hoboken

Kleinaltenkamp, M.; Saab, S.: Technischer Vertrieb: Eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing, Berlin

Voeth, M.; Herbst, U.: Verhandlungsmanagement - Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart

Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München

Strategische Aspekte der Digitalen Transformation (W3M11301)

Strategic Aspects of Digital Transformation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11301	-	1	Prof. Dr. Sebastian Richter	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage sich in der Begriffswelt der Digitalen Transformation zu orientieren, können Merkmale und Formen digitaler Märkte erklären sowie Güter der Internetökonomie beschreiben. Zudem sind ihnen Charakteristika der Internet-Ökonomie bekannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Zielsetzungen der Digitalen Transformation beurteilen und bei der Entwicklung solcher Zielsetzungen unterstützen. Die Studierenden sind in der Lage digitale Strategien zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für die vielfältigen ethische Implikationen und sozialen Folgen ihrer Entscheidungen und nehmen eine kritische Haltung gegenüber technologischen Entwicklungen ein.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Auswirkungen der Digitalen Transformation auf Unternehmen, Staat und Gesellschaft. Sie ordnen ihr Handeln in diesen Kontext ein und wissen um die Notwendigkeit einer ganzheitlichen und unternehmensübergreifenden Betrachtungsweise.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategische Aspekte der Digitalen Transformation	42	93

Einführung: Rahmenbedingungen der Digitalen Transformation – Erklärungsansätze der Digitalen Transformation; Charakteristika der Internet-Ökonomie; Merkmale und Formen digitaler Märkte; Güter der Internet-Ökonomie (Digitale Güter, Informationsgüter, Netzwerküter, Standardisierung); Intermediation

Strategische Aspekte der Digitalen Transformation: Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Digitalen Transformation – Zielzustände der Digitalen Transformation – Theorien und Methoden zur Entwicklung Digitaler Strategien

Gesellschaftliche und ethische Implikationen der Digitalen Transformation

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss in der Regel von allen Digital Business Management-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: The Second Machine Age: Wie die nächste digitale Revolution unser aller Leben verändern wird, Kulmbach.
Clement, R.; Schreiber, D.; Bossauer, P.; Pakusch, C.: Internet-Ökonomie: Grundlagen und Fallbeispiele der digitalen und vernetzten Wirtschaft, Wiesbaden.
Gassmann, O.; Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten: Geschäftsmodelle Erfolgsfaktoren Checklisten, München.
Hanschke, I.: Digitalisierung und Industrie 4.0 - einfach und effektiv: Systematisch und lean die Digitale Transformation meistern, München.
McAfee, A.; Brynjolfsson, E.: Machine, Platform, Crowd: Wie wir das Beste aus unserer digitalen Zukunft machen, Kulmbach.
Peter, R.: Internet-Ökonomie, Berlin, Heidelberg.
Sambamurthy, V; Zmud, R. W.: Guiding the Digital Transformation of Organizations, Legerity Digital Press, o.O.
Strauß, R.: Digitale Transformation: Strategie, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis, Stuttgart

Technologien der Digitalen Transformation und Anwendungen (W3M11302)

Technologies of Digital Transformation and its Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11302	-	1	Prof. Dr. Thomas Kessel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden identifizieren die Paradigmen und die grundlegenden Konzepte des Informationsmanagements, der Informationssysteme, der Künstlichen Intelligenz und der Softwareentwicklung. Sie können diese überblicksartig darstellen und erläutern sowie diese auch auf den betrieblichen Kontext anwenden bzw. übertragen. Sie sind fähig die wesentlichen Lösungsansätze einzuordnen und zu beurteilen. Die Studierenden können selbstständig die passenden Theorien oder Modelle zu den entsprechenden Wissensbereichen auswählen und diese erörtern.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden identifizieren die Paradigmen und die grundlegenden Konzepte des Informationsmanagements, der Informationssysteme, der Künstlichen Intelligenz und der Softwareentwicklung. Sie können diese überblicksartig darstellen und erläutern sowie diese auch auf den betrieblichen Kontext anwenden bzw. übertragen. Sie sind fähig die wesentlichen Lösungsansätze einzuordnen und zu beurteilen. Die Studierenden können selbstständig die passenden Theorien oder Modelle zu den entsprechenden Wissensbereichen auswählen und diese erörtern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Technologien der Digitalen Transformation und Anwendungen	42	93

Überblick der aktuellen Technologien bei Informationssystemen/der Informatik Einführung in Grundlagen und Anwendungen des Informationsmanagements Prinzipien der Künstlichen Intelligenz (KI): z. B. wissensbasierte Systeme, Intelligente Suchverfahren, Maschinelles Lernen, Neuronale Netze

IT Servicemanagement: z. B. Modellierung und Formalisierung von Services, Geschäftsprozessmanagement, Automatisierung und Verknüpfung von Services, ITSM Best Practices (z. B. ITIL)

Innovative Softwareentwicklung: z. B. agile Vorgehensmodelle, Continuous Integration / Deployment, Open Source Software, Model-Driven Architecture, Service Oriented Architecture.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss in der Regel von allen Digital Business Management-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Gadatsch, A., „Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis“, Springer Vieweg
Kessel, T., Vogt, M., „Fit für die Prüfung: Wirtschaftsinformatik: Lernbuch“, UTB
Laudon, K., Laudon, J., „Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung“, Pearson
Russell, S., Norvig, P., „Artificial Intelligence“, Prentice Hall
Sommerville, I., „Software Engineering“, Addison-Wesley

Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle (W3M11303)

Development of Digital Business Models

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11303	-	1	Prof. Dr. Matthias Rehme	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Konzepte zur Systematisierung von Geschäftsmodellen sowie Instrumente zu deren (Weiter-)Entwicklung. Aufbauend auf dem Wissen zu Entwicklungen der Digitalen Transformation sowie zur Analyse des digitalen Reifegrads von Unternehmen sind die Studierenden in der Lage, Möglichkeiten zur Ausgestaltung von digitalen Geschäftsmodellen zu beschreiben.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, digitale Geschäftsmodelle zu dokumentieren sowie zu analysieren. Zudem sind sie befähigt, technologische Trends zu erkennen und deren betriebswirtschaftliches Potenzial zu bewerten, um auf dieser Basis neue Geschäftsmodelle abzuleiten bzw. bestehende Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können sich auf die z.T. divergenten Interessenlagen der in Prozessen der digitalen Transformation involvierten internen und externen Personen bzw. Marktpartner einstellen sowie eine Mittlerfunktion zwischen betriebswirtschaftlichen und informatikbezogenen Anforderungen wahrnehmen. Sie sind sensibilisiert für die ökonomischen, technologischen und sozialen Herausforderungen, die mit der Suche nach und Implementierung von Geschäftsmodellen im Lichte digitaler Transformationsprozesse einhergehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein integratives Verständnis entwickelt, wie digitale Geschäftsmodelle im Spannungsfeld von Kostenerfordernissen einerseits sowie Erlöspotenzialen durch marktbezogene nutzenstiftende Leistungen andererseits auszugestalten sind. Sie verstehen das Zusammenspiel von betriebswirtschaftlichen, technologischen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen als zentrale Einflussfaktoren für die Ausgestaltung von Geschäftsmodellen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle	42	93

Treiber der digitalen Transformation und deren Bedeutung für die Gestaltung von Geschäftsmodellen – Merkmale digitaler Geschäftsmodelle – Systematisierung von Geschäftsmodelltypen – Techniken der Geschäftsmodell-Ideen-Gewinnung – Einflussfaktoren auf die Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle – Instrumente zur Entwicklung und Erweiterung von digitalen Geschäftsmodellen – Geschäftsmodell-Implementierung – Reifegradanalyse digitaler Geschäftsmodelle.

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss in der Regel von allen Digital Business Management-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

- Becker, W./Ulrich, P./Stradtman, M.: Geschäftsmodellinnovationen als Wettbewerbsvorteil mittelständischer Unternehmen, Wiesbaden.
- Borgmeier, A./Grohmann, A./Gross, S. (Hrsg.): Smart Services und Internet der Dinge: Geschäftsmodelle, Umsetzung und Best Practices, München.
- Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München.
- Gassmann, O./Sutter, P.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München.
- Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, München.
- Hoffmeister, C.: Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen, München.
- Jung, H.H./Kraft, P. (Hrsg.): Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, München.
- Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden.
- Matzler, K./Bailom, F./von den Eichen, S.F./Anschöber, M.: Digital Disruption, München.
- Meinhardt, S.; Pflaum, A. (Hrsg.): Digitale Geschäftsmodelle – Band 1: Geschäftsmodell-Innovationen, digitale Transformation, digitale Plattformen, Internet der Dinge und Industrie 4.0 (Edition HMD), Wiesbaden.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation, Frankfurt.
- Porter, M.E./Heppelmann, J.E.: How Smart, Connected Products Are Transforming Companies, in: Harvard Business Review 93, 2015, 96-114.
- Rogers, D.L.: Digitale Transformation, Frechen.
- Schallmo, D./Rusnjak, A./Anzengruber, J./Werani, T./Jünger, M. (Hrsg.). Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Wiesbaden.
- Strauß, R.E.: Digitale Transformation: Strategie, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis, Stuttgart.
- Wirtz, B.W.: Business Model Management: Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Wiesbaden

Digitale Ökosysteme (W3M11304)

Digital Ecosystems

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11304	-	1	Prof. Dr. Erich Heumüller	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Ausprägungen digitaler Ökosysteme und können Governance-Mechanismen von digitalen Ökosystemen im Allgemeinen und von Digitalen Plattformen im Speziellen beschreiben. Die Struktur von Plattform-Geschäftsmodellen ist ihnen bekannt und kann modellhaft erläutert werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind befähigt, Netzwerkeffekte anhand bekannter Plattformmodelle zu analysieren und darauf aufbauend Gestaltungsmöglichkeiten abzuleiten. Die Studierenden können Governance-Modelle bei der Gestaltung von digitalen Plattformen und Ökosystemen zielorientiert anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für die ethischen und abstrakten wirtschaftlichen Implikationen von digitalen Plattform-Geschäftsmodellen. Sie wissen um den natürlich monopolisierenden Charakter dieser Geschäftsmodelle und können folgende Implikationen kritisch in Diskurse einbringen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Auswirkungen von kooperativen Beziehungen in digitalen Ökosystemen auf Unternehmen, Staat und Gesellschaft. Sie ordnen ihr Handeln in diesen Kontext ein.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitale Ökosysteme	42	93

Konzeptionelle Aspekte digitaler Ökosysteme: Begrifflichkeiten (Ökosystem, Lebenszyklen von Ökosystemen) – Ökosystemreferenzmodell – Ökosystemarchetypen – Ökosystemgesundheit – Ökosystem-Governance

Digitale Plattformen: Definition und Arten digitaler Plattformen – Netzwerkeffekte – Plattformgeschäftsmodell und Plattform-Governance – Plattformökonomie: Dezentrale und selbstorganisierende Märkte

Managementansätze Digitaler Ökosysteme: Strategische Partnerschaften (Anreize, Beteiligungen der Akteure) – Portfoliomanagement in Ökosystemen – Produktionsökosysteme

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Iansiti, M.; Levien, R. (2004): Strategy as Ecology. In: Harvard Business Review (82:3), pp. 1–11.
- Anggraeni, E.; Hartigh, E. Den; Zegveld, M. (2007). Business Ecosystem as a Perspective for Studying the Relations between Firms and Their Business Networks. In: ECCON 2007 Annual Meeting Proceedings, Delft: Delft University of Technology Press, pp. 1–28.
- Moore, J. F.: The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems, New York: HarperBusiness.
- Peltoniemi, M. (2006). "Preliminary Theoretical Framework for the Study of Business Ecosystems.," Emergence: Complexity & Organization (8:1), pp. 10–19.
- Porter, M. E.: The competitive advantage of nations. New York: Free Press.
- Farhadi, N.: Cross-Industry Ecosystems. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Reillier, L.C.; Reillier, B.: Platform Strategy. Routledge, New York.
- Sambamurthy, V.; Zmud, R.W.: Guiding the Digital Transformation of Organizations, Legerity Digital Press
- Schreieck, M.; Wiesche, M.; Krcmar, H. (2016): Design and governance of platform ecosystems - Key concepts and issues for future research. 24th European Conference on Information Systems, ECIS 2016. Istanbul.
- Gawer, A.: Platform, markets and innovation: an introduction. In: Gawer, A. (Ed.): Platform, markets and innovation. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, pp. 1–16

Business Analytics (W3M11305)

Business Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11305	-	1	Prof. Dr. Gerhard Hellstern	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Transferbericht (50%) und Mündliche Prüfung (50%)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen wichtige Ziele und Anwendungsfelder von Business Analytics im Unternehmen. Sie können relevante Begriffe im Kontext von Business Analytics voneinander abgrenzen bzw. in Beziehung zueinander setzen.

Die Studierenden können die Struktur eines Business Analytics Use Case anhand abstrakter Prozessphasen, die im CRISP-DM bzw. ASUM-DM-Referenzmodell definiert sind, erklären. Sie kennen verschiedene technische und methodische Hilfsmittel für die jeweiligen Phasen und können dessen Auswahl begründen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Hilfe des abstrakten Analyseprozesses gemäß des CRISP-DM bzw. ASUM-DM-Referenzmodells einen eigenen Anwendungsfall strukturieren und entwerfen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die Geeignetheit von Daten und technischen Lösungsmöglichkeiten im Hinblick auf das spezifische Business Analytics-Ziel zu beurteilen. Die Studierenden durchdringen Möglichkeiten und Grenzen des Business Analytics-Ansatzes in praktischen Anwendungsfällen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden ordnen Business Analytics in die Informationsversorgung eines Unternehmens ein. Sie kennen die Bedeutung für die betriebliche Entscheidungsunterstützung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Analytics	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen und Zielsetzungen von Business Analytics (BA) - Struktur- bzw. Vorgehensmodell und deren Weiterentwicklung mit agilen Ansätzen (CRISP-DM bzw. ASUM)

Geschäftsverständnis: Business-Ziele – Erfolgsfaktoren und Erfolgsevaluation – BA-Ressourcen - Risiken

Datenverständnis: Datenherkunft – Datenquellen - Datenqualität

Datenvorbereitung: Datenauswahl und Entscheidungskriterien – Analysefähigkeit von Daten – Extraktion, Transformation und das Laden von Daten – Speichern von Daten

Modellierung: Analysemethoden und deren Ziele – Voraussetzungen und Auswahl von Analysemethoden – Interpretation der Ergebnisse von Analysemethoden

Evaluation und Inbetriebnahme: Bewertung der Analyse – Visualisierung der Ergebnisse – Verstärkung des Analyseprojekts

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Kemper, H.-G., Baars, H.; Mehanna, W.: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, Wiesbaden: Vieweg + Teubner.

Laursen, G. H. N.; Thorlund, J.: Business Analytics for Managers: Taking Business Intelligence Beyond Reporting, Hoboken: Wiley and SAS business series.

Saxena, R.; Srinivasan, A.: Business Analytics: A Practitioner's Guide, New York: Springer.

Seiter, M.: Business Analytics. Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen, München: Vahlen.

Stubbs; E.: Delivering Business Analytics – Practical Guidelines for Best Practice, Hoboken: Wiley and SAS business series.

Digitalisierung betrieblicher Wertschöpfungsprozesse (W3M11306)

Digitization of Value Added Processes

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11306	-	1	Prof. Dr. Dietrich Emmert	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wesentlichen strategischen und operativen Anforderungen an die Wertschöpfungsprozesse, um sachgemessene Einschätzungen von unterschiedlichen Lösungsstrategien zur digitalen Transformation der Prozesse vornehmen zu können. Die Auswirkungen dieser Transformation werden verstanden, diskutiert und Vor- und Nachteile bewertet. Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Best-Practice-Lösungen für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung der Wertschöpfungsprozesse mit besonderem Fokus auf digitale Technologien.

METHODENKOMPETENZ

Studierende beherrschen die Anwendung und Reflexion von Methoden und Techniken im Kontext der Digitalisierung von Wertschöpfungsprozessen. Hierzu gehören die Methoden des Lean Startup Ansatzes und Growth Hacking. Hinzu kommt die Weiterentwicklung analytischer Methodenkompetenz zur Prozessgestaltung und Prozessmodellierung. Die Studierenden finden sich in der Vielfalt und Tiefe der Methoden zurecht und können deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit einem Gremium zu präsentieren und dieses von der Qualität der Arbeit und den Lösungsansätzen zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Wertschöpfungsprozesse weisen vielfältige Schnittstellen mit den Unterstützungsprozessen im Unternehmen auf, was eine hohe Komplexität der Aufgaben impliziert und damit im besonderen Maße die Fähigkeit zur Lösung komplexer Probleme erfordert. Studierende haben ein vertieftes Verständnis von übergreifenden Zusammenhängen welches ihnen ermöglicht, entsprechend der erlernten Methoden ihr Wissen auch auf neue Arbeitsfelder zu adaptieren und multidisziplinäre Zusammenhänge zu erfassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitalisierung betrieblicher Wertschöpfungsprozesse	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

EINFLUSS DER DIGITALISIERUNG AUF WERTSCHÖPFUNGSPROZESSE IN DER PRODUKTION

Prozesselemente in der überbetrieblichen Wertschöpfung (SCOR-Modell)
Key Performance Indikatoren (Durchlaufzeiten, Integrationsfähigkeit, Komplexitätsbeherrschung)
Verbesserte Entscheidungsgrundlagen bei Prognoseprozessen (APS-Systeme; Predictive Analytics)

EINFLUSS DER DIGITALISIERUNG AUF WERTSCHÖPFUNGSPROZESSE BEI DIENSTLEISTUNGEN

Konvergenz von Servitisierung und Digitalisierung
Produktion von immateriellen Gütern (Dienstleistungsprozessen) und Value Added Services (Datenbasierte Dienstleistungen, sog. Smart Services, Build-Own-Operate (BOO))
Hybride Wertschöpfung und Hybride Leistungsbündel bzw. Product Service Systems

EINFLUSS DER DIGITALISIERUNG AUF DEN GESAMTPROZESS DER WERTSCHÖPFUNG

Virtuelle Wertschöpfung: Virtuelle Unternehmen und Teamstrukturen, Auflösung von Unternehmensgrenzen, Transformation von Wertschöpfungsketten zu Wertschöpfungsnetzwerken, Digitalisierung und Kooperationsformen
Interaktive Wertschöpfung: Neue Formen der Arbeitsteilung/Wissenstransfers und Individualisierung/Mass Customization zwischen Unternehmen, Partnern und Kunden

BESONDERHEITEN

Portfolioprüfung umfasst: Selbstreflexion in Bezug auf Modul und Vorerfahrungen. Weiterführende Fragestellungen, Befunde und Reflexion. Summative Evaluation des Gelernten und Konsequenzen. Antestat, Schriftliche Ausarbeitungen (z.B. Glossar, Lernergebnisse), Gruppenpräsentation.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegendes Verständnis von Wertschöpfungsprozessen auf dem Niveau einer einführenden BWL-Veranstaltung. Erste Kenntnisse und ein Grundverständnis der Entwicklungen und Möglichkeiten der Digitalisierung

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Brynjolfsson, E./ McAfee, A.: Machine, Platform, Crowd: Harnessing the Digital Revolution, W.W. Norton & Company: New York/ London.

Göpfert, I. (Hrsg.): Logistik der Zukunft – Logistics for the Future, Springer Gabler: Wiesbaden.

Jung, H. H./ Kraft, P. (Hrsg.): Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung. - Szenarien, Optionen und Erfolgsmodelle für smarte Geschäftsmodelle, Produkte und Services, Hanser: München.

Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler: Wiesbaden.

Richter, S.; Wischmann, S.: Additive Fertigungsmethoden. Entwicklungsstand, Marktperspektiven für den industriellen Einsatz und IKT-spezifische Herausforderungen bei Forschung und Entwicklung. Hrsg. v. Institut für Innovation und Technik in der VDI / VDE Innovation + Technik GmbH (iit).

Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R. T.; Möslin, K. M.; Neuburger, R.; Neyer, A.-K.: Die grenzenlose Unternehmung: Information, Organisation & Führung, Springer Gabler: Wiesbaden.

Porter, Michael E.; Heppelmann, James E.: Wie smarte Produkte Unternehmen verändern. In: Harvard Businessmanager, Sonderdruck (12).

Reichwald, R.; Piller.: Interaktive Wertschöpfung: Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung, Gabler: Wiesbaden.

Schallmo, D., Rusnjak, A., Anzengruber, J., Werani, Th., Jünger, M. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen - Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Springer Gabler: Wiesbaden.

Schallmo, D. und Rusnjak, A.: "Roadmap zur Digitalen Transformation von Geschäftsmodellen", in: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, D. Schallmo, A. Rusnjak, J. Anzengruber, T. Werani und M. Jünger (Hrsg.). Wiesbaden: Springer, S. 1-31.

Seiter, M., Grünert, L., Berlin, S. : Betriebswirtschaftliche Aspekte von Industrie 4.0. Springer: Wiesbaden

Wirtz, B. W.: Electronic Business, Springer Gabler: Wiesbaden.

Digital Innovation Management (W3M11307)

Digital Innovation Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11307	-	1	Prof. Dr. Marcin Mikusz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Digitale Innovation konzeptuell und berufspraktisch durchdringen und sind sensibilisiert für deren Besonderheiten im Vergleich zur Innovation im Allgemeinen.

Die Studierenden kennen und verstehen die zentralen institutionalen und prozessualen Ansatzpunkte des Managements Digitaler Innovationen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die zentralen Methoden und Techniken des Digital Innovation Managements und können deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können die positiven wie negativen Implikationen Digitaler Innovation aus sozialer, gesellschaftlicher, ökologischer, politischer und volkswirtschaftlicher Perspektive reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digital Innovation Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Dimensionen des Innovationsbegriffs (nach Inhalt, Neuheitsgrad usw.) und besondere Charakteristika und Potentiale Digitaler Innovationen

Innovation in der Informations-/Internetökonomie und im strategischen Umfeld des Digital Business (Innovation und Netzwerkeffekte, War of Standards, Konvergenz, Innovationsdynamik)

Relevante Konzeptualisierungen Digitaler Innovation (Kombinatorische, Disruptive, Cross Industry Innovation; Generativity)

Digitale Innovation als Prozess (Prozessschritte, Methoden und Tools wie Design Thinking; Steuerung von Innovationsprozessen und -projekten)

Innovation als Managementaufgabe und deren Verankerung im Digital Business Management (Innovation Hubs, unternehmensübergreifende Innovationsnetzwerke, Innovations-Ökosysteme)

Interaktive Wertschöpfung, kooperative Innovationsansätze und Nutzerorientierung im Digital Innovation Management (Co-Innovation, Open Innovation)

Technologiemanagement im Zusammenspiel mit Innovationsmanagement (Technologieorientierte Umwelt- und Unternehmensanalyse, Trendforschung und Technologiebewertung, Formulierung einer Technologiestrategie usw.)

Gesellschaftliches, wirtschaftspolitisches und volkswirtschaftliches Umfeld des Digital Innovation Managements (Gesellschaftliche Einstellungen zur digitalen Innovation, staatliche Innovationspolitik usw.)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Betriebswirtschaftslehre auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Hauschildt, J., Salomo, S., Schultz, C., Kock, A.; Innovationsmanagement; München

Reichwald, R., Piller, F.; Interaktive Wertschöpfung – Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung; Wiesbaden

Leimeister, J. M.; Dienstleistungsengineering und -management – Data-driven Service Innovation; Berlin, Heidelberg

Wirtz, B.; Electronic Business; Wiesbaden

Fichman, R.; Dos Santos, B.; Zheng, Z.; Digital Innovation as a Fundamental and Powerful Concept in the Information Systems Curriculum; MIS Quarterly (2014); <https://doi.org/10.25300/MISQ/2014/38.2.01>

Wiesböck, F., Hess, T.; Digital innovations; Electronic Markets (2019); <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00364-9>

Betriebliche Informationssysteme (W3M11309)

Enterprise Information Systems

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11309	-	1	Prof. Dr. Dirk Uwe Palleduhn	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden identifizieren die relevanten Kategorien und Ausprägungen von betrieblichen Informationssystemen und die Grundlagen des Informationsmanagements sowie deren Konsequenzen für Organisationsstrukturen und Unternehmensstrategien. Sie können diese darstellen, erläutern und analysieren. Die Studierenden können Verbindungen zwischen Praxisproblemen oder funktionalen Unternehmensbereichen und den entsprechenden Informationssystemen ziehen und erklären. Basierend auf dem erworbenen Wissen können die Studierenden einschlägige typische Praxisprobleme in Bezug auf Informationssysteme erkennen und gemäß den gängigen Modellen/Theorien Lösungen vorschlagen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden bestimmen und klassifizieren die Methoden zur Entwicklung und Umsetzung von betrieblichen Informationssystemen sowie der Methoden des Informationsmanagements. Die Studierenden sind befähigt, die methodischen Ansätze darzustellen und zu bewerten. Sie können die entstehenden Ergebnisse einschätzen und analysieren. Die Studierenden können die üblichen Fragestellungen aus Theorie oder Praxis bearbeiten, in dem die passende Methodik oder der geeignete Formalismus eines Modells oder einer Theorie ausgewählt und umgesetzt wird.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Betriebliche Informationssysteme	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

I Allgemeine Grundlagen von betrieblichen Informationssystemen

- (1) Systemtheorie (u.a. Übersicht und Grundbegriffe, Klassifikation von Systemen, historische Entwicklung, Organisation, Modellierung, Kybernetik und Regelkreis)
- (2) Elektronische Daten- und Informationsverarbeitung (u.a. historische Entwicklung, Digitalisierung, Informationsintegration)
- (3) Integrierte Informationsverarbeitung (IIV; u.a. Übersicht und Grundbegriffe, Integrationsmodelle und Informationsarchitekturen, Synchronisation von Daten und Informationen, Funktionen und Prozesse in den verschiedenen Sektoren eines Unternehmens, Funktionsbereich- und Prozess-übergreifende Integrationskomplexe und Anwendungen)
- (4) T-Governance (u.a. Übersicht und Grundbegriffe, Projektmanagement)
- (5) Realisierung der Integrierten Informationsverarbeitung (u.a. historische Entwicklung, ERP (Enterprise Resource Planning)-Systeme, SAP SE (Lösungen und Produkte))

II Konzeption und Entwicklung von betrieblichen Informationssystemen

- (1) Einführung in das Software Engineering
- (2) Notwendigkeit eines strukturierten Vorgehens
- (3) Vorgehensmodelle in der Softwareentwicklung (Klassische Ansätze versus moderne Ansätze, Einsatzszenarien)
- (4) Einführung in die Unified Modeling Language (UML)
- (5) Anforderungserhebung und -spezifikation mithilfe der UML
- (6) Realisierung von betrieblicher Anwendungssoftware mithilfe der UML
- (7) Weiterführende Überlegungen zu Konzept und Design betrieblicher Informationssysteme

III Realisierung von betrieblichen Informationssystemen am Beispiel von Industrie 4.0

- (1) Einführung in ausgewählte betriebliche Informationssysteme
 - a) Aufbau und Eigenschaften von ERP (Enterprise Resource Planning)-Systemen
 - b) Anwendungsbeispiel anhand eines modernen ERP-Systems (SAP S/4HANA) – Fokus "Use Cases in Logistik und Produktion"
 - c) Aufbau und Eigenschaften von CRM (Customer Relationship Management)-Systemen
 - d) Anwendungsbeispiel anhand eines modernen CRM-Systems (ADITO CRM) – Fokus "Use Cases im Vertrieb"
- (2) Einführung in den Aufbau einer modernen (Digitalen) Fabrik
 - a) Anwendung am Beispiel einer Digitalen Modellfabrik – Fokus "Auftragsabwicklung mit Prozessschritten, IT-Systemen, Schnittstellen"
 - b) Konkrete Beispiele für das Internet of Things (IoT) und Cyber-physische Systeme

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende BWL- und IT-Kenntnisse

LITERATUR

Zu Teil I (Allgemeine Grundlagen von betrieblichen Informationssystemen):

- Mertens, Peter (2012): Integrierte Informationsverarbeitung 1. Operative Systeme in der Industrie. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Mertens, Peter; Meier, Marco C. (2010): Integrierte Informationsverarbeitung 2. Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Palleduhn, Dirk Uwe; Neuendorf, Herbert (2013): Geschäftsprozessmanagement und Integrierte Informationsverarbeitung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München.

Zu Teil II (Konzeption und Entwicklung von betrieblichen Informationssystemen):

- Balzert, Heide: Lehrbuch der Objektmodellierung (2011): Analyse und Entwurf mit der UML. Spektrum Akademischer Verlag (Springer), Heidelberg.
- Larman, Craig (2005): UML 2 und Patterns angewendet. Objektorientierte Softwareentwicklung. mitp Verlags GmbH & Co. KG, Frechen.
- Oesterreich, Bernd; Scheithauer, Axel (2013): Analyse und Design mit der UML 2.5. Objektorientierte Softwareentwicklung. Unter Mitarbeit von Stefan Bremer. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München.

Zu Teil III (Realisierung von betrieblichen Informationssystemen am Beispiel von Industrie 4.0):

- Holttschulte, Andreas (2021): Praxisleitfaden IoT und Industrie 4.0. Methoden, Tools und Use Cases für Logistik und Produktion. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, München.
- Kurbel, Karl (2016): Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie. Walter de Gruyter GmbH, Berlin u.a.
- Pistorius, Johannes (2020): Industrie 4.0 – Schlüsseltechnologien für die Produktion. Grundlagen, Potenziale, Anwendungen. Springer Vieweg, Wiesbaden.

Customer Experience Management (W3M11310)

Customer Experience Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11310	-	1	Prof. Dr. Matthias Rehme	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Customer Experience Value Chain als grundlegendes Konzept des Customer Experience Management, können Möglichkeiten zur Beeinflussung von Kundenerwartungen sowie klassische Ansätze zur Messung der Kundenzufriedenheit erläutern und in den Kontext des Customer Experience Management einordnen. Weiterhin sind sie in der Lage, wichtige Mapping-Konzepte sowie Methoden der Marktforschung zur Analyse des Kundenverhaltens zu erklären und verfügen über das Wissen um die jeweiligen Einsatzfelder. Sie kennen Instrumente zur multisensualen, erlebnisorientierten Gestaltung von Touchpoints und Möglichkeiten zur organisatorischen Implementierung des Customer Experience Management im Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können verschiedene Mapping-Techniken zur Analyse des Kundenverhaltens situationsspezifisch anwenden. Zudem haben sie erste Erfahrungen beim Einsatz neuerer Methoden zur kundenorientierten, multisensualen Gestaltung von Touchpoints innerhalb der Customer Journey.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden nehmen die Perspektive des*der Kunden*in ein, verstehen dessen*deren Bedürfnisse und Erwartungen und sind so in der Lage Leistungen zu gestalten, die von individuellem oder gesellschaftlichem Nutzen sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden wissen um die Bedeutung des kanalübergreifenden Kundenverhaltens und können die Kundeninteraktionen ganzheitlich analysieren sowie gestalten. Dabei wenden sie Gestaltungsinstrumente aus Marketing, Dienstleistungsmanagement und Softwareentwicklung integrativ an.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Customer Experience Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Definition und Einordnung des Customer Experience Management (CEM)
Customer Experience Value Chain als Ausgangspunkt des CEM
Instrumente des Kundenerwartungsmanagement
Methoden der Kundenzufriedenheitsmessung
Mapping als Instrument zur Analyse von kanalübergreifendem Kundenverhalten: Empathy Map, Customer Journey Map, Experience Map, Service Blueprint
Data Analytics als Instrument zur Analyse von kanalübergreifendem Kundenverhalten
Experience Research-Methoden: z.B. Clickstream Analysis, Eyetracking, Usability-Analysen, Focusgruppen-Interviews, Akzeptanzstudien
Instrumente zur multisensualen Gestaltung von Touchpoints: Service Design, Design Thinking, Kreativmethoden, Rapid Prototyping, Mixed Reality, Content Management, Storytelling, Interaktionsgestaltung (z.B. Card Sorting), Marketing Automation (z.B. Chatbots)
Organisatorische Einbindung des CEM im Unternehmens

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bruhn, M.: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen. München.
Bruhn, M.; Hadwich, K. (Hrsg.): Customer Experience: Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden.
Goodman, J. A.: Customer Experience 3.0: High-Profit Strategies in the Age of Techno Service. o.O.
Kalbach, J.: Mapping Experiences: A Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams. Sebastopol.
Pennington, A.: The Customer Experience Book: How to design, measure and improve customer experience in your business: Harlow u.a.
Rusnjak, A.; Schallmo, D. R. A. (Hrsg.): Customer Experience im Zeitalter des Kunden. Best Practices, Lessons Learned und Forschungsergebnisse. Wiesbaden.
Newman, M.; McDonald, M.: 100 Practical Ways to Improve Customer Experience: Achieve End-to-End Customer Engagement in a Multichannel World. London.
Schmitt, B. H.: Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customer. Wiley.
Schneider, W.; Kornmeier, M.: Kundenzufriedenheit. Konzept, Messung, Management. Bern.
Watkinson, M.: The Ten Principles Behind Great Customer Experiences. Harlow u.a.

Tools für die Strategie-Beratung (W3M11313)

Tools for Strategy Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11313	-	1	Prof. Dr. Friedrich Augenstein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls detailliert Werkzeuge im Bereich der strategischen Analyse, der Strategieentwicklung und –umsetzung eines Unternehmens, die von Berater*innen in der Strategieberatung eingesetzt werden. Sie können dieses routiniert auf die Fragestellungen ihrer praktischen Arbeit und auf die Situation ihres Unternehmens übertragen.

Die Studierenden lernen ein IT-basiertes Strategisches-Management-Tool kennen, dessen strukturierte Vorgehensweise und dessen Vorlagen einen durchgängigen Beratungsprozess in der Strategieberatung unterstützen.

METHODENKOMPETENZ

Mithilfe der vermittelten strukturierten Vorgehensweisen in der Strategieberatung können die Studierenden Strategieberatungsprojekte erfolgreich mitgestalten und auf die konkrete Situation im Unternehmen abgestimmte Methoden auswählen und zielgerichtet einsetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein Projekt zur Strategieentwicklung und –umsetzung effektiv zu unterstützen oder dieses zu leiten. Sie sind sensibilisiert für die gerade in Strategieprojekten umfassend zu berücksichtigenden Interessenskonflikte und können adäquat damit umgehen, stärken aber auch Kreativität und Innovationskraft, wie sie für Strategieprojekte ebenfalls unerlässlich sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Um praktikable Lösungen bei der Strategieentwicklung und –umsetzung zu erarbeiten, verstehen die Studierenden auch die nachgelagerten Auswirkungen auf Aufbau- und Ablauforganisation sowie mögliche Umsetzungen in IT-Systemen. Da Strategien mehrere Funktionsbereiche eines Unternehmens tangieren, reflektieren die Studierenden die Erfolgsfaktoren und spezifischen Anforderungen dieser unterschiedlichen Bereiche und berücksichtigen dies bei der Lösungserarbeitung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Tools für die Strategie-Beratung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Prozess des Strategischen Managements
Einführung in das Strategische Management Tool
Methoden und Vorgehensweise zur Tool-Auswahl in der Strategischen Analyse
Übergreifende Analysen
Zielbildung/-revision: 7-S-System, EFQM-Modell, Vision, Mission und Leitbild, Geschäftsmodell, Lückenanalyse u.a. Tools
Externe Strategische Analyse: PESTEL, Stakeholder-Analyse, Porters 5-Forces, Strategische Gruppen, Profit
Pools, Industriekostenkurve, Industrielbenszyklus, Schlüsselerfolgsfaktoren u.a. Tools
Interne Strategische Analyse: VRIO-Rahmen, Ressourcen-/ Fähigkeitsmatrix, Wertkette u.a. Tools
Aktuelle Entwicklungen im Bereich der Strategischen Analyse
Methoden und Vorgehensweise zur Tool-Auswahl in der Strategie-Entwicklung
Entwicklung von Unternehmensstrategien: Segmentierung, BCG-Matrix, McKinsey-Matrix, Lebenszyklus-Matrix, Restrukturierungs-Hexagon u.a. Tools
Entwicklung von Geschäftsfeldstrategien:
Generische Geschäftsstrategien, Erfahrungskurven, Blue-Ocean-Modell u.a. Tools
Ansoff-Matrix, Szenario-Analyse, Spieltheorie, TOWS-Matrix
Aktuelle Entwicklungen im Bereich der Strategie-Entwicklung
Methoden und Vorgehensweise zur Tool-Auswahl in der Strategie-Umsetzung
Balanced Scorecard, Six Sigma, Change Management
Kritische Reflexion der eingesetzten Tools
Fallstudie unter Nutzung des Strategischen Management Tools

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Augenstein, F.: Strategisches Management Tool, Simmozheim
Bergmann, R., Bungert, M.: Strategische Unternehmensführung, Berlin/Heidelberg
Dillerup, R., Stoi, R.: Unternehmensführung, München
Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis, Chichester, West Sussex, United Kingdom
Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen - Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden
Kerth, K., Asum, H., Stich, V.: Die besten Strategietools in der Praxis, München
Macharzina, Wolf: Unternehmensführung, Wiesbaden
Matzler, K., Müller, J., Mooradian, T.: Strategisches Management: Konzepte und Methoden, Wien
Paul, H., Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, München
Probst, G., Wiedemann, C.: Strategieleitfaden für die Praxis, Wiesbaden
Welge, M., Al-Laham, A.: Strategisches Management: Grundlagen - Prozess - Implementierung, Wiesbaden

Tools für die Organisations-Beratung (W3M11314)

Tools for Process and Management Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11314	-	1	Prof. Dr. Friedrich Augenstein	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über umfassende Kenntnisse im Bereich der Gestaltung und Optimierung der Ablauf- und Aufbauorganisation eines Unternehmens wie sie für Beratungsprojekte in diesen Themengebieten benötigt werden. Die Studierenden werden befähigt, Geschäftsprozesse eines Unternehmens zu analysieren sowie mit Hilfe geeigneter Werkzeuge zu modellieren und zu optimieren. Dabei werden Software-Werkzeuge zur Geschäftsprozess-Modellierung sowie zu Robotic Process Automation genutzt. Sie lernen vielfältigste Methoden und Vorgehensweisen zur Organisationsgestaltung wie z.B. Outsourcing, Shared Services oder Lean Management kennen und anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden wenden Methoden zur Optimierung der Ablauf- und Aufbauorganisation eines Unternehmens aus Beratersicht sinnvoll an und entwickeln diese in der beruflichen Anwendung weiter. Sie sind in der Lage, strategische Vorgaben für die Gestaltung der Aufbau- und Ablauforganisation zu berücksichtigen und die Umsetzung neuer Strukturen in IT-Systeme sicherzustellen. Durch die Kenntnis strukturierter Vorgehensweisen zur Organisationsoptimierung können sie den Umsetzungserfolg sicherstellen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss durch die kritische Auseinandersetzung mit Übungsprojekten/-aufgaben in Kleingruppen für die Auswirkungen einer Organisationsoptimierung sensibilisiert – sind diese doch oft mit massiven Veränderungen für die betroffenen Beschäftigten verbunden. Die Studierenden lernen, auch diese Auswirkungen abzuschätzen und mit diesen umzugehen. Sie sind in der Lage, Beratungsprojekte zu Organisationsoptimierung methodisch zu begleiten und zu leiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Durch die Notwendigkeit, strategische Vorgaben in organisatorische Strukturen umzusetzen und Organisationsoptimierungen in IT-Systemen abzubilden, erwerben die Studierenden übergreifendes Wissen um die Zusammenhänge zwischen Strategie-, Organisations- und IT-Beratung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Tools für die Organisations-Beratung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Bezug zur Unternehmensführung und Analyse der Anforderungen der Prozess-Kunden
Bezug zum Management der Wertkette, Einteilung in Kernprozesse, Steuerungsprozesse und Unterstützungsprozesse
Prinzipien und Methoden der Prozessidentifikation, -analyse und -optimierung
Prinzipien und Methoden der Prozessgestaltung und -modellierung, Prozessarchitektur und Informationsverarbeitung
Einführung und Nutzung eines IT-Tools zur Prozessmodellierung
Grundsätze und typische Vorgehensweisen zur Geschäftsprozess-Optimierung und zum Business Process Reengineering
Robotic Process Automation – Einsatzgebiete und Vorgehensweise zur Einführung
Robotic Process Automation – Einführung eines IT-Tools für RPA und praktische Beispiele
Organisationsformen des Prozessmanagements
Prozessorientiertes Controlling
Beratungsprozess und Beratungsmethodik- Phasenmodelle, Techniken und Ergebnistypen
Prinzipien und Vorgehensweisen zur Organisationsoptimierung
Lean Management, Reifegradmodelle, Six Sigma, Standardisierung, Outsourcing, Automatisierung und andere Methoden des Performance Improvements Phasenmodell eines betrieblichen Veränderungsprozesses: Initialisierung, Fokussierung, Grobdesign, Feindesign, Implementierung, Kontinuierliche Verbesserung, Review; ausgewählte Techniken und Ergebnistypen
Exemplarische Vertiefung ausgewählter Problemstellungen
Standard-Beratungsprodukte: Entwicklung und Anwendung
Kostenmanagement als Beispiel eines Standard-Beratungsproduktes
Gemeinkostenwertanalyse
Die Kostenmanagement-Toolbox - eine strukturierte EDV-gestützte Vorgehensweise zum Kostenmanagement

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Becker, J./Kugeler, M./Rosemann, M.: Prozessmanagement, Berlin.
Best, E./Weth, M.: Geschäftsprozesse optimieren, Wiesbaden
Gaitanides, M. u.a.: Prozessmanagement, München.
Hammer/Champy: Business Process Reengineering, New York
Mohapatra, S.: Business Process Reengineering, New York
Rosenkranz, F.: Geschäftsprozesse. Modell- und computergestützte Planung, Berlin
Schmelzer, H./Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, München.
Schwab, J.: Geschäftsprozessmanagement, München/Wien
Seidelmeier, H.: Prozessmodellierung mit ARIS, Braunschweig/Wiesbaden
Bamberger, I./Wrona, T. (Hrsg.): Strategische Unternehmensberatung, Wiesbaden
Daniel, K.: Managementprozesse und Performance, Wiesbaden
Harrington, H.J. et al.: Business Process Improvement Workbook, New York
Heuermann, R., Herrmann, F.: Unternehmensberatung, München
Lippold, D.: Die Unternehmensberatung, Wiesbaden
Lunau, S. (Hrsg.): Six Sigma+ Lean Toolset, Berlin/Heidelberg
Schwan, K./Seipel, K.: Erfolgreich beraten - Grundlagen der Unternehmensberatung, München
Van Tiem, D., Moseley, J., Dessinger, J.: Fundamentals of Performance Improvement, San Francisco
Augenstein, F.: Kostenmanagement Toolbox, Simmozheim
Niedereichholz, C.: Consulting Insight, München/Wien
Niedereichholz, C.: Consulting Wissen, München/Wien
Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung - Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, München/Wien
Hardt, R.: Kostenmanagement, München/Wien
Stibbe, R.: Kostenmanagement, München

Grundlagen der Informationstechnik (W3M11315)

Foundations of Information Technology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11315	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur + Programmwurf (Gewichtung: 50% / 50%)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die wesentlichen Prinzipien objektorientierter Programmierung und strukturierter Entwicklung von Software. Sie können die Entwicklung vom Algorithmus zum Quellcode darstellen, erläutern und analysieren. Die Studierenden können kleinere Praxisprobleme durch eigenständige Programmierung lösen. Basierend auf dem erworbenen Wissen können die Studierenden einschlägige typische Algorithmen entwickeln und gemäß den gängigen Verfahren in Quellcode abbilden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden bestimmen und klassifizieren die Methoden zur Entwicklung und Umsetzung von Software und Rechnernetzen. Die Studierenden sind befähigt die methodischen Ansätze zur Analyse oder dem Entwurf von Software und Rechnernetzen darzustellen und zu bewerten. Die Studierenden können die üblichen Fragestellungen aus der Praxis bearbeiten, in dem die passende Methodik ausgewählt und angewendet wird.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Informationstechnik	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen der Softwareentwicklung und der Programmierung

Softwarelebenszyklus: Entwurf, Implementierung, Test, Wartung von Software
Algorithmus, Programmierentwicklungsumgebung, Übersetzung von Quellcode in ausführbaren Code, Fehlersuche
Grundaufbau von Programmen, Namenskonventionen, Notationen
Variablen, Datentypen, Operatoren, Kontrollstrukturen (Sequenz, Auswahl, Iteration), Felder, Methoden / Funktionen
Objektorientierte Konzepte der Programmierung: z.B. Klassen, Objekte, Kapselung, Vererbung, Schnittstellen,
Klassenbibliotheken, APIs

Grundlagen der Rechnernetze und Kommunikationssysteme

Grundbegriffe der Datenübertragung und Nachrichtentechnik, Normen und Standards
Funknetze und Mobilkommunikation, z.B. WLAN, LTE, 5G
Netzwerkelemente, z.B. Hub, Switch, Bridge, Gateway
Netzwerktopologien
ISO/OSI-Referenzmodell
Internet-Protokolle, z.B. HTTP, FTP, SSH

Grundlagen des Software Engineering

Agile und planbasierte Vorgehensmodelle
Anforderungsanalyse (Requirements Engineering)
Objektorientierte Systemanalyse und Entwurfsverfahren (z.B. UML, Entwurfsmuster)
Methodiken und Konzepte für Softwarearchitekturen, z.B. arc42
Qualitätssicherung von Software(architekturen), z.B. Test, Verifikation, Metriken
Wartung von Software

BESONDERHEITEN

Dieses Modul ist für Studierende des Studiengangs DBM ohne praktische IT- und Programmiererfahrung verpflichtend zu belegen.
Die Kombinierte Prüfung besteht aus den Prüfungsteilen Klausur (60min) + Programmentwurf (Gewichtung: 50% / 50%).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Deck, K.-G. und Neuendorf, H.: Grundkurs Programmieren für Wirtschaftsinformatiker. Vieweg, Wiesbaden
Deiningner, M. und Kessel, T. „Java: Schritt für Schritt“, UTB, München
Deiningner, M. und Kessel, T. „Fit für die Prüfung: Java - Lerntafel“, UTB, München
Gumm, H-P; Sommer, M.: Einführung in die Informatik, Oldenbourg Verlag, München
Ludewig, J. und Lichter, H. „Software Engineering: Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken“, dpunkt, Heidelberg
Ratz, D., Scheffler, J., Seese, D. und Wiesenberger, J.: Grundkurs Programmieren in Java, Hanser, München
Sommerville, I. „Software Engineering“, Pearson Studium, München
Starke, G. „Effektive Softwarearchitekturen: Ein praktischer Leitfaden“, Hanser, München
Tanenbaum, A. S.: Computernetzwerke, Pearson Studium, München

Digital Transformation Management (W3M11316)

Digital Transformation Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11316	-	1	Prof. Dr. Sabine Korte	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit/Transferbericht mit Vortrag	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die durch digitale Technologien ausgelösten Veränderungsprozesse in Unternehmen erkennen und deren Auswirkungen für die Organisation und Mitarbeiter beurteilen. Sie sind in der Lage notwendige Veränderungen in der Organisationsstruktur und Organisationskultur zu managen und so eine innovations- und transformationsförderliche Organisation mit entsprechenden Führungs- und Managementmethoden zu gestalten. Des Weiteren verfügen die Studierenden Kenntnisse darüber, welche ethischen, sozialen und gesellschaftlichen Aspekte im Rahmen der digitalen Transformation zu berücksichtigen sind und sind so in der Lage, diese auf das Management wirkende Aspekte als wirkmächtige Begrenzungen aber auch Chancen zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind methodisch befähigt, Konzepte zum Management der digitalen Transformation kritisch zu reflektieren und unter Beachtung betrieblicher Gegebenheiten bedarfsbezogen zu modifizieren beziehungsweise neu zu entwickeln und umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, psychologische, soziale und ethische Aspekte im Rahmen des Transformationsmanagements zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Wechselwirkungen zwischen digitalen Technologien und organisationalen, sozialen und psychologischen Determinanten in Organisationen, die sich bei der Interaktion mit digitalen Infrastrukturen manifestieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digital Transformation Management	42	93

Organisationsentwicklung im Rahmen des digitalen Transformationsmanagements (Formen des organisatorischen Wandels, Klassifikation von personenbezogenen und organisationsbezogenen Widerständen, Veränderungsphasen in Organisationen, Herausforderungen von Ambidextrie und ggf. Generativity digitaler Infrastrukturen, ausgewählte Handlungsfelder der Organisationsentwicklung und des Changemanagements im Rahmen des digitalen Transformationsmanagements)

Organisationskultur als Fundament der Transformation (Wechselwirkungen von Digitaler Transformation und Organisationskultur; Innovations- und Transformationsfördernde Organisationsstruktur und -kultur; Implikationen für Führungs- und Managementebenen (Digitales Mindset, Agilität und Offenheit)

Mitarbeiterführung und Mitarbeiterentwicklung zur Verankerung der Transformation (Digital Leadership, Agiles Arbeiten, Digitale Kompetenzen, Personaldiagnostik und Persönlichkeiten im digitalen Kontext, ausgewählte personalpsychologische Aspekte im Umgang mit digitaler Infrastruktur (z.B. Technostress)

Digitale Unternehmensverantwortung (Ausgewählte ethische, soziale, gesellschaftliche Aspekte der Corporate Digital Responsibility)

BESONDERHEITEN

Das Modul eignet sich sehr gut für Wirtschaftsinformatik

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

- Albach, H./ Meffert, H./ Pinkwart, A./ Reichwald, R.: Management of Permanent Change; 1. Auflage; Wiesbaden; 2015.
- Berner, W.: Change!: 20 Fallstudien zu Sanierung, Turnaround, Prozessoptimierung, Reorganisation; 2. Auflage; Stuttgart; 2015.
- Cronenberg, B.: Organisationen digital und resilient transformieren: Ein Kompass zur ganzheitlichen Organisationsentwicklung; 1. Auflage; Wiesbaden; 2020.
- Gassmann, O./ Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten: Geschäftsmodelle Erfolgsfaktoren Checklisten; 2. Auflage; München; 2019.
- Hammer, M./ Champy, J.: Business Reengineering: Die Radikalkur für das Unternehmen; 1. Auflage; Frankfurt a.M.; 2004.
- Hübler, M.: New Work - Menschlich Demokratisch Agil - Wie Sie Teams und Organisationen erfolgreich in eine digitale Zukunft führen; 1. Auflage; Regensburg; 2021.
- Keller, T.: Management von Verhalten in Organisationen: Grundlagen, Anwendungsfelder und Fallstudien; 1. Auflage; Berlin/Boston; 2022.
- Kollmann, R./Merkel, W.; Wagener, H.-J.: Handbuch Transformationsforschung; 1. Auflage; Wiesbaden; 2015.
- Kotter, J.: Accelerate: Strategischen Herausforderungen schnell, agil und kreativ begegnen; 1. Auflage; München; 2015.
- Kreuzer, R.; Neugebauer, T.: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management; 1. Auflage; Wiesbaden; 2017.
- Krüger, W./ Bach, N. (Hrsg.): Excellence in Change. Wege zur strategischen Erneuerung; 5. Auflage; Wiesbaden; 2014.
- Longmuß, J.; Korge, G.; Bauer, A.; Höhne, B.: Agiles Lernen im Unternehmen; 1. Auflage; Berlin/Heidelberg; 2021.
- Montealegre, R., K. Iyengar & J. Sweeney: Understanding Ambidexterity: Managing Contradictory Tensions Between Exploration and Exploitation in the Evolution of Digital Infrastructure; In: Journal of the Association for Information Systems; 2019; 20(5); 647-680.
- Negri, C.; Eberhardt, D. (Hrsg.): Angewandte Psychologie in der Arbeitswelt; 1. Auflage; Berlin/Heidelberg; 2020.
- Nerdinger, F.W.; Blickle, G.; Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie; 4. Auflage; Berlin/Heidelberg; 2018.
- Oestereich, B./ Schröder, C.: Agile Organisationsentwicklung: Handbuch zum Aufbau anpassungsfähiger Organisationen; 1. Auflage; München; 2019.
- Petersen, D./ Witschi, U.: Wandel durch Vernetzung: Das Praxisbuch für nachhaltiges Change-Management; 1. Auflage; Wiesbaden; 2015.
- Petry, Th.: Digital Leadership: Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy; 2. Auflage; Freiburg; 2019.
- Schermuly, C.: New Work - Gute Arbeit gestalten; 3. Auflage; Freiburg; 2021.
- Seeger, Ch.: Harvard Business Manager: Agiles Management; Edition 4/2017; Hamburg; 2017.
- Slogar, A.: Die agile Organisation: Wo anfangen? Wie Mitarbeiter und Führungskräfte begeistern? Wie Strukturen und Strategien anpassen?; 2. Auflage; Stuttgart; 2020.
- Soh, C., A. Yeow, Q. Goh & R. Hansen: Digital Transformation: Of Paradoxical Tensions and Managerial Responses. Proceedings of the 40th International Conference on Information Systems (ICIS), 15.-18.12., München; 2019.
- Wirtz, Jochen, Werner Kunz, Nicole Hartley, and James Tarbit, "Corporate Digital Responsibility in Service Firms and their Ecosystems", Journal of Service Research, published online first, DOI: 10.1177/10946705221130467; 2023.
- Wörwag, S./Cloots, A.: Human Digital Work - eine Utopie?: Erkenntnisse aus Forschung und Praxis zur digitalen Transformation der Arbeit; 1. Auflage; Wiesbaden; 2020.

Implementierung Digitaler Geschäftsmodelle (W3M11317)

Implementation of Digital Business Models

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11317	-	1	Prof. Dr. Marcin Mikusz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die zentralen Prinzipien, Methoden und Instrumente zur Implementierung bereits konzeptionierter, neu- oder weiterentwickelter Digitaler Geschäftsmodelle. Sie kennen die Erfolgsfaktoren dieser Phase im Geschäftsmodell-Innovationsprozess und verstehen deren Besonderheiten im Vergleich zur Implementierung von „klassischen“ Geschäftsmodellen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Prinzipien, Methoden und Instrumente zur Implementierung bereits konzeptionierter, neu- oder weiterentwickelter Digitaler Geschäftsmodelle kritisch zu reflektieren und deren Praktikabilität und Grenzen einzuschätzen. Sie erlangen zudem erstes, methodisches Erfahrungswissen in der Implementierung eines Digitalen Geschäftsmodells.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind aufgeschlossen gegenüber der Digitalen Geschäftsmodell-Innovation und sind dabei in der Lage, soziale Aspekte zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen das Zusammenspiel und die Wechselwirkungen zwischen der Entwicklung und Implementierung Digitaler Geschäftsmodelle sowie dem Digitalen Transformationsprozess im Unternehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Implementierung Digitaler Geschäftsmodelle	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen der Implementierung von Digitalen Geschäftsmodellen: Einordnung in den Geschäftsmodell-Innovationprozess, Besonderheiten im Vergleich zur Implementierung von „klassischen“ Geschäftsmodellen, Business Plan-Erstellung auf Grundlage eines Digitalen Geschäftsmodells

Prinzipien, Methoden und Instrumente zur Implementierung Digitaler Geschäftsmodelle: Lean Startup; Prototyping, Pilotierung, Validierung von Geschäftsmodell-Elementen; Roadmapping; Go-To-Market-Ansätze

Institutionale Verankerung der Implementierung von Digitalen Geschäftsmodellen: Organisationsformen wie Innovation Hubs, Corporate Start Up-Programme, Accelerator Programme u.a.; Identifikation und Entwicklung erforderlicher Dynamic Capabilities, Etablierung einer Lernenden Organisation

Finanzierung von Digitalen Geschäftsmodellen: Formen von Beteiligungskapital; Phasen, Ablauf und Akteure bei der Finanzierung, Transformationsfinanzierung

Steuerung der Implementierung von Digitalen Geschäftsmodellen: Strategisches Controlling, Performance Measurement, Risikomanagement

BESONDERHEITEN

Das Modul kann im Rahmen des Zertifikationsprogramms belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Betriebswirtschaftslehre auf Bachelor-Niveau; Kenntnisse in der Entwicklung Digitaler Geschäftsmodelle auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

- Dechow, N.; Homrighausen, F.; Schulte, M.; Sekol, T.: Digitale Transformation managen - Digital-Core-Konzept – Strategien – Tools – Trends; Freiburg, 2022
- Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements - Handbuch für ein Management unter Unsicherheit; München, 2022
- Grote, S.; Goyk, R. (Hrsg.) Führungsinstrumente aus dem Silicon Valley - Konzepte und Kompetenzen; Berlin, 2018
- Harwardt, M.: Management der digitalen Transformation - Eine praxisorientierte Einführung; Wiesbaden, 2022
- Ismail, S.; Malone, M.; Van Geest, Y.: Exponentielle Organisationen - Das Konstruktionsprinzip für die Transformation von Unternehmen im Informationszeitalter; München, 2017
- Kollmann, T.: Digital Entrepreneurship - Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft; Wiesbaden, 2022
- Kreutzer, R.T.; Neugebauer, T.; Pattloch, A.: Digital Business Leadership - Digitale Transformation, Geschäftsmodell-Innovation, agile Organisation, Change Management; Wiesbaden, 2016
- Nagl, A.: Der Businessplan - Geschäftspläne professionell erstellen; Wiesbaden, 2020
- Panagos, G.; Hammer, C.: Transformation von Unternehmen und Technologie - Wie sich die Daten- und Prozess-Migration erfolgreich steuern und umsetzen lässt; Berlin, 2019
- Richter, G. (Hrsg.): Lernen in der digitalen Transformation - Wie arbeitsintegriertes Lernen in der betrieblichen Praxis gelingt; Stuttgart, 2020
- Ries, E.: Lean Startup - Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen; München, 2014
- Ries, E.: The Startup Way - Das Toolkit für das 21. Jahrhundert, mit dem jedes Unternehmen erfolgreich sein kann; München, 2018
- Schreyögg, G.; Eberl, M.: Organisationale Kompetenzen - Grundlagen, Modelle, Fallbeispiele; Stuttgart, 2015
- Senge, P.: Die fünfte Disziplin - Kunst und Praxis der lernenden Organisation; Stuttgart, 2018
- Stein, D.; Schmidt, D.; Akbay, S.; Jäger, T.: Finanzierung der Digitalen Transformation - Ein Praxisleitfaden für KMU; Wiesbaden, 2022
- Stöger, R.: Digitalisierung umsetzen – Veränderungsfähigkeit, Professionalität, Wirksamkeit; Stuttgart, 2019
- Tuczek, H. C. (Hrsg.): Umsetzung der digitalen Transformation - Wie Unternehmen sich für eine digitale und nachhaltige Zukunft wandeln müssen; Freiburg, 2022
- Vigenschow, U.: Lernende Organisationen - Das Management komplexer Aufgaben und Strukturen zukunftssicher gestalten; Heidelberg, 2021
- Weitnauer, W.: Handbuch Venture Capital - Von der Innovation zum Börsengang; München, 2022
- Wirtz, B.: Business Model Management - Design, Process, Instruments; Cham, 2020

Finanzierung von Startups/ Scaleups und Investor Relations (W3M11401)

Financing Startups/ Scaleups and Investor Relations

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11401	-	1	Prof. Dr. Ludwig Hierl	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben vertieftes Wissen über die Identifikation des Kapitalbedarfs unter Berücksichtigung von Risiken und damit einhergehend die Finanzierung aus dem freien Innenfinanzierungsvolumen sowie mittels Eigen- und Fremdkapital von außen. Sie verfügen über vertieftes Wissen zu spezifischen Finanzierungsquellen für Startups und Scaleups und kennen die Anforderungen an Startups und Scaleups als Investitionsobjekte aus Sicht der Kapitalgeber. Sie haben zudem vertieftes Faktenwissen über die verschiedenen Finanzierungs- und Investitionsphasen im Lebenszyklus eines Startups/Scaleups. Des Weiteren sind sie routiniert in der Analyse von profitabilitätssteigernden Optionen. Ferner haben sie spezifische Fachkompetenzen in der Analyse, Anwendung und Beurteilung von Kennzahlen zur Messung des finanziellen Erfolges. Sie verfügen über konzeptionelles Wissen zu Optimierungsstrategien der Liquidität im Unternehmen und Beschleunigung des Cash-Flows. Sie verfügen über vertieftes Faktenwissen über die spezifischen rechnungslegenden und steuerrechtlichen Anforderungen in rapide wachsenden Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die intellektuelle Fähigkeit zur Entwicklung von praktischen und spezialisierten Lösungsstrategien zur finanziellen Stabilisierung des Unternehmens mit hohem Kapitalbedarf. Sie können Informationssammlung, Wissensaufbereitung und Weiterentwicklung spezifischer Methoden im Finanzbereich des Unternehmens routiniert einsetzen, um das Investitionsrisiko einzuschätzen und zu minimieren. Sie haben darüber hinaus Erfahrungswissen im Umgang mit Finanzierungs- und Liquiditätsplanungen und können außerdem die Praktikabilität und Grenzen der Methoden zur Profitabilitätssteigerung, Ressourcensteigerung, Prozessoptimierung und Beschleunigung des Cash-Flows angemessen einschätzen und bewerten. Sie haben Kompetenzen im Bereich der Finanzmarktforschung aufgebaut und können diese im beruflichen Anwendungsfeld reflektiert und kritisch anhand von Analyse- und wirksamen Gestaltungskonzepten umsetzen. Sie haben die Fähigkeit, die finanzielle Situation des Unternehmens zu dokumentieren und die finanziellen Daten für Reportings/Audits adäquat aufzubereiten. Sie können für neue unternehmerische Aufgaben zielorientierte Finanzstrategien zur optimalen Kapitalnutzung entwickeln und weisen einen hohen Grad an konzeptionellem Denken in Bezug auf die Spezifika der Finanzierungsgestaltung und den diesbezüglichen Anforderungen in Startups und Scaleups auf.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, souverän mit Finanzinvestoren in Kommunikation zu treten und eigenverantwortlich und auf Augenhöhe Verhandlungen zu planen und durchzuführen. Sie können die Zahlungsfähigkeit durch die Überwachung und Steuerung der Zahlungsströme sicherzustellen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, im Unternehmen in Gruppen komplexe Aufgabenstellungen verantwortlich zu planen und erfolgsorientiert zu leiten. Sie sind in der Lage, ihre persönlichen und finanziellen Ziele vor dem Hintergrund der strukturellen Veränderungen im Unternehmen reflektiert und selbstkritisch zu verfolgen und durchzusetzen. Zudem identifizieren sie sich nachhaltig mit der Verantwortung, die die Finanzstruktur des Unternehmens bedingt. Ferner haben sie die Fertigkeit, Zielkonflikte und Dissonanzen zu erkennen, und diese sachangemessen und nachvollziehbar zu analysieren und Lösungsoptionen zu entwickeln. Sie sind reflektiert in der eigenen Rolle als Unternehmer*in und verhalten sich kritisch und verantwortungsvoll bezüglich der „Macht des Geldes“.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Handlungskompetenz, als Mitglied des Führungsteams eines Startups/Scaleups an der Entwicklung eines mehrstufigen Finanzierungskonzepts mitzuwirken, und die Implikationen des Finanzierungsmodells für ihre jeweilige Funktion zu verstehen und mitzutragen. Sie können die finanziellen Bedarfe und Notwendigkeiten der von ihnen verantworteten Bereiche und Funktionen in einem Startup/Scaleup ermitteln, in das Finanzierungskonzept einbringen, und die Interdependenzen zwischen der Finanzierung und den operativen Entscheidungen zielführend balancieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Finanzierung von Startups/ Scaleups und Investor Relations

PRÄSENZZEIT

42

SELBSTSTUDIUM

93

Finance Lifecycle von Startups/Scaleups

- Projektion des Kapitalbedarfs für Venture-Projekte (insb. Abschätzung Branchen- bzw. Technologiespezifika)
- Early-Stage-Finanzierung (Seed-Phase, Startup-Phase)
- Expansion-Stages-Finanzierung (Finanzierungs- und Investitionsphasen mit mehrstufige Finanzierungsrunden)
- Later-Stages-Finanzierung (zusätzliche Finanzierungsrunden, IPO, Fusion, Verkauf)

Spezielle Anforderungen der Finanzierung von Startups/Scaleups

- Empirische Finanzmarktforschung mit den Schwerpunkten Unternehmensfinanzierung
- Kooperationsdesigns in der Beteiligungsfinanzierung
- Liquiditätsmanagement für Startups/Scaleups (absoluter/relativer Liquiditätsbegriff, Liquiditätsmessung, Cash Flow, Dynamische Liquidität, Marktliquidität, Cash Acceleration Strategy, Rapid Finance Strategy)
- Auf Skalierung angepasste Rechnungslegung (Cash Reporting, Jahresabschluss/Jahresbericht für Startups/Scaleups)
- Szenarienbasiertes Financial Modeling
- Optimierung der Kapitalstruktur im Wachstumsprozess und Management der Ergebnisvolatilität
- Aufbereitung und Dokumentation von finanziellen Daten für Reportings und Audits

Ausgewählte finanzstrategische Elemente in Wachstumsunternehmen

- Anforderungen an Finanzstrategien (u.a. neue Geschäftsfelder, Internationalisierung, IPO, Finanzstrategische Vorsorge für den Krisenfall)
- Entwicklungsprozess-Modelle für Startups/Scaleups
- Finanzierungs- und Investitionsstrukturen in Startups/Scaleups

Investor Relations in Startups/Scaleups

- Integration unterschiedlicher Kapitalgebertypen
- Shareholder-Value Ansatz und Kritik Interessen und Ziele von Unternehmenskoalitionären (Finanzierungsbeziehungen, Agency-Theorie/Costs, Anreizkompatibilität)
- Kommunikation mit Finanzpartnern

Persönliche Implikationen und Reflexion

- Identifikation individuelle finanzieller Ziele und persönliche Absicherung
- Umgang mit Verantwortung im Rahmen der spezifischen Aufgabenbereiche (z.B. Capital Executive, Financial Accountant, Business Partner, Risk Manager, Performance Officer)
- Reflexion der Rolle und der Funktion des Kapitals in der Marktwirtschaft

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Asquith, P. / Weiss, L.: Lessons in corporate finance - a case studies approach to financial tools, financial policies, and valuation, Wiley, New Jersey.
- Brettel, M.: Finanzierung von Wachstumsunternehmen - Grundlagen, Finanzierungsquellen, Praxisbeispiele, Gabler, Wiesbaden.
- Bürgin, P. / Pape, U.: Start-up-Finanzierung - Einfluss von Investoren auf Finanzierungsentscheidungen des Gründers, Eul Verlag, Siegburg.
- Coenenberg, A.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse - Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen; HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Collins, J.: Good to Great - Why Some Companies Make the Leap...And Others Don't, Harper Business, New York.
- Diehm, J.: Controlling in Start-up-Unternehmen - Praxisbuch für junge Unternehmen und Existenzgründungen, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hahn, C.: Finanzierung von Start-up-Unternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Horváth und Partners (Hrsg.): Beyond Budgeting umsetzen - Erfolgreich planen mit Advanced Budgeting, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Kollmann, T.: E-Entrepreneurship, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Langenbeck, J.: Kosten- und Leistungsrechnung - Grundlagen, Vollkostenrechnung, Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung, Zielkostenrechnung, Kosten-Controlling, NWB, Herne.
- Mensch, G.: Finanz-Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Wiesbaden.
- Portisch, W.: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus, Oldenbourg Verlag, München.
- Schulte, C.: Corporate Finance - Die aktuellen Konzepte und Instrumente im Finanzmanagement, Vahlen, München.
- Shelters, D.: Start-Up Guide for the Technopreneur - Financial Planning, Decision Making and Negotiating from Incubation to Exit, Wiley, Singapore.
- Theuermann, C.: Beyond budgeting in technologieorientierten Unternehmungen - das Hybride beyond Budgeting-Managementmodell, Verlag der Technischen Universität, Graz.
- Weitnauer, W.: Handbuch Venture Capital - von der Innovation zum Börsengang, Beck Verlag, München.
- Zwißler, F. / Okhan, E. / Westkämper, E.: Lean and Proactive Liquidity Management for SMEs, in: Procedia CIRP 7, 2013, 604-609.

Vertrieb und Wachstumsstrategie (W3M11402)

Sales and Growth Strategy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11402	-	1	Prof. Dr. Gregor Hopf	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die Spezifika verschiedener Entwicklungs-, Wachstums- und Skalierungsoptionen für Geschäftsmodelle insgesamt und insbesondere für den Vertrieb. Sie verstehen den Unterschied zwischen organischem bzw. linearem Wachstum und exponentieller Skalierung und die daraus erwachsenden Konsequenzen für den Aufbau des Vertriebs. Sie können Wachstum und Skalierung mit den angemessenen Modellen und Instrumenten der Mikroökonomik und der Organisationstheorie beschreiben und erklären. Sie verstehen die Bedeutung unterschiedlicher Indikatoren für Wachstum und können diese anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Vertriebsprozesse und -organisationen konzipieren und für die Umsetzung auf nationaler und internationaler Ebene planen. Sie können die Kostenrelation und die Effizienz von Akquiseaktivitäten messen, beurteilen, und steuern. Sie erkennen potenzielle Gefahren wie Komplexitätsfallen, unausgewogenes Wachstum oder Engpassfaktoren und können Lösungsansätze entwickeln. Sie können die Lern- und Veränderungsprozesse im Unternehmen aufgrund der Vertriebsskalierung messen, beurteilen, und mit geeigneten Methoden beeinflussen. Sie verstehen die notwendige Kongruenz von Produktion, Technologie und Finanzen für die Skalierung im Vertrieb und können diese Faktoren balancieren. Sie können Strategien zur Steigerung des Wachstums für konkrete Anwendungsfälle herleiten und deren Umsetzung operativ planen. Sie können Teams für unterschiedliche Wachstumsphasen funktional ermitteln, das Recruiting planen, und das Teambuilding konzipieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Problembewusstsein für die kritischen Phasen des Unternehmenswachstums (Komprimierung/ Beschleunigung des Wachstumsprozesses/extrem schnelle Anpassungsnotwendigkeit) und der daraus folgenden Herausforderungen für sich selbst und die Mitarbeiter*innen. Sie können ihr Kommunikations- und Führungsverhalten angemessen an die Erfordernisse der Vertriebsskalierung anpassen. Sie können eine vertriebsbezogene Führungsrolle übernehmen und diese professionell ausfüllen, sowohl im nationalen wie im internationalen Kontext.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können mögliche Wachstumspfade ihres Projekts analysieren und daraus Entscheidungsvorlagen für den Vertrieb ableiten. Sie können sich selbst reflektieren, Passung und Diskrepanzen zwischen eigenen und betrieblichen Zielen beim Scaling beurteilen, und daraus angemessene Veränderungsimpulse für beide Seiten ziehen und umsetzen. Sie entwickeln auf der Grundlage sorgfältiger Analyse anspruchsvolle Skalierungskonzepte für ihre Unternehmen und setzen diese sowohl strategisch als auch operativ um. Sie sind in der Lage, im internationalen Kontext zu denken und zu agieren. Sie begreifen den Weltmarkt als Bezugsrahmen für Skalierungsaktivitäten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertrieb und Wachstumsstrategie	42	93

Angewandte Methoden im hochkompetitiven Unternehmensumfeld

- Spezielle Analysemethoden (u.a. Customer Journey, Persona, Zielgruppenanalyse, Product-Market-Fit)
- Agile Methoden für Startups/Scaleups (u.a. OKR, Scrum, Kanban, Rapid Prototyping, Lean Startup)
- Entwicklung spezifischer Kennzahlen und KPIs für Marketing und Vertrieb (Northstar Metrics, Actionable Metrics)
- Führung und Kommunikation bei Skalierung sowie angepasstes Personalmanagement („Trimming“)

Besonderheiten in skalierten Wachstumsprozessen

- Qualitatives Wachstum vs. quantitatives Wachstum
- Kritische Phasen des Wachstums und Wachstumskrisen Schlüsselkompetenzen (Agilität, Anpassungsfähigkeit, Flexibilität)
- Phasenmodelle des Unternehmenswachstums
- Wertschöpfungssysteme
- Verhinderung "Sophomore Slump" sowie "2nd Valley of Death"
- Growth Hacking Process (Etablierung Growth Mindset; Verständnis des Vertriebsrichters; Rapid Experimentation; Data Analyse, Ideating, Priorisierung und Testphase)

Ausgewählte vertriebsstrategische Aspekte in Scaleups

- Strategieentwicklung Startup vs. Scaleup (insb. Blue Ocean Strategy)
- Unternehmen- und Geschäftsfeldentwicklung sowie Business Development
- Skalierung Produktion/Distribution Economis of Scale vs. Economies of Scope
- Vertriebsziele und Vertriebsstrategien für Startups/Scaleups (z.B. "Pirate Funnel" - AAARRR-Modell)

Ausgewählte marketingstrategische Aspekte in Scaleups

- Differenzierung B2B/B2C Marketing
- Growth-Marketing vs. traditionelles Marketing (Ansoff etc.); Analyse Kern-Nutzergruppe; User Experience
- Growth Hacking Marketing Process (u.a. Tests, Landing Pages, virale Kampagnen, E-Mail-Zustellbarkeit, Open Graph)
- spezielle Marketing Aspekte im Wachstumsprozess: u.a. Cross Selling, Up Selling, Vermeidung "Leaky Bucket Syndrom", Push/Pull Marketingkanäle, Hook-Modell

Reflexion

- Ökonomischer Imperativ zum Wachstum (Globalisierung, Verdrängungswettbewerb, externe und interne Treiber des Wachstums, Wachstumsgrenzen)
- Wachstum als Phänomen (Aspekte der Entscheidungstheorie, Ökonomie, Soziologie, Wirtschaftspsychologie, Organisationstheorie)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Marketing und Vertrieb (Grundlagen Vertriebsstrategie, operativer Vertrieb, Positionierung, Marketing-Mix, Marktforschung, Vertriebsprozesse, Online-Marketing, strategische Analysen, Branchenstruktur).

LITERATUR

- Altschuler, M.: Hacking Sales - The Ultimate Playbook and Tool Guide to Building a High Velocity Sales Machine, Wiley, New York.
- Blount, J.: Virtual Selling, Beck Verlag, München.
- Brown, M.: Hacking Growth - How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success, Virgin Books, London.
- Frei, P.: Assessment and valuation of high growth companies, Haupt, Bern.
- Friedmann, J.: Storytelling - Einführung in Theorie und Praxis narrativer Gestaltung, UTB, Freiburg.
- Ganz, W.: Schnelles Unternehmenswachstum - Personal, Innovation, Kunden, Kohlhammer, Stuttgart.
- Glaum, M.: Wachstumsstrategien internationaler Unternehmungen - internes vs. externes Unternehmenswachstum, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Häusel, H.-G.: Buyer Personas - Wie man seine Zielgruppen erkennt und begeistert, Haufe, Freiburg.
- Homburg, C. / Schäfer, H.: Sales Excellence - Vertriebsmanagement mit System, Springer Gabler, Berlin.
- Kim, W. / Mauborgne, R. / Köster, L.: Blue Ocean Shift - Jenseits des Wettbewerbs - bewährte Schritte, die Mut erzeugen und neues Wachstum schaffen, Vahlen, München.
- Minvielle, N. / Lauquin, M. / Caruso, N. / Rieser, C.: Durchstarten - Ein Blick hinter die Kulissen des Hyperwachstums, Vahlen, München.
- Scheed, B. / Scherer, P.: Strategisches Vertriebsmanagement - B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter, Springer Gabler, Berlin.
- Seebacher, U.: B2B Marketing, Beck Verlag, München.
- Terstiege, M.: KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis - Konzepte und Instrumente zum erfolgreichen Einsatz künstlicher Intelligenz, Beck Verlag, München.
- Wildemann, H. / Adan, D.: Wachstum durch Ressourceneffizienz - Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, TCW, München.
- Zerres, C.: Handbuch Marketing-Controlling - Grundlagen, Methoden, Umsetzung, Springer Gabler, Berlin.

Entrepreneurial Leadership (W3M11403)

Entrepreneurial Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11403	-	1	Prof. Dr. Jeanine Stehlik	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die einschlägigen Konzepte zur Mikroökonomik und sind somit in der Lage, betriebswirtschaftliche Probleme auf Basis der ökonomischen Konzepte zur Unternehmensführung zu bearbeiten. Die Studierenden sind versiert in kennzahlenbasierter Unternehmenssteuerung, insbesondere für Startup-/Scaleup-Kontexte. Sie kennen des weiteren die aktuellen Ansätze der Erkenntnis- und Entscheidungstheorie und können diese auf Führungssituation anwenden. Ferner haben sie umfangreiches Wissen in der Anwendung von unterschiedlichen Führungsmethoden und Anreiz- wie Motivationstheorien. Sie haben umfassendes und detailliertes Wissen über das Kompetenzprofil einer Führungskraft im spezifischen Startup-/Scaleup-Kontext.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Situation des eigenen Unternehmens qualitativ und quantitativ erfassen, angemessen beschreiben und zielführend kommunizieren. Sie können betriebswirtschaftliche Probleme in Modellen abbilden und darauf Lösungsstrategien ableiten und umsetzen. Sie verfügen über umfängliches Methodenwissen und haben Erfahrung erworben, um das unternehmerische Umfeld und Zukunftstrends präzise zu analysieren und zielorientiert zu bewerten. Sie sind methodisch in der Lage, zukunftsichernd Wissens- und Risikomanagement im Unternehmen zu etablieren. Zudem können sie Teamentwicklungsprozesse einleiten, analysieren und als Supervision kritisch reflektiert auf Konfliktsituationen reagieren sowie gruppenspezifische Effekte validieren. Sie haben besondere Kompetenzen in der Gesprächsführung im Rahmen der Führungsrolle erworben und haben umfassende Fertigkeiten in der Personalauswahl und -entwicklung. Sie beherrschen ferner den Prozess des Changemanagements in Startup-/Scaleup-Kontexten und sind reflektiert über die Veränderung der eigenen Funktion und deren Ausgestaltung im Unternehmen. Sie kennen die Instrumente des Selbstmanagements und Selbstcoachings und können diese reflektiert und souverän bei sich und anderen anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen dezidierte Methoden zum Selbstmanagement und Persönlichkeitsoptimierung und wenden diese souverän im Rahmen der eigenen Leistungssteigerung und Resilienzstärkung an. Sie kennen die eigene unternehmerische Grundmotivation und sind in der Lage aufgrund vertieftem Wissen und Reflexionsvermögen, ein eigenes Stärken-Schwächen-Profil in Bezug auf ihre Mitarbeiterführungsaufgaben zu erstellen und persönliche Entwicklungsziele abzuleiten. Sie sind sich ihrer Verantwortungsrolle bewusst und wenden ethische Prinzipien im Rahmen ihrer Entscheidungsfindung an. Zudem können sie sich auf der Grundlage der eigenen Grundmotive adäquate persönliche Ziele setzen. Sie gehen in der Unternehmensführung sensibel bezüglich sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen vor, verstehen Zielkonflikte, und können diese professionell handhaben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entrepreneurial Leadership	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Spezielle Anforderungen der Unternehmensführung für Startups/Scaleups
- Purpose, Vision, Mission und Wertebasis
- Business Modelling (Business Model Innovation, Transformatives Business Modelling)
- Kennzahlenbasierte Unternehmensführung (u.a. Northstar Metric, Big Hairy Audacious Goal, Balanced Scorecard, OKR)
- Aktuelle Ansätze der Erkenntnis- und Entscheidungstheorie für Management in unstabilen Umwelten
- Methoden zur strategischen und operativen Unternehmensanalyse
- Methoden der Markt- und Trendanalyse
- Ansätze des Wissensmanagements für Startups/Scaleups
- Integration des Risikomanagements in die Unternehmenssteuerung

- Ausgewählte Methoden und Ansätze der Mitarbeiterführung in Startups/Scaleups
- Führungsmethoden (u.a. Agile Führungsmethoden, Interaktionelle Führung, Empowerment, Management-by-Techniken)
 - Motivationstheorien (klassische vs. moderne Ansätze)
 - Kompetenzprofil-Entwicklung und -Einsatz (insb. Agilität, Flexibilität, Resilienz)
 - Modelle und Verfahren der Teamentwicklung
 - Personalmanagement für Startups/Scaleups
 - Talent Acquisition
 - Klassische und aktuelle Ansätze der Führung für Startups/Scaleups

- Persönliche Implikationen der Führungsverantwortung und Reflexion
- Selbstmanagement
 - Wachstum und Persönlichkeitsoptimierung
 - Personal Branding für Unternehmer*innen
 - Ethik und Verantwortung für Führungskräfte
 - Persönliche Ausrichtung für Unternehmer*innen (Situationsanalyse, Werte, Kompetenzen, Zielmanagement)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Personalwirtschaft und Führung (Grundlagen Personalplanung, Personalverwaltung, Personalentwicklung, Führungstheorien und -ansätze, Führungssysteme, Unternehmensorganisation, Arbeitsrecht).

LITERATUR

- Arteaga, R. / Hyland, J.: Pivot - How Top Entrepreneurs Adapt and Change Course to Find Ultimate Success, Wiley, Chichester.
- Büter, C.: Internationale Unternehmensführung - Entscheidungsorientierte Einführung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
- Carsrud, A.: Understanding the entrepreneurial mind - Opening the black box, Springer, New York.
- Harnish, V. / Ladanyi, N.: Scaling Up - Skalieren auch Sie! Weshalb es einige Unternehmen packen... und warum andere stranden, ScaleUp Institut, München.
- Hummel, T.: Unternehmensführung im internationalen Kontext - mit Fallstudien, Übungsaufgaben und Lösungen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
- Luhmann, N.: Macht im System, Suhrkamp, Berlin.
- Merath, S.: Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer - Wie Sie und Ihr Unternehmen neue Dynamik gewinnen, Gabal, Offenbach.
- Müller, H.-E.: Unternehmensführung - Strategien, Konzepte, Praxisbeispiele, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.
- Kauffeld, S.: Handbuch Kompetenzentwicklung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Rosenstiel, L. / Regnet, E. / Domsch, E.: Führung von Mitarbeitern - Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Schwalbach, J.: Der ehrbare Kaufmann - Modernes Leitbild für Unternehmer?, Gabler, Wiesbaden.
- Thelen, F. / Schorn, M.: 10xDNA - Das Mindset der Zukunft, Frank Thelen Media GmbH, Köln.
- Wehling, D.: Der Entrepreneur und die unternehmerischen Handlungsfelder - Opportunities, Märkte und Institutionen im Fokus des dynamischen Wandels, Peter Lang, Frankfurt am Main.
- Zaech, S. / Baldegger, U.: Leadership in start-ups, in: International Small Business Journal 35, 2017,157-177.

Innovation und Disruption (W3M11404)

Innovation und Disruption

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11404	-	1	Prof. Dr. Frank Beham	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die technologischen und gesellschaftlichen Einflussfaktoren auf Innovationen und verstehen die Wertschöpfung, die aus Innovationsprozessen erfolgt. Sie haben umfassendes und spezialisiertes Wissen und Gesamtverständnis nach neuestem Kenntnisstand über Bedeutung, Voraussetzungen, Ausprägungen, Entwicklungen, Indikatoren und (Erfolgs-) Faktoren von Innovation und Disruption sowie Innovationsschutz. Sie kennen den Unterschied zwischen inkrementeller und radikaler Innovation sowie Disruption und sind in der Lage, Praxisbeispiele entsprechend einzuordnen. Darüber hinaus kennen sie die Herausforderungen, die mit Innovation verbunden sind und kennen theoretische und praktische Lösungsansätze für variierende Anforderungsumgebungen. Sie haben die Fähigkeit, Komplexitätsfallen und andere schädigende Konsequenzen eines mangelhaften Innovationsmanagements zu erkennen und inhaltlich wie zeitlich adäquat strategisch gegenzusteuern. Sie haben Problembewusstsein für die kritischen Themen im Bereich von Innovation und Disruption, die zu Veränderungen, Change-Prozessen und Turnarounds im Unternehmen führen können. Sie verstehen die Wechselwirkung zwischen Innovation und Positionierung, insb. der Veränderung von Märkten, Nutzenversprechen, Trends und Kundenverhalten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Methodik des Technology Scouting und können diese für ihren Kontext umsetzen. Sie können eigenständig Strategien hinsichtlich Innovation und Disruption herleiten und auf das eigene Projekt/Dienstleistung anwenden. Weiterhin haben sie die Kompetenz, Innovationsprozesse zu entwickeln, zu gestalten, zu managen und zu überwachen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben die Fähigkeit, sich selbst zu reflektieren und flexibel den unternehmerischen, marktbedingten und gesellschaftlichen Situationen anzupassen. Sie können ihre eigenen Rollen im Spannungsfeld von Unternehmen und Innovation sowie Disruption einordnen und eine Vorbild- und Führungsfunktion für Innovationsteams übernehmen. Zudem können sie Innovationsprojekte gegenüber Stakeholdern kommunizieren und, wenn nötig, auch verteidigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden zeigen Handlungskompetenz, in dem sie die wissenschaftlichen Kenntnisse über die Treiber der Innovation und Disruption nutzen, um im eigenen Unternehmen die kritischen Faktoren anzupassen und innovationsorientierte Veränderungsprozess anstoßen und realisieren zu können. Sie können sich in regionalen, nationalen und globalen Kontexten angemessen bewegen und Innovationsprozesse kontext- und kulturbezogen umsetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Innovation und Disruption	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Strategische Elemente von Innovation und Disruption in Startups/Scaleups

- Analyse von Innovationszyklen
- Entwicklung einer Innovationsstrategie
- Positionierung und Innovation
- Innovationsorientiertes Enterprise Resource Planning
- Strategisches Innovationscontrolling
- Entwicklung einer innovationsorientierten Startup-Unternehmenskultur
- Komplexitätsfallen
- Regulatorischer Rahmen für Innovation (u.a. Schutzrechte, IP)
- Trendradar/Megatrends

Innovationsprozess

- Phasenmodelle des Innovationsprozesses (u.a. Stage-Gate-Modell)
- Ansätze des Innovationsmanagements in Startups, KMUs, Konzernen
- Invention vs. Innovation Technology Adoption Life Cycle
- Agile Innovationsmethoden (u.a. Minimal Viable Product, User Journey Mapping)

Ausgewählte Methoden und Ansätze für Innovation in Wachstumsunternehmen

- Design Thinking
- Innovation Coaching
- Minimum Viable Product
- Business Model Generation
- Value Proposition
- Technology Souting
- Prototyping

Spezielle Themenfelder innovativer/disruptiver Unternehmen

- Besonderheiten der Vermarktung von Innovationen („Crossing the Chasm“)
- Inkrementelle vs. Radikale Innovation
- Innovation at the bottom of the pyramid
- Evolution vs. Disruption

Persönliche Implikationen und Reflexion im innovativen Unternehmensumfeld

- Schumpeter'sches Rollenverständnis von Entrepreneurship
- Innovator's Dilemma
- Disciplined Entrepreneurship
- Imperativ der „Creativity und Mindfulness“

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Innovation, Kreation, Wachstum (Grundlagen Innovation, Umfeldanalyse, Kreativitätstechniken, Geschäftsmodellentwicklung, Business Planning, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten, IP-Rechte).

- Ankersen, C./ Pal Singh Sidhu, W.: The Future of Global Affairs - Managing discontinuity, disruption and destruction, Palgrave, Cham.
- Brown, T.: Change by Design, Harper Business, New York.
- Christensen, C.: The Innovators Dilemma. in: The Journal of Product Innovation Management 15, 1998, 95-97.
- Christensen, C. / Raynor, M.: The Innovator's Solution - Warum manche Unternehmen erfolgreicher wachsen als andere, Verlag Franz Vahlen, München.
- Disselkamp, M.: Innovationsmanagement - Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen, Gabler, Wiesbaden.
- Freitag, P.: Digital Disruption - Conceptualization, Strategy, and Transformation, Apprimus, Aachen.
- Gans, J.: The Disruption Dilemma, MIT Press, Cambridge.
- Gassmann, O./ Frankenberger, K.: The Business Model Navigator, FT Press, New Jersey.
- Grichnik, D.: Entrepreneurship - Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Molthagen-Schnöring, S.: Grenzen in Zeiten technologischer und sozialer Disruption, Berliner Wissenschaftsverlag, Berlin.
- Moore, G.: Crossing the Chasm, Harper Business, New York.
- Osterwalder, A./ Pigneur, Y.: Business Model Generation, Campus Verlag, Frankfurt.
- Osterwalder, A./ Pigneur, Y.: Value Proposition Design, Campus Verlag, Frankfurt.
- Parker, G./ Van Alstyne, M.: Platform Revolution, Norton und Company, New York.
- Reinhardt, K.: Organisationen zwischen Disruption und Kontinuität - Analysen und Erfolgsmodelle zur Verbesserung der Erneuerungsfähigkeit von Organisationen durch Kompetenzmanagement, Rainer Hampp Verlag, Mering.
- Snihur, Y. / Thomas, L. / Burgelman, R.: An Ecosystem-Level Process Model of Business Model Disruption - The Disruptor's Gambit, in: Journal of management studies 55, 2018, 1278-1316.
- Völker, R. / Friesenhahn, A.: Innovationsmanagement 4.0 - Grundlagen - Einsatzfelder - Entwicklungstrends, Kohlhammer, Stuttgart.

Organisationsdesign und Stakeholder Relations (W3M11405)

Organizational Design and Stakeholder Relations

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11405	-	1	Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf neuestem Erkenntnisstand zur Organisationstheorie für Startups/Scaleups. Sie verstehen die Relevanz eines professionellen Stakeholder Managements für Startups/Scaleups. Sie haben vertieftes Verständnis über Funktion und Wirkungsweise von Werten und Prinzipien eines Unternehmens im Kontext einer gelebten Unternehmensethik. Sie haben vertieftes Verständnis für die Implikationen der Macht eines Unternehmens und des Unternehmers, sowie die daraus erwachsende Verantwortung. Zudem haben sie Erfahrungswissen im Umgang mit dem Zielkomplex unternehmerischer Ethik, insbesondere für die Wichtigkeit ethischen Verhaltens im Rahmen der Außenwirkung einer Organisation.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben spezialisierte konzeptionelle Fertigkeiten, um die Organisationsstruktur und das Organisationsdesign eines Startups/Scaleups zielorientiert zu planen und umzusetzen. Zudem sind sie routiniert in der Anwendung von unterschiedlichen Lösungsstrategien im Rahmen der strategisch ausgerichteten internen und externen Kommunikation zu Stakeholdern. Sie können die Methoden der Organisationsgestaltung für Startups/Scaleups beurteilen und einsetzen. Sie können relevante Arbeitsmethoden zur Informationssammlung und Weiterentwicklung von Methoden nutzen, um Stakeholder Relations strategisch zu planen und zielorientiert zu realisieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität im Umgang mit ethischen Unternehmensfragen auf und können die Herausforderungen komplexer neuer Situationen zielorientiert lösen. Sie können eigenständig und verantwortungsvoll Unternehmensziele und Unternehmenswerte entwickeln, diesbezügliche Aufgaben ableiten und daraus erfolgreich Strategien entwickeln. Sie sind in der Lage, durch Kreativität Weiterentwicklungen innerhalb der Organisation voranzutreiben. Darüber hinaus sind sie in der Lage, berufsethische Verantwortung in ihrer Rolle als Unternehmer*in zu übernehmen und reflektiert auf soziale, gesellschaftliche und ökologische Implikationen und Herausforderungen aus dem unternehmerischen Umfeld einzugehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden zeigen Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über spezifische Theorien, Vorgehensweisen und Methoden nutzen, um die Organisation eines Startups/Scaleups schnell und agil weiterentwickeln. Sie können das Unternehmen und seine Aktivitäten mit ethischen Grundsätzen durchwirken und diese authentisch wie glaubwürdig nach innen wie nach außen in Realisation bringen. Sie beobachten sich selbst im Kontext der Unternehmensprinzipien und einschlägigen Theorien kritisch und streben stets nach Optimierungen und Weiterentwicklungen zum Nutzen des Unternehmens und seines Wirkkreises bezüglich der Stakeholder.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Organisationsdesign und Stakeholder Relations	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Ansätze und Methoden im Rahmen des Organisationsdesigns von Wachstumsunternehmen

- Spezielle Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Aktuelle, insb. agile Methoden zur Entwicklung des Organisationsdesigns
- Methoden zur Entwicklung der Unternehmenskultur auf ethischen Grundsätzen und Werten
- Gestaltung der Corporate Identity und der öffentlichen Persona
- Modelle zur Konzeption von Macht in und von Organisationen
- Außenwirkung ethischen Verhaltens

Ausgewählte Schwerpunkte der Stakeholder Relations von Startups/Scaleups

- Aktuelle Ansätze des Stakeholder Managements
- Stakeholder-Analyse und Stakeholder Engagement
- Methoden der Stakeholder-Kommunikation für Startups/Scaleups
- Erfolgsmessung der internen und externen Kommunikation, KPIs und Frühwarnradar
- Nutzen ethischer Unternehmensführung („Licence to Operate“, Authentizität und Glaubwürdigkeit, Reputation als Leitwährung)
- Corporate Social Responsibility
- Corporate Political Responsibility
- Strategische Philanthropie für Startups/Scaleups sowie Kombination mit Storytelling-Ansätzen
- Rollenmodelle für Unternehmer*innen, Konzeption von Rolle, Funktion und Verantwortung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsleistung besteht aus einer Seminararbeit mit Vortrag (Präsentation), die beide in englischer Sprache zu erbringen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Organisation und Wachstum (Grundlagen Unternehmensorganisation, Wachstumsstrategien, Vermögensmanagement, Unternehmenswert, Unternehmenstransaktionen).

LITERATUR

Barney, J. / Harrison, J.: Stakeholder Theory at the Crossroads, in: Business & society 59, 2020, 203-212.
Beschoner, T. / Brink, A. (Hrsg.): Stakeholdermanagement und Ethik, Nomos, Baden-Baden.
Bohnen, J.: Corporate Political Responsibility (CPR) - Wie Unternehmen die Demokratie und damit sich selbst stärken, Springer Gabler, Berlin.
Ferrell, L. / Ferrell, O.: Unternehmensethik - Nachhaltigkeit. Vertrauen. Werte. Transparenz. Umwelt. Gabal, Offenbach.
Freeman, R. / Moutchnik, A.: Stakeholder management and CSR - Questions and answers, Springer, New York.
Gairing, F.: Organisationsentwicklung - Geschichte, Konzepte, Praxis, Kohlhammer, Stuttgart.
Göbel, E.: Unternehmensethik, UVK Verlag, München.
Jones, G. / Bouncken, R.: Organisation - Theorie, Design und Wandel, Pearson Studium, München.
Luhmann, N.: Funktionen und Folgen formaler Organisation - Mit einem Epilog, Duncker & Humblot, Berlin.
Marek, D.: Organisationsdesign - Ein Vorgehensmodell für Unternehmen in der neuen Arbeitswelt, Springer, Berlin.
Martin, A. (Hrsg.): Organizational Behaviour/Verhalten in Organisationen, Kohlhammer, Stuttgart.
Morgan, G.: Bilder einer Organisation, Klett-Cotta, Stuttgart.
Nagel, R.: Organisationsdesign - Modelle und Methoden für Berater und Entscheider, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
Rolke, L.: Der Stakeholder-Kompass der Unternehmenskommunikation, Finanzbuch Verlag, Frankfurt am Main.
Sachs, S. / Rühli, E.: Stakeholders Matter - A New Paradigm for Strategy in Society, Cambridge University Press, Cambridge.
Scherer, A.: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility - Herausforderungen an die Betriebswirtschaftslehre, Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf.
Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, Vahlen, München.
Vahs, D.: Organisation, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
Van Aaken, D. / Schreck, P.: Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Suhrkamp, Berlin.

Corporate Entrepreneurship und Intrapreneurship (W3M11406)

Corporate Entrepreneurship and Intrapreneurship

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11406	-	1	Prof. Dr. Maren Müller	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassendes und spezialisiertes Wissen und Gesamtverständnis nach neuestem Kenntnisstand über Voraussetzungen, Ausprägungen, Konzepte, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen des Unternehmertums in bestehenden Organisationen. Weiterhin sind sie in der Lage, verschiedene Formen von Intrapreneurship-Strukturen (Inkubatoren, Akzeleratoren, Company Builder etc.) zu unterscheiden und kennen die Unterschiede zwischen Entrepreneurship und Management sowie das Phänomen der Effectuation. Sie kennen das Phänomen und die Herausforderungen der organisationalen Ambidextrie und deren Relevanz in bestehenden Organisationen. Außerdem haben sie fundierte Kenntnisse über Möglichkeiten des Portfolio Managements und des Corporate Venturings. Darüber hinaus kennen sie die Wichtigkeit von internen und externen Stakeholdern sowie Partnern bei herausfordernden Innovationsprozessen in bestehenden Organisationen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Entwicklungen und Trends im Innovationsbereich vor dem Hintergrund einer bereits existierenden Wertschöpfung analysieren, auswerten und in entsprechende Handlungsempfehlungen ableiten. Sie verstehen den herausfordernden Lern- und Veränderungsprozess im Unternehmen während der Umsetzung von Innovationsprojekten, die nicht unbedingt mit dem Kerngeschäft der Organisation in Verbindung stehen. Sie haben die Fähigkeit, Komplexitätsfallen und andere schädigende Konsequenzen einer fehlenden Innovationsfähigkeit in bestehenden Unternehmen zu erkennen und inhaltlich wie zeitlich adäquat strategisch gegenzusteuern und verschiedene Lösungsansätze einzubringen. Sie können eigenständig Strategien zur Steigerung der unternehmerischen Aktivität in bestehenden Organisationen herleiten und in Projekten anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben besondere Kenntnis und Fertigkeiten für die Innovationsfähigkeit von bestehenden Organisationen und deren kontinuierliche Relevanz im Spannungsfeld der Ambidextrie. Weiterhin haben sie Problembewusstsein für die herausfordernde Umsetzung und Kommunikation von Innovationsprojekten in bestehenden Organisationen und können selbst erfolgreich kommunizieren. Sie sind in der Lage, einem Team entsprechendes Problembewusstsein und Mindset zu vermitteln und entsprechende Projekte eigenständig durchzuführen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden zeigen Handlungskompetenz, in dem sie die wissenschaftlichen Kenntnisse und praktischen Herausforderungen sowie Trends und Risiken von Innovationen in bestehenden Organisationen kennen und kommunizieren, um im eigenen Unternehmen diese Notwendigkeit strategisch zu platzieren und entsprechende Projekte zu realisieren. Sie haben die Fähigkeit, sich selbst zu reflektieren, sich flexibel den herausfordernden unternehmerischen Situationen anzupassen, aber auch Grenzen rechtzeitig zu erkennen und die Konsequenzen abzuleiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Corporate Entrepreneurship und Intrapreneurship	42	93

Besonderheiten und Schwerpunkte der Operationalisierung von Intrapreneurship in Startups/Scaleups

- Ambidextrie als Phänomen und Herausforderung
- Innovator's Dilemma für Intrapreneurship-Projekte
- Portfolio-Management von Innovationen, Geschäftsmodellen und Startups/Scaleups
- Einbindung und Aktivierung interner und externer Innovations-Stakeholder
- Lern- und Change-Prozesse in unterschiedlichen Organisationsformen
- Komplexitätsfallen in Startups/Scaleups und in Konzernen
- Innovationskommunikation innerhalb komplexer Organisationen

Ausgewählte strategische Elemente des Corporate Entrepreneurships und Intrapreneurships

- Spezifische Methoden, Modelle und Varianten des Intrapreneurships
- Organisationsformen des Intrapreneurships (u.a. Inkubator-Modelle, Akzeleratoren, Company Builder)
- aktuelle Ansätze des Business Developments
- Effectuation als Leitprinzip
- Ziele und Formen des Corporate Venturings
- Ansätze der Zukunfts-, Entwicklungs- und Trendanalyse für Startups/Scaleups
- Entwicklung einer Innovationskultur und Critical Incident Management

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

- 1) Allgemeine wirtschaftliche Kenntnisse entsprechend einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor oder äquivalenter Nachweis.
- 2) Möglichkeit zur Gestaltung der Prüfungsleistung als Transferarbeit im eigenen Arbeits- bzw. beruflichen Umfeld.

LITERATUR

- Bitzer, M.: Intrapreneurship - Unternehmertum in der Unternehmung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Blarr, H.: Organizational Ambidexterity, Gabler, Wiesbaden.
- Burns, P.: Corporate entrepreneurship - Building an Entrepreneurial Organisation, Palgrave Macmillan, New York.
- Christensen, C.: The Innovators Dilemma, in: The Journal of Product Innovation Management 15, 1998, 95-97.
- Draeger-Ernst, A.: Vitalisierendes Intrapreneurship - Gestaltungskonzept und Fallstudie, Rainer Hampp Verlag, Mering.
- Engelen, A. / Engelen, M. / Bachmann, J.T.: Corporate Entrepreneurship - Unternehmerisches Management in etablierten Unternehmen, Gabler, Wiesbaden.
- Frank, H.: Corporate Entrepreneurship, Facultas, Wien.
- Kraus, S.: Entrepreneurship Fallstudien - Unternehmensgründung, Intrapreneurship und Innovationsmanagement, Springer, Wien.
- Kuckertz, A.: Management - Corporate Entrepreneurship, Gabler, Wiesbaden.
- Reiter, T.: Revolution dank Innovation - Mit Corporate Entrepreneurship zurück an die Spitze!, Campus Verlag, Frankfurt am Main.
- Sarasvathy, S. D.: Effectuation - Elements of Entrepreneurial Expertise, Edwar Elger Publishing, Cheltenham.
- Taylor, B.: Corporate Governance And Entrepreneurship, Emerald Publishing Limited, Bradford.
- Tübke, A.: Success factors of corporate spin-offs, Kluwer, Boston.
- Tuominen, K. / Ahola, T. / Malmberg, L.: Intrapreneurship - Excellence Criteria, Benchmarking, Turku.
- Zinke, G. / Ferdinand, J. / Groß, W. / Möring, J. / Nögel, L. / Petzolt, S. / Richter, S. / Robeck, M. S. / Wessels, J.: Trends in der Unterstützungslandschaft von Start-ups – Inkubatoren, Akzeleratoren und andere, Institut für Innovation und Technik, Berlin.

Family Business (W3M11407)

Family Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11407	-	1	Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassendes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand über die Definition, die Konzeptionen, den Aufbau und besondere Charakteristika in verschiedenen Entwicklungsstufen von Familienunternehmen und kennen die Abgrenzung vom Mittelstandsbegriff. Sie haben zudem vertieftes, strategisches Wissen über die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten von Familienunternehmen. Sie haben dezidierte Fachkompetenzen im Bereich des Managements von Familienunternehmen und dessen besondere Implikationen, sowie auch des Managements von Unternehmerfamilien. Sie sind routiniert in der Anwendung von unterschiedlichen Lösungsstrategien in typischen Krisenfällen und kennen das Konfliktpotential und Paradoxien in Familienunternehmen. Schließlich haben sie vertieftes Faktenwissen im Rahmen der Nachfolgeregelungen und Übergabeprozessen.

METHODENKOMPETENZ

Sie sind in der Lage, die Positionierung des Familienunternehmens am Markt zu analysieren, insbesondere innerhalb des einschlägigen Branchen- bzw. Technologie-Lebenszyklus und können Zukunftsfähigkeit und Innovationsbedarfe eigenständig ableiten. Sie sind ebenso in der Lage, in der Unternehmensführung die strategische Planung, Weiterentwicklungen und Innovationen selbstständig und voller Verantwortung konzeptionell zu entwerfen. Sie haben die Kompetenzen zur übergreifenden Planung einer Nachfolgeregelung, inklusive der Auswahl von geeigneten Beratern und Unterstützern sowie in der Identifikation von Zielkonflikten und Krisenpotential. Sie haben Erfahrungswissen im Rahmen der systematischen Entwicklung von Innovationsansätzen unter Berücksichtigung vorhandener Strukturen und der spezifischen Unternehmenskultur.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind durch einen hohen Grad an Selbstmanagement in der Lage, Prioritäten zu setzen und ihre Aufgaben innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens zu erledigen. Sie identifizieren sich darüber hinaus nicht nur mit den Aufgaben im Familienunternehmen, sondern sind zudem reflektiert über ihre eigene Rolle innerhalb dessen. Sie weisen einen hohen Grad an Reflexivität im Rahmen ihrer Stellung im Familienunternehmen auf und können mit Veränderungen, insbesondere während des Nachfolge- bzw. Übergabeprozesses, umgehen und diese mitsteuern. Ihr Handeln ist partizipativ, reflektiert, respektvoll und sensibel in Bezug auf die unterschiedlichen Generationen, Altersstufen und Bedürfnisse der anderen Personen und Gesellschafter innerhalb des Familienunternehmens. Sie sind in der Lage, sich selbst in der Rolle als Nachfolger*in zu reflektieren und im Gesamtsystem zu positionieren und des weiteren gelungen den Abgleich mit den eigenen Lebenszielen vorzunehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Verständnis bezüglich der immanenten Innovations-, Wachstums und Veränderungsprozesse innerhalb von Familienunternehmen, insbesondere für die Herausforderungen in Nachfolgeprozessen. Sie zeigen Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über spezifische Vorgehensweisen und Methoden nutzen, um im Rahmen der Führung und Entwicklung des Familienunternehmens in die nächste Generation angemessen, authentisch und erfolgreich zu agieren. Sie sind reflektiert in ihren Aufgaben im Familienunternehmen vor wissenschaftlichem Hintergrund, haben Weitblick und zeigen Verantwortung in ihrer Stellung im Unternehmen, insbesondere im Kontext zu gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Implikationen im Rahmen der unternehmerischen Weiterentwicklung und Innovation.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Family Business	42	93
<p>Spezifika in Nachfolgesituationen</p> <ul style="list-style-type: none">- Psychologische Aspekte einer Unternehmensnachfolge- Entwicklung eines integrierten Nachfolgekonzepts (persönlich, fachlich, finanziell, organisatorisch, kommunikativ)- Familieninterne vs. -externe Nachfolgeoptionen- Externe Varianten (Management Buyout, Employee Buyout, Management Buyin, Gründung Kapitalgesellschaft, Stiftung)- Erbfolge-Varianten (Testament, Verkauf, Schenkung, Übertragung gegen wiederkehrende Leistung, Verpachtung)- Lebenszyklusmodelle, Krisen und Mortalität von Unternehmen <p>Ausgewählte Aspekte der strategischen und operativen Führung von Familienunternehmen</p> <ul style="list-style-type: none">- Definition und Konzeption von Familienunternehmen sowie Abgrenzung vom Mittelstandsbegriff- Bedeutung von Familienunternehmen in Deutschland und international- Drei-Kreis-Modell und andere Konzeptionsansätze- Varianten und Entwicklungsmuster von Mehrgenerationen-Familienunternehmen- Theorieansätze zur Erklärung der Besonderheiten von Familienunternehmen (Agency-Theorie, Stewardship-Theorie, Socioemotional Wealth)- Definitions- und Theorieansätze für privatplatziertes Fremdkapital- Finanzierungstheorien und Anwendbarkeit auf Familienunternehmen (Neoklassische Finanzierungstheorien, Irrelevanztheorem nach Modigliani/Miller, Statische Trade-Off-Theorie)Management von Paradoxien in Familienunternehmen- Atmosphärisches Management (rational, emotionaler, narrativer, appellativer Raum)- Konflikte in Familienunternehmen (typische Anlässe, Konfliktpartner, sanierungs- und krisentypische Konfliktkreise, familieninduzierte Konflikte als krisenauslösendes, krisenbeschleunigendes bzw. konflikteskalierendes Moment)		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

- 1) Allgemeine wirtschaftliche Kenntnisse entsprechend einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor oder äquivalenter Nachweis.
- 2) Möglichkeit zur Gestaltung der Prüfungsleistung als Transferarbeit im eigenen Arbeits- bzw. beruflichen Umfeld.

LITERATUR

- Achleitner, A. K.: Die Kapitalmarktfähigkeit von Familienunternehmen - Unternehmensfinanzierung über Schuldschein, Anleihe und Börsengang, Stiftung Familienunternehmen, München.
- Berthold, F.: Familienunternehmen im Spannungsfeld zwischen Wachstum und Finanzierung, Eul, Lohmar.
- De Massis, A. / Audretsch, D. / Uhlner, L. / Kammerlander, N.: Innovation with Limited Resources - Management Lessons from the German Mittelstand, in: The Journal of Product Innovation Management 35, 2018, 125-146.
- Felden, B./ Hack, A.: Management von Familienunternehmen - Besonderheiten, Handlungsfelder, Instrumente, Springer Gabler, Berlin.
- Filser, M. / De Massis, A. / Gast, J. / Kraus, S. / Niemand, T.: Tracing the Roots of Innovativeness in Family SMEs - The Effect of Family Functionality and Socioemotional Wealth, in: The Journal of Product Innovation Management 35, 2018, 609-628.
- Fischer, N.: Die Gewinnverteilung von Familienunternehmen - Anforderungen und Lösungsansätze aus Sicht der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, Nomos, Baden-Baden.
- Halter, F.: Familienunternehmen im Nachfolgeprozess - Die Emotionen des Unternehmers, Eul, Lohmar.
- Kluth, O.: Nachfolge im Familienunternehmen - Besonderheiten und Herausforderungen, Bedey Media GmbH, Hamburg.
- Meyer, A.: Unternehmerfamilie und Familienunternehmen erfolgreich führen - Unternehmertum fördern, Führungskultur entwickeln, Konflikte konstruktiv lösen, Gabler, Wiesbaden.
- Müller, V.: Nachfolgertypen und Rollenkonflikte im Nachfolgeprozess von Familienunternehmen, Rainer Hampp Verlag, Mering.
- Natmeßnig, C. / Schmid-Schmidfelden, V.: Familienunternehmen - Ökonomie, Geschichte, Werte, Manz, Wien.
- Rossaro, F.: Zu den Beständigkeitsmerkmalen von Familienunternehmen - Eine Analyse aus soziologischer und mikrotheoretischer Sicht, Duncker und Humblot, Berlin.
- Rüsen, T. / von Schlippe, A.: Dynamiken in Familie und Unternehmen, V und R unipress, Göttingen.
- Schröder, M.: Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Familienunternehmen, Nomos, Baden-Baden.
- von Schlippe, A.: Familienunternehmen verstehen - Gründer, Gesellschafter und Generationen, Vandenhoeck und Ruprecht, Göttingen.
- Witt, P. / Hack, A.: Management von Familienunternehmen, Gabler, Wiesbaden.

Social Entrepreneurship und CSR (W3M11408)

Social Entrepreneurship and CSR

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11408	-	1	Prof. Dr. Jeanine Stehlik	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben die intellektuelle Fähigkeit aktuelle, regional oder global relevante gesellschaftliche Problemfelder zu erkennen. Sie haben vertieftes Faktenwissen über die Ausgestaltung von Sozialunternehmen und kennen deren Abgrenzung zu klassischen Wirtschaftsunternehmen mit CSR-Aktivitäten. Sie haben des weiteren konzeptionelle Kenntnisse und routinierte Fertigkeiten in Bezug auf besondere Organisationsstrukturen und Rechtsformen, Ziel- und Strategieformulierung, Marktpositionierung und Kooperationen, erweiterte Finanzierungsarten und Audits von Sozialunternehmen. Sie sind zudem in der Lage, verschiedene Abhängigkeiten und miteinandergehende erhebliche strategische/operative Probleme und Konsequenzen je nach Finanzierungsmodell zu erkennen und zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können für erkannte Problemfelder eine unternehmerische Lösungsstrategie mit Gemeinwohlorientierung entwickeln. Sie sind routiniert in der adäquaten Auswahl, Anwendung, Reflexion und Weiterentwicklung spezifischer Methoden zur innovativen Geschäftsmodellentwicklung im sozialen Sektor. Zudem sind sie in der Lage Sozialunternehmen oder CSR-Projekte zu planen und zu realisieren. Darüber hinaus können sie ein Sozialprojekt/-Unternehmen wissenschaftlich fundiert konsolidieren bzw. skalieren. Sie haben Kompetenz bezüglich der Auswahl und des Einsatzes des adäquaten Finanzierungsmodells und können mit den jeweiligen Implikationen und Konsequenzen nachhaltig umgehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Adaptionsfähigkeit, Reflexion, Kreativität und Resilienz auf. Sie können mit dem Phänomen der Komplexität umgehen und komplexe Sachverhalte analysieren und bewerten. Des weiteren haben sie die Fähigkeit, flexibel und konstruktiv auf starke Veränderungen zu reagieren. Sie verfügen über eine glaubwürdige Haltung zum Zweck des Sozialunternehmens/- Projekts sowie verfügen sie über ein hohes Maß an Kritikfähigkeit, Selbstmanagement, Ausdauer und Belastungsfähigkeit. Sie zeigen partizipatives, kultursensibles und tolerantes Handeln in multinationalen Kontexten, insbesondere Teamarbeiten und Kooperationsprojekten. Zudem sind sie in sehr hohem Maß sensibilisiert auf soziale, gesellschaftliche und ökologische Implikationen der Umwelt und folgen glaubwürdig einem ethischen grundlegenden Wertesystem.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben das Faktenwissen und die Fähigkeit zum Aufbau und Weiterentwicklung von innovativen Geschäftsmodellen mit metaökonomischen Oberzielen, die primär zu nachhaltigen Lösungen von aktuellen Herausforderungen aus den Bereichen Bildung, Gesellschaft & Politik, Klima & Umwelt, Kultur oder Gesundheit beitragen. Sie sind erfolgreich in der Lage, neue gemeinwohlorientierte Denk- und Lösungsansätze nachhaltig mit unternehmerischen Werten im Rahmen der Corporate Social Responsibility zu verflechten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Social Entrepreneurship und CSR	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Besondere operative Aspekte des Social Entrepreneurships und CSR

- Nutzen und Instrumentalisierung der Corporate Social Responsibility und Corporate Political Responsibility
- Umgang Kapitalgeber und Finanzierungsmodelle für Social Startups
- Besonderheiten der Kapitalakquise
- Methoden des Storytelling und Out-of-the-Box-Thinkings
- Messung und Kommunikation des Social Impacts
- Stakeholdermanagement für Social Startups/Scaleups
- Umgang mit Machtpromotoren

Ausgewählte strategische Elemente im Social Entrepreneurship und CSR

- Methoden zur Geschäftsmodellentwicklung mit Schwerpunkt Gemeinwohlorientierung
- Gemeinwohlorientierte Strategieentwicklung
- Ansätze und Prinzipien der Venture Philanthropie
- Auswahl und Entwicklung von Gesellschaftsformen und Organisationsstrukturen für Social Startups/Scaleups
- Entwicklung von Problemerkennntnis, Problemazeptanz und Paradigmenwechsel im Rahmen des Social Business Modeling
- Spezifika von Sozialunternehmen als Ausprägung von Startups/Scaleups

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

- 1) Allgemeine wirtschaftliche Kenntnisse entsprechend einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor oder äquivalenter Nachweis.
- 2) Möglichkeit zur Gestaltung der Prüfungsleistung als Transferarbeit im eigenen Arbeits- bzw. beruflichen Umfeld.

LITERATUR

Amaeshi, K. / Nnodim, P. / Osuji, O.: Corporate Social Responsibility, Entrepreneurship, and Innovation, Routledge, New York

Brinkmann, V.: Sozialunternehmertum, Schneider, Baltmannsweiler.

Eschenbach, R. / Baumüller, J.: Management der Nonprofit-Organisation - Bewährte Instrumente im praktischen Einsatz, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Grunwald, K. / Langer, A.: Sozialwirtschaft - Handbuch für Wissenschaft und Praxis, Nomos, Wiesbaden.

Hemingway, C.: Corporate Social Entrepreneurship - Integrity within, Cambridge University Press, Cambridge

Hu, X. / Marlow, S. / Zimmermann, A. / Martin, L. / Frank, R.: Understanding Opportunities in Social Entrepreneurship - A Critical Realist Abstraction, in: Entrepreneurship Theory and Practice 44, 2020, 1032-1056.

Korber, M.: Innenwelten und Außenwelten von Social Entrepreneurs, Facultas, Wien.

Lautermann, C.: Verantwortung unternehmen! - Die Realisierung kultureller Visionen durch gesellschaftsorientiertes Unternehmertum - eine konstruktive Kritik der "Social Entrepreneurship"-Debatte, Metropolis, Marburg.

Leppert, T.: Social Entrepreneurship in Deutschland - Einflussfaktoren auf den Gründungsprozess von Social Entrepreneurs, Kovac, Hamburg.

Schaper, M.: Making ecopreneurs - Developing Sustainable Entrepreneurship, Routledge, London.

Schmidt, P.: CSR im Zeichen der Employer Brand - Einfluss und Eignung des Konzeptes der Corporate Social Responsibility für das Employer Branding in der stakeholderspezifischen Markenführung, Peter Lang, Frankfurt am Main.

Schober, C.: Praxishandbuch Social Return on Investment - Wirkung sozialer Investitionen messen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Schwingenstein, M.: Der „Sozialunternehmer“ - Kulturwissenschaftliche Analyse einer Leitfigur postmaterieller Ökonomie, Utz, München.

Sprinkart, K. / Gottwald, F. / Sailer, K.: Fair Business - Wie Social Entrepreneurs die Zukunft gestalten, Walhalla Fachverlag, Regensburg.

Stoll, B. / Herrmann, H.: Corporate Social Responsibility - Impulse aus der und für die Profit- und Sozialwirtschaft, Verlag Barbara Budrich, Opladen.

Wunder, T.: CSR und strategisches Management - Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb gewinnt, Springer Gabler, Berlin.

Unternehmerische Haltung, Skills und Methoden (W3M11491)

Entrepreneurial Mindset, Skills and Methods

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11491	-	1	Prof. Dr. Jeanine Stehlik	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der unternehmerischen Profession vor dem Hintergrund des deutschen und internationalen Gründungsgeschehens. Sie verstehen den Zusammenhang von wirtschaftlichen, technologischen und sozialen Zyklen mit unternehmerischer Strategieentwicklung, Positionierung und Marktwahl. Sie verstehen das spezifische Zielsystem für Eigentümer-Unternehmer (Unternehmer-Pyramide) und die Interdependenz zwischen Unternehmer und Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Zyklen analysieren und daraus die Implikationen für Geschäftsmöglichkeiten ableiten. Sie können einen Markt mittels strategischer Geschäftsfeldsegmentierung analysieren und daraus Positionierungsoptionen ableiten. Sie können eine SWOT-Analyse für ein existierendes oder geplantes Unternehmen durchführen, Normstrategien ableiten, und deren Chancen anhand einer Kernkompetenz-Analyse strukturiert prüfen. Sie können mit den Standardmodellen strategischer Planung umgehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen ihre Rolle als Innovator und Führungskraft in unternehmerischen Kontexten und können diese nachhaltig wahrnehmen. Sie kennen das relevante Netzwerk für unternehmerische Aktivitäten und können Gesprächs- und Geschäftspartner zielführend aussuchen, kontaktieren und überzeugen. Sie können im Rahmen von Eignungsdiagnostik-Modellen ihre eigene Eignung für Gründungsaufgaben und -projekte kritisch reflektieren und einschätzen. Sie kennen die ethischen Implikationen unternehmerischen Handelns und übernehmen Verantwortung für sich selbst, das Unternehmen, und die relevanten Stakeholder.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können technologische und soziale Innovationszyklen beobachten, analysieren und nutzen, um daraus neue, erfolgversprechende Marktchancen und Geschäftsmodelle abzuleiten. Sie können neue Venture-Projekte für die Seed- und Startup-Phasen planen und zu nachhaltig erfolgreichen Wachstumsmodellen weiterentwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmerische Haltung, Skills und Methoden	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Ausgewählte Methoden und aktuelle Ansätze der Entrepreneurshipforschung
- Zyklen auf unterschiedlichen Iterationsebenen (Produkte, Märkte, Branchen, Technologien, Basistechnologien, Gesellschaften)
 - Entwicklungs- und Phasenmodelle für Unternehmen und für Unternehmer*innen
 - Modell der Unternehmer-Pyramide
 - Strategieprozess und strategische Analysetools (strategische Geschäftsfeldsegmentierung, Branchenstrukturanalyse, SWOT-Analyse und Normstrategieentwicklung, Kernkompetenz-Analyse, Wettbewerbsanalyse, Portfolio-Analysen)
 - Verfügbare Statistiken und Datengrundlagen des internationalen Gründungsgeschehens (z.B. Global Entrepreneurship Monitor)
 - Aufbau und Nutzung von unternehmerischen Netzwerken
 - Kodizes und Governance für eigengeführte Unternehmen
 - Nachhaltiges Unternehmertum (ökonomisch, ökologisch, persönlich, familiär)
- Persönliche Elemente des Unternehmertums
- Prozess der Professionsbildung für Unternehmer*innen
 - Eignungsdiagnostik-Ansätze für Unternehmer*innen
 - Ethische Dilemmata für Unternehmer*innen
 - Entwicklung unternehmerische Haltung

BESONDERHEITEN

Das Modul kann von Studierenden des Studiengangs Entrepreneurship nur belegt werden, wenn die Belegung zur Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen durch die Wissenschaftliche Leitung beauftragt wurde.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bea, F.-X. / Haas, J.: Praxis der strategischen Zielbildung - Strategisches Management konkret, UVK, Tübingen.
- Dahlmann, J.: Das innovative Unternehmertum im Sinne Schumpeters - Theorie und Wirtschaftsgeschichte, Metropolis, Marburg.
- Eschenbach, R. / Eschenbach, S. / Kunesch, H.: Strategische Konzepte - Management-Ansätze von Ansoff bis Ulrich, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Göbel, E.: Unternehmensethik - Grundlagen und praktische Umsetzung, UVK, Konstanz.
- Gräwe, D.: Wirtschaftsrecht, Springer Gabler, Berlin.
- Kerth, K. / Asum, H.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser, München.
- Klandt, H. / Heidenreich, S.: Empirische Forschungsmethoden in der Betriebswirtschaftslehre, De Gruyter, Berlin.
- Kohlert, H.: Unternehmensanalyse und strategische Planung, Kohlhammer, Stuttgart.
- Müller-Stewens, G.: Strategisches Management - Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Nagel, M. / Mieke, C.: Strategiemethoden, UVK, Konstanz.
- Pahnke, A. / Welter, F. / Colombo, M.: The German Mittelstand - Antithesis to Silicon Valley Entrepreneurship?, in: Small Business Economics 52, 2019, 345-358.
- Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategien - Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, Campus, Frankfurt am Main.
- Riess, B. / Scheerer, J.: Verantwortungsvolles Unternehmertum - Wie tragen Unternehmen zu gesellschaftlichem Mehrwert bei?, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Schmitz, G.: Unternehmertum ist nichts für Feiglinge - Mit Mut, Konsequenz und Kreativität zum Erfolg, Gabal, Offenbach.
- Simon, W.: Kursbuch Strategieentwicklung - Analyse, Planung, Umsetzung, Redline, München.

Unternehmerische Innovation, Kreation und Wachstum (W3M11492)

Entrepreneurial Innovation, Creation and Growth

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11492	-	1	Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen Ablauf, Charakteristika und Varianten von Innovationsprozessen in verschiedenen Kontexten (Startup, KMU, Konzern, Gesellschaften). Sie verstehen das Phänomen der Disruption als Folge von Innovationsprozessen und die Konsequenzen für Märkte, Unternehmen, Personen und Gesellschaften. Sie kennen verschiedene Kreativitäts- und Innovationstools sowie die Basisfaktoren für erfolgreiche Innovationsarbeit. Sie verstehen die einschlägigen Verfahren des Business Plannings und der Geschäftsmodellentwicklung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können einschlägige Ideation-Tools und Kreativitätstechniken im Kontext von Startups einsetzen. Sie können anhand von Umweltdaten und Ausgangssituation ein plausibles Geschäftsmodell entwickeln, seine Konsistenz prüfen, und Engpassfaktoren identifizieren. Sie verstehen unterschiedliche Wachstumspfade, können diese konzipieren, und die Konsequenzen für das Unternehmen und die Beteiligten abschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen ihre eigenen kreativen Zugänge und Kanäle, verstehen diesbezüglich ihre Stärken und Schwächen, und können abschätzen, inwieweit dies in einem Gründungsteam balanciert werden kann. Sie verstehen die persönlichen Konsequenzen aus der Wahl bestimmter unternehmerischer Kontexte und Wachstumspfade und können Entscheidungen für den eigenen beruflichen Lebensweg fundiert treffen. Sie verstehen die Funktion ethischer, moralischer und gesellschaftlicher Normen, können das eigene unternehmerische Verhalten reflektieren und Zielkonflikte managen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Innovations- und Kurationsprozesse verantwortlich initiieren und leiten, um daraus Ansatzpunkte für neue Produkte, Lösungen und Marktchancen zu erarbeiten. Sie können die aktuellen Methoden und Ansätze der Geschäftsmodellentwicklung und des Business Plannings für konkrete Vorhaben einsetzen und damit neue Startups bzw. Business Units entwickeln. Sie können ein neues Startup bzw. eine neue Business Unit über verschiedene Wachstums- und Entwicklungsphasen planen, Brüche und Übergänge bewältigen und nachhaltig erfolgreiche Unternehmen konzipieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmerische Innovation, Kreation und Wachstum	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Anwendungsorientierte Ansätze und Prozesse unternehmerischen Wachstums

- Business Model Canvas
- Value Proposition Canvas
- Strategisches Profil
- Kundenzentrierte Geschäftsplanung
- Business Planning
- Lean Startup
- Wachstumspfade (stagnativ, organisch, rapide, exponentiell) und ihre Konsequenzen und Implikationen
- Teamaufbau und -entwicklung im Startup
- Kapitalgeber und Finanzierungsformen

Ausgewählte Methoden und Ansätze unternehmerischer Innovation

- Innovationsbegriff und Innovationstheorien
- Konzeption des Innovationsprozesses
- Closed vs. Open Innovation
- Technologie- und Innovationszyklen
- Markt- und Kontextanalysen für Innovationsansätze
- Evolution vs. Disruption Diskontinuitäten und Krisen
- Red vs. Blue Oceans
- Effectuation

Persönliche Faktoren von Unternehmer*innen

- Moralkodizes vs. funktionale Zielsetzung
- Eigenschaften Ehrliche Kauffrau/Ehrlicher Kaufmann
- Kreativitätstechniken (Brainstorming/-writing/-swarming/-walking, 6-3-5, Walt Disney, De Bono, Osborn/Scamper, Kopfstand, Morphologischer Kasten, What If, Assoziationen, Funktionsanalyse, Ideenmühle)

BESONDERHEITEN

Das Modul kann von Studierenden des Studiengangs Entrepreneurship nur belegt werden, wenn die Belegung zur Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen durch die Wissenschaftliche Leitung beauftragt wurde.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Böpple, O.: Kreativmethoden im unternehmerischen Einsatz - Design Thinking als Ordnungsrahmen, Nomos, Stuttgart.

Dillerup, R. / Stoi, R.: Unternehmensführung, Vahlen, München.

Faschingbauer, M.: Effectuation - Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Freitag, E.: Kreativitätstechniken, UTB, Tübingen.

Gassmann, O. / Frankenberger, K. / Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln, Hanser, München.

Higgins, J. / Wiese, G.: Innovationsmanagement - Kreativitätstechniken für den unternehmerischen Erfolg, Springer, Berlin.

Hofert, S. / Visbal, T.: Teams & Teamentwicklung: wie Teams funktionieren und wann sie effektiv arbeiten, Vahlen, München.

Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling - Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, Hanser, München.

Oehlich, M. / Dahmen, A.: Betriebswirtschaftslehre - Eine Einführung am Businessplan-Prozess, Vahlen, München.

Osterwalder, A.: Value Proposition Design, Wiley, New York.

Ottersbach, J.: Der Businessplan - Praxisbeispiele für Unternehmensgründer und Unternehmer, Dtv, München.

Schlicksupp, H.: Innovation, Kreativität und Ideenfindung, Vogel, Würzburg.

Wirtz, B.: Business Model Management - Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Springer Gabler, Berlin.

Projektarbeit I (W3M12001)

Project I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M12001	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Individualbetreuung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
405	4	401	15

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse zu spezifischen Fachthemen sowie der funktional-organisatorischen Zusammenhänge in ihrem Unternehmen. Sie sind in der Lage, Lösungsansätze komplexer praktischer Problemstellungen zu konzipieren, zu analysieren und zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls vielgestaltige und interdependente Praxisherausforderungen unter Anwendung angemessener Methoden vorausschauend, umsichtig und strukturiert lösen. Die Möglichkeiten der Praktikabilität sowie die Grenzen der eingesetzten Methoden hinterfragen sie jederzeit kritisch. Die Studierenden haben Erfahrungswissen im Umgang mit unterschiedlichen Methoden erworben, insbesondere zur Adaption von theoretischen Konzepten auf die betriebliche Praxis.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden gehen die Projektarbeit planerisch und lösungsorientiert an. Sie zeichnen sich durch Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit aus. Neuerungen und Innovationen gegenüber sind sie aufgeschlossen. Sie sind fähig, aus dem Zusammenwirken von Theorie und Praxis Impulse zur betrieblichen Weiterentwicklung zu geben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse entwickelt. Auch in unklaren Situationen sind sie in der Lage, den Überblick zu behalten und unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse angemessen und eigenverantwortlich zu handeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Projektarbeit I	4	401

Die Projektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen oder öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.

BESONDERHEITEN

Es kann eine begleitende Lehrveranstaltung angeboten werden, um die Studierenden an die methodischen Besonderheiten dualer wissenschaftlicher Arbeiten heranzuführen.

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%.

Die Projektarbeit hat einen Umfang von 20 – 30 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von fünf Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Projektarbeit II (W3M12002)

Project II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M12002	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

Individualbetreuung

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
405	4	401	15

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse zu verschiedenen Fachthemen und erfassen übergreifende, organisatorische Zusammenhänge in ihrem Unternehmen. Sie sind in der Lage, Lösungsansätze komplexer praktischer Problemstellungen eigenständig zu konzipieren, zu analysieren und zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls selbständig komplexe Praxisherausforderungen unter Anwendung angemessener Methoden umsichtig und strukturiert lösen. Die Möglichkeiten der Praktikabilität sowie die Grenzen der eingesetzten Methoden hinterfragen sie jederzeit kritisch. Sie haben ein ausgeprägtes Verständnis für transfer- und anwendungsorientiertes wissenschaftliches Arbeiten im wirtschaftlichen Kontext entwickelt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden gehen die Projektarbeit planerisch und lösungsorientiert an. Sie zeichnen sich jederzeit durch Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit aus. Neuerungen und Innovationen gegenüber sind sie aufgeschlossen und wissen, diese in ihrem Unternehmen anzustoßen und verantwortungsvoll zu begleiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse entwickelt. Auch in unklaren, komplexen Situationen sind sie in der Lage, jederzeit den Überblick zu behalten und unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse angemessen und eigenverantwortlich zu handeln. Zugkraft in der Verwertung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Vorgehensweise zur Entwicklung berufs- und unternehmenspraktischer Lösungen zeichnet die Studierenden aus.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Projektarbeit II	4	401

Die Projektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen und / oder öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%.

Die Projektarbeit hat einen Umfang von 20 – 30 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von fünf Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

IT-Governance & IT-Strategy (W3M20001)

IT-Governance & IT-Strategy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20001	-	1	Prof. Dr. Marcus Vogt	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur und Seminararbeit (geplante Gewichtung: 50% - 50 %)	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können den Reifegrad bestehender IT-Strategien und IT-Governance Strukturen erfassen und beurteilen. Dabei wenden Sie erlernte Methoden und Konzepte an, um neue Strukturen und IT-Strategien zur Unterstützung der Unternehmensziele zu definieren sowie den Bedarf an erforderlichen organisatorischen und technischen Maßnahmen zu ermitteln und diese zu implementieren. Die Studierenden verstehen Modelle und grundlegende Prinzipien der IT-Governance sowie des strategischen IT-Managements. Die bestehende IT-Systeme und IT-Anwendungslandschaften werden durch die Studierenden aus strategischer Sicht beschrieben und analysiert, um mehrwertschaffende Systeme zu identifizieren und diese in die Unternehmensarchitektur zu integrieren. Die Studierenden sind in der Lage, IT-Strategien und IT-Governance-Prozesse zu beschreiben, zu gestalten, zu spezifizieren und dabei, soweit angemessen, Standardmodelle und Best-Practice-Verfahren zu berücksichtigen, um diese wertschöpfend im Unternehmen einzusetzen. Dabei greifen die Studierenden auf die Anwendung von Verfahren und Werkzeuge zur Qualitätsbetrachtung und Leistungsmessung von Prozessen und Systemen zurück. Die Studierenden legen fest, welche Kenngrößen zur Beschreibung der Leistungsfähigkeit eines IT-Services herangezogen werden sollen, wie jene gemessen werden und durch welche IT-Controlling-Maßnahmen deren Erreichung sichergestellt werden kann.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Grenzen und die Umsetzbarkeit, sowie der Vor- und Nachteile der Methoden der IT-Governance und der IT-Strategie einordnen, bewerten und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über konzeptionelles Wissen in Bezug auf IT-Governance und IT-Strategie, d.h. sie sind in der Lage daraus selbstständig Ziele, Aufgaben und Vorgehensweisen im betrieblichen Kontext abzuleiten. Sie können weiterhin die unterschiedlichen Dimensionen und Konsequenzen der getroffenen Entscheidungen eigenständig reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind zu eigenverantwortlichem und situationsangemessenem Handeln im Bereich der IT-Governance und IT-Strategie befähigt. Sie können dabei ihre Handlungen stichhaltig und sachangemessen argumentieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Governance & IT-Strategy	50	85

Einführung und Grundlagen zu Unternehmerischen Entscheidungen, IT-Governance und IT-Strategie

Erweiterte Aspekte der Unternehmensarchitektur, Unternehmensstrategie und Corporate Governance im Bezug auf IT-Governance & IT-Strategie, z.B:

- Wechselwirkungen der strategischen Unternehmensarchitekturplanung und der Corporate Governance Strukturen auf die IT-Governance und IT-Strategie
- Strategische Entscheidungsmodelle
- Business Model Management als strategisches Unterstützungstool für die strategische Digitalisierung in Unternehmen
- Grundlagen der Enterprise Architecture und Wechselwirkung mit der IT-Governance und der IT-Strategie eines Unternehmens
- Rollenverständnis und Zusammenspiel von Chief Executive Officer, Chief Information Officer, Chief Data Officer und Chief Digital Officer (CxO's)
- Digitale Services, Ökosysteme und Systemplattformmanagement aus Sicht der Unternehmens- und IT-Strategie
- Decision Rights und Governance Arrangements

Erweiterte Aspekte des IT-Managements im Bezug auf IT-Governance und IT-Strategie, z.B.:

- Strategisches Geschäftsprozessmanagement als Unterstützungstool für die IT-Strategie
- IT-Service-Management-Prozesse im Kontext der IT-Governance und Corporate Governance und aus Sicht der Wertschöpfung
- Standardisierung von IT-Landschaften vs. Agilität
- Risiko Management
- IT-Controlling
- Best Practice Frameworks im Kontext der IT-Governance (ITIL, COBIT, Val-IT, Risk-IT, TOGAF, CMMI, etc.)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Es sollte ein Grundverständnis für IT-Service-Management und betriebswirtschaftliche Entscheidungen vorhanden sein. Studierenden ohne Kenntnisse im IT Service Management wird ggf. zum vorherigen Besuch des Moduls „IT Service Management“ geraten. Dies stellt jedoch keine Pflicht dar.

LITERATUR

Gaulke, Markus: Praxiswissen COBIT - Val IT – Risk IT: Grundlagen und praktische Anwendung für die IT-Governance. dpunkt
Johannsen, Wolfgang und Goeken, Matthias: Referenzmodelle für IT-Governance: Methodische Unterstützung der Unternehmens-IT mit COBIT, ITIL & Co. dpunkt
Keller, Wolfgang: IT-Unternehmensarchitektur: Von der Geschäftsstrategie zur optimalen IT-Unterstützung. dpunkt
Rüter Andreas, Schröder, Jürgen, Göldner, Axel und Niebuhr, Jens (Hrsg.): IT-Governance in der Praxis: Erfolgreiche Positionierung der IT im Unternehmen. Anleitung zur erfolgreichen Umsetzung regulatorischer und wettbewerbsbedingter Anforderungen. Springer
Weill, Peter und W. Ross, Jeanne: IT Governance: How Top Performers Manage IT Decision Rights for Superior Results. Harvard Business Review Press

IT Project and Project Portfolio Management (W3M20002)

IT Project and Project Portfolio Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20002	-	1	Prof. Dr.-Ing. Mirjana Radonjic-Simic	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden durchdringen die Grundbegriffe, Grundprinzipien, Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements und Projekt-Portfoliomanagement insbesondere im Kontext von IT-Projekten. Dabei vertiefen sie ihr Verständnis für weiterführende Aspekte des Projekt- und Portfoliomanagements (z.B. Risiko-Analysen, probabilistische Planungsverfahren, Estimationsverfahren) und verstehen den Zusammenhang zwischen Modellen und Methoden des Software-Engineering und denen des Projekt- und Portfoliomanagements.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verwenden die Methoden des Projekt- und Portfoliomanagements, um vorhandene Ressourcen nach Maßgabe von Qualität, Umfang, Zeit und Kosten effizient einzusetzen. Mit Hilfe geeigneter Projektmanagementsoftware planen und steuern sie insbesondere IT- und Softwareprojekte und überprüfen deren Wirtschaftlichkeit sowie Realisierbarkeit. Dazu beurteilen die Studierenden Risiken und kritische Pfade, kontrollieren das Budget, sichern die Qualität und erstellen das Berichtswesen. Darüber hinaus beherrschen Sie die Verknüpfung von Projekt- und Portfoliomanagementmethoden und -modellen mit den Methoden zur Analyse und zum Entwurf von IT- und Softwareprojekten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden bilden die Grundzüge einer beruflichen Identität aus und sind sich der unterschiedlichen Rollenerwartungen im Praxiskontext bewusst. Sie sind in der Lage, effektiv an gemeinsamen Zielen in einer Teamumgebung zu arbeiten und können Meinungsverschiedenheiten verhandeln sowie lösungsorientierte Vorschläge im Konsens erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden exemplarisch Praxisfälle fachlich analysieren, einschätzen und entsprechende Handlungskonsequenzen ableiten. Dabei transferieren sie erlernte, theoretische Inhalte und Modelle auf ihre Praxis und prüfen diese umgekehrt an Praxisbeispielen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT Project and Project Portfolio Management	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

IT Project Management and Project Management Systems

- Definition von Projekt und Projektmanagement
- Grundlagen Projektmanagement
- Projektrisiko, statistische Betrachtung
- Projektmanagement Werkzeuge
- Schätzmethoden für IT und Softwareprojekte
- aktuelle Methoden im Projektmanagement (agile Methoden, SCRUM, PRINCE2)
- Projektportfoliomanagement, Programmanagement
- Multiprojektmanagement
- Fallbeispiele

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Kraus, G. und Westermann, R.: Projektmanagement mit System, Organisation, Methoden, Steuerung. München.

- Marchewka, Jack T.: Information Technology Project Management. Hoboken (N.J.).

- PMI: A guide to project management body of knowledge, Newton Square (Pa.).

- Scheer, August Wilhelm: Wirtschaftsinformatik. Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse. Berlin u.a.

- Schelle, H., Ottmann, R. und Pfeiffer, A.: ProjektManager. Nürnberg.

Ergänzend werden Fachartikel zu Themen wie Portfolio Management, Agile Methoden, Strategic Alignment herangezogen. Die für das jeweilige Jahr ausgewählte Teilmenge der o.g. Literatur wird über das Learning Management System rechtzeitig vor Modulbeginn bekanntgegeben

Business Process Management & Modelling (W3M20003)

Business Process Management & Modeling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20003	-	1	Prof. Dr. Rainer Hoch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen verschiedene Möglichkeiten der Geschäftsprozessmodellierung und kennen wichtige Aspekte, so dass Sie die für einen Einsatzzweck passende Option auswählen können. Für spezielle IT-Systeme, z.B. Workflow Management (WfM) oder Enterprise Content Management (ECM), können sie Geschäftsprozesse überführen. Darüber hinaus wissen Sie, wie in größeren Unternehmen eine integrierte Modellierung der Geschäftsprozesse organisiert werden sollte. Zudem verfügen die Studierenden über vertieftes Wissen der Geschäftsprozessmodellierung sowie der Analyse und Bewertung von Geschäftsprozessen sowie der Analyse und Bewertung von Geschäftsprozessen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Analyse- und Modellierungswerkzeuge systematisch anzuwenden, um Prozesse aufzunehmen, zu gestalten und zu bewerten. Sie können verschiedene formale Beschreibungsmethoden zur Modellierung von Geschäftsprozessen in Unternehmen verwenden bzw. vorliegende Prozessmodelle weiterentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich im Team mit ihrer Vorgehensweise bei der Bearbeitung von Lösungsoptionen zur Einführung von Geschäftsprozessmanagement in Unternehmen reflexiv auseinander. Die Kompetenz problemlösend und kooperativ in Teams zu arbeiten wird zudem gefördert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die Methoden des Geschäftsprozess- und Informationsmanagements für Unternehmensanwendungen in IT-Systemen geeignet einsetzen zu können. Dafür benötigen sie ein Verständnis für die Interpretationsvielfalt von Begriffen und deren Sprachgebrauch, um reflektierende Entscheidungen zu treffen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Process Management & Modelling	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Einordnung Geschäftsprozessmanagement in das Gesamtkonzept Information Management (IM)
Typische Prozessstrukturen in Organisationen, Analyse und Dokumentation von Prozessen, Optimierung
Überblick und Abgrenzung von Managementtechnologien (GPM, IM, DMS/ECM, WfMS)
Architektur von DMS/ECM und WfMS, Aufgaben und Funktionen, Dokumentformate (z.B. XML)
Geschäftsprozesse und deren Modellierung, Bedeutung von Beschreibungsmethoden
Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK), Unified Modeling Notation (UML), Business Process Model and Notation (BPMN)
Herausforderungen unternehmensweiter Prozessmodellierung und Automatisierung
Praxisbeispiele und Übungen zur Umsetzung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Keine Programmierkenntnisse notwendig.

LITERATUR

Allweyer, T. (2012): Geschäftsprozessmanagement – Strategie, Entwurf, Implementierung, Controlling, W3L Verlag.
Allweyer, T. (2014): BPMS: Einführung in Business Process Management Systeme, BOD Verlag
Gadatsch, A. (2020): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis, 9. Auflage, Springer Vieweg Verlag.
Götzer, K., Schmale, R., Maier, B. und Komke, T. (2014): Dokumenten-Management: Informationen im Unternehmen effizient nutzen, 5. Auflage, dpunkt.verlag.
Riggert, W. (2019): Enterprise Content Management, 2. Auflage, Springer Vieweg Verlag
Rücker, B., Freund, J. (2019): Praxishandbuch BPMN, 6. Auflage, Carl Hanser Verlag
Seidlmeier, H. (2015): Prozessmodellierung mit ARIS: Eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis in ARIS 9, 4. Auflage, Springer Vieweg Verlag.

Business Process Analytics, Simulation, and Mining (W3M20004)

Business Process Analytics, Simulation, and Mining

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20004	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden der Prozessanalyse, -simulation und -optimierung, dabei verstehen Sie deren Einsatzbereiche und wählen die richtigen Methoden und Ansätze zur Analyse und Bewertung von konkreten betrieblichen Prozessen aus und zeigen über deren Einsatz die Optimierungspotentiale in diesen Prozessen auf. Dabei sind sie sich den möglichen Problemen bei der Optimierung selber und beim Einsatz der Methoden bewusst. Dazu sind sie in der Lage, Daten in größeren integrierten IT-Systemen zu identifizieren, diese aufzubereiten und mit ihnen Prozessabläufe zu rekonstruieren. Die gewonnenen Daten nutzen die Studierenden, um wichtige oder typische Prozessabläufe zu generieren, analysieren und optimieren.

METHODENKOMPETENZ

Um Prozesse analysieren und optimieren zu können, wählen die Studierenden systematisch Analyse-, Modellierungs- und Simulationswerkzeuge aus, begründen Ihre Anwendbarkeit und zeigen über deren Anwendung konkrete Ergebnisse anhand realer Prozesse oder realistischer Prozessbeispiel. Anhan der statistischen Evaluationmethoden ordnen sie Simulations- und Analyseergebnisse in den betriebswirtschaftlichen Kontext ein und ergreifen konkrete Optimierungsmaßnahmen zur Prozessoptimierung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Auswirkungen auf das sozio-technische System Unternehmen, die die Definition von Geschäftsprozessen verursacht, wird von den Studierenden berücksichtigt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über Kommunikationsfähigkeiten und beherrschen Kommunikationstechniken (mündlich, schriftlich, graphisch und unter Einsatz von modernen Technologien), um Informationen über Prozesse zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Process Analytics, Simulation, and Mining	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Methoden der Prozessoptimierung: Analyse von Prozessen
Werkzeuge zur Prozessoptimierung
Herausforderungen bei der Prozessoptimierung, Grenzen und Change Management Process Mining:
Prozessablaufdaten
Analyse und Systematisierung von Abläufen Rekonstruktion/Generierung von Prozessmodellen
Nutzung von Prozessmodellen aus dem Process Mining, Rolle in der Optimierung Simulation von Geschäftsprozessen
Vorgehen bei der methodischen Durchführung von Simulationen
Monte Carlo Simulationen
Dynamische kontinuierliche Simulation (z.B. Systems Dynamics)
Discrete Event Simulation (u. a. graphenbasierte Prozesssimulation)
Diskussion der Einsatzbereiche und Grenzen von Simulationen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Gute Kenntnisse im Bereich Geschäftsprozessmodellierung, z.B. durch die Veranstaltung Geschäftsprozesse I oder aus dem Bachelorstudium

LITERATUR

Banks Jerry (Hrsg.): Handbook of Simulation. Principles, Methodology, Advances, Applications, and Practice. Wiley-Interscience.
Bartlett, Randy: A Practitioner's Guide To Business Analytics: Using Data Analysis Tools to Improve Your Organization's Decision Making and Strategy. McGraw-Hill.
Darnton, Geoffrey: Business Process Analysis: including architecture, engineering, improvement, management, and maturity. Requirements Analytics.
Fishman George: Discrete-Event Simulation: Modeling, Programming and Analysis. Springer.
Lin, Nathaniel: Applied Business Analytics. Integrating Business Process, Big Data, and Advanced Analytics. Pearson Education.
Saxena, Rahul und Srinivasan, Anand: Business Analytics: A Practitioner's Guide. International Series in Operations Research & Management Science. Springer.
Serman, John. D.: Business Dynamics. Systems Thinking and Modelling for a Complex World. McGraw-Hill Education.
Weilkiens, Tim und Weiss, Christian et al.: Basiswissen Geschäftsprozessmanagement: Aus- und Weiterbildung zum OMG-Certified Expert in Business Process Management 2 (OCEB2) - Fundamental Level. dpunkt.verlag GmbH.

Strategic Management of Digital Business Processes (W3M20005)

Strategic Management of Digital Business Processes

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20005	-	1	Prof. Dr. Frank Wolff	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Möglichkeiten Prozesse mit Digitalisierungstechnologien neu zu schaffen bzw. radikal umzugestalten. Dabei wissen sie, dass das notwendige Fundament für eine effektive Ausrichtung der Unternehmensprozesse eine enge Verknüpfung mit der Unternehmensstrategie ist. Die Betrachtung der Geschäftsprozesse bezieht sich dabei nicht nur auf das eigene Unternehmen, sondern bezieht die Lieferanten und Kunden mit ein.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf Basis der Unternehmensstrategie neue Chancen für digitalisierte Prozesse zu entdecken und ihre Umsetzung im Rahmen des Prozessmanagements voranzutreiben. Die Studierenden können eine unternehmensweite Prozessmodellierung im Unternehmen gestalten und in kontinuierliche Verbesserungsprozesse einbetten. Die Studenten kennen und nutzen Methoden zur flexiblen Gestaltung des effektiven Zusammenspiels zwischen Geschäftsprozessen und ausführenden IT-Systemen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen und berücksichtigen die Auswirkungen auf das sozio-technische System Unternehmen, die durch die Definition und durch Veränderungen von Geschäftsprozessen verursacht werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Digitalisierung wird als wichtiger Faktor und Treiber des Geschäftsprozessmanagements aktiv genutzt. Die Studierenden erkennen die komplexen Abhängigkeiten zwischen Geschäftsprozessen und IT-Systemen und berücksichtigen diese bei Ihrer Arbeit.

Die Studierenden verfügen über Kommunikationsfähigkeiten und beherrschen Kommunikationstechniken (mündlich, schriftlich, graphisch inklusive der Nutzung moderner Technologien), um Strategien im Prozessmanagement zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategic Management of Digital Business Processes	50	85

Strategisches Align von Geschäftsprozessen – Digitalisierung von Prozessen - Collaborative Business Process Management

Corporate Process Governance und Leadership Prozesscontrolling - Performance Management
Prozessmanagement-Methoden und Werkzeuge – Auswahl, unternehmensweite Einführung und ihre produktive Nutzung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Keine Programmierkenntnisse notwendig.

Gute Kenntnisse im Bereich Geschäftsprozessmodellierung, z.B. durch die Veranstaltung "Business Process Management & Modelling" oder äquivalente Angebote.

LITERATUR

Barton, T., Müller, C., Seel, C. (Hrsg., 2018) „Digitalisierung im Unternehmen“, Springer.

Brocke, J. v., Rosemann, M. (Hrsg., 2015) „Handbook on Business Process Management 1: Introduction, Methods, and Information Systems (International Handbooks on Information Systems)“, 2. Aufl., Springer

Brocke, J. v., Rosemann, M. (Hrsg., 2015) „Handbook on Business Process Management 2: Strategic Alignment, Governance, People and Culture (International Handbooks on Information Systems)“, 2. Aufl., Springer

Franz, P., Kirchmer, M. (2012) „Value-Driven Business Process Management: The Value-Switch for Lasting Competitive Advantage“, McGraw-Hill

Freund, J., Rücker, B. (2019) „Praxishandbuch BPMN 2.0“, Carl Hanser Verlag. 6. Aufl.

Hanschke, I., Lorenz, R. (2012) „Strategisches Prozessmanagement - einfach und effektiv: Ein praktischer Leitfaden“. Hanser

Hess, T. (2019) „Digitale Transformation strategisch steuern“, Springer

Integrierte Informationsverarbeitung (W3M20006)

Integrated Information Processing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20006	-	1	Prof. Dr. Dirk Uwe Palleduhn	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen u.a. den historischen und wissenschaftlichen Kontext, in welchem das theoretische Konzept der Integrierten Informationsverarbeitung entstanden ist, um betriebliche IT-Lösungen und deren sinnvolle Verknüpfung analysieren, bewerten, konzipieren und (weiter-) entwickeln zu können. Sie verstehen die Komplexität von heterogenen IT-Landschaften und können die resultierenden Probleme benennen und evaluieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Fähigkeit, Konzepte und Systeme der Integrierten Informationsverarbeitung mit adäquaten Methoden sowohl auf einer theoretisch-abstrakten als auch einer sachlich-konkreten Ebene strukturiert zu durchdringen und evolutionär zu verbessern. Hierbei sind sie sich der bestehenden Interdependenzen bewusst und kennen geeignete Ansätze der Wissenschaft, diese systematisch abzubilden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die soziologischen Herausforderungen, die mit der praktischen Realisierung einer Integrierten Informationsverarbeitung verbunden sind, z.B. im Hinblick auf die Unternehmensstrategie, den Datenschutz oder die Komplexität von entsprechenden IT-Projekten mit Gruppen, die teils konträre Interessen verfolgen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Systeme der Integrierten Informationsverarbeitung in strukturierter Form analysieren und konzipieren. Zudem verfügen Sie über die notwendigen Fähigkeiten, entsprechende IT-Projekte unter Verwendung zeitgemäßer Methoden und Technologien effektiv zu realisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integrierte Informationsverarbeitung	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- (1) Allgemeine Grundlagen (u.a. Systemtheorie, domänen-übergreifende Termini)
- (2) Geschichte der betrieblichen Informationsverarbeitung
- (3) Wissenschaftsdisziplin "Wirtschaftsinformatik" im deutschsprachigen Raum:
 - a) Historische Entwicklung
 - b) Forschung und Lehre
- (4) Theoretische Grundlagen der Integrierten Informationsverarbeitung (u.a. Ziele und Probleme, Integrationsmodelle und Informationsarchitekturen)
- (5) Funktionen und Prozesse in den Bereichen des Industriebetriebs
 - a) Sektoren in Industrieunternehmen (u.a. "Beschaffung", "Produktion", "Versand")
 - b) Funktionsbereich- und prozessübergreifende Integrationskomplexe und IT-Anwendungen
- (6) Rahmenbedingungen der Integrierten Informationsverarbeitung (u.a. IT-Governance, Herausforderungen beim Projektmanagement und Lösungsansätze)
- (7) Realisierung der Integrierten Informationsverarbeitung
 - a) Allgemeine Aspekte und Grundlagen (u.a. Implementierung und Migrationsstrategien)
 - b) Grundlagen von ERP (Enterprise Resource Planning)-Systemen
 - c) Marktübersicht und Lösungsanbieter
- (8) Praktische Übungen an einem freien und/oder proprietären ERP-System (z.B. SAP S/4HANA):
 - a) Systemarchitektur
 - b) Programmiermodelle
 - c) Abwicklung von Geschäftsprozessen

BESONDERHEITEN

Die akademische Lehrveranstaltung "Integrierte Informationsverarbeitung (IIV)" kann als theoretische Grundlage für den Besuch des Praxis-Kurses "SAP TS410 – Integrierte Geschäftsprozesse in SAP S/4HANA" dienen, welcher mit einer Zertifizierungsprüfung bei der SAP SE abgeschlossen wird.

VORAUSSETZUNGEN

Es müssen grundlegende BWL- und IT-Kenntnisse vorhanden sein, u.a. zu den betriebswirtschaftlichen Themen

- Externes Rechnungswesen (Finanzbuchhaltung),
 - Internes Rechnungswesen (Kosten- und Leistungsrechnung),
 - Materialmanagement und Logistik,
 - Produktion und
 - Geschäftsprozessmanagement
- sowie zu den informationstechnischen Bereichen
- Datei- und Datenbankorganisation und
 - Systemarchitekturen.

LITERATUR

- Alpar, Paul; Alt, Rainer; Bensberg, Frank; Weimann, Peter: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik. Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Dittrich, Jörg; Mertens, Peter; Hau, Michael; Hufgard, Andreas: Dispositionsparameter in der Produktionsplanung mit SAP. Einstellhinweise, Wirkungen, Nebenwirkungen. Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Gronau, Norbert: ERP-Systeme. Architektur, Management und Funktionen des Enterprise Resource Planning. DeGruyter Oldenbourg, München u.a.
- Kurbel, Karl: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie. Von MRP bis Industrie 4.0. Oldenbourg, München u.a.
- Leser, Ulf; Naumann, Felix: Informationsintegration. Architekturen und Methoden zur Integration verteilter und heterogener Datenquellen. dpunkt, Heidelberg.
- Heinrich, Lutz J.: Geschichte der Wirtschaftsinformatik. Entstehung und Entwicklung einer Wissenschaftsdisziplin. Unter Mitarbeit von Rudolf G. Ardelt. Mit Selbstzeugnissen von Dieter Ehrenberg, Joachim Griese, Hans Robert Hansen, Ulrich Hasenkamp, Lutz J. Heinrich, Wolfgang König, Hermann Krallmann, Karl Kurbel, Peter Mertens, Heinrich Reiner mann, Friedrich Roithmayr, Dietrich Seibt, Peter Stahlknecht, Franz Steffens, Wolffried Stucky und Norbert Szyperski. Gabler, Wiesbaden.
- Mertens, Peter: Integrierte Informationsverarbeitung 1. Operative Systeme in der Industrie. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Mertens, Peter; Meier, Marco C.: Integrierte Informationsverarbeitung 2. Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Palleduhn, Dirk Uwe; Neuendorf, Herbert: Geschäftsprozessmanagement und Integrierte Informationsverarbeitung. Oldenbourg, München u.a.
- Scheer, August-Wilhelm: Wirtschaftsinformatik. Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse. Springer, Berlin u.a.
- Stiehl, Volker: Prozessgesteuerte Anwendungen entwickeln und ausführen mit BPMN. Wie flexible Anwendungsarchitekturen wirklich erreicht werden können. dpunkt.verlag, Heidelberg.

Advanced Aspects in E-Business & Digitalization (W3M20007)

Advanced Aspects in EBusiness & Digitalization

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20007	-	1	Prof . Dr. Marcus Vogt	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundprinzipien des E-Business und der Digitalisierung, können diese anwenden und kombinieren. Sie sind in der Lage, bewährte Konzepte des E-Business mit neuen Konzepten der Digitalisierung zu vergleichen und diese unter wirtschaftlichen, strategischen und rechtlichen Gesichtspunkten zu bewerten. Die Studierenden erkennen neue digitale Geschäftsmodelle, um darauf aufbauend Digitalisierungsinitiativen zu planen und diese in das Unternehmen wertschöpfend zu implementieren. Dabei sind sich der Risiken und Chancen in diesem Bereich bewusst und können den Risiken aktiv entgegenwirken bzw. die Chancen strategisch verwerten. Die neuen Trends im Bereich E-Business und Digitalisierung werden durch die Studierenden identifiziert und deren Auswirkungen für das Unternehmen bzw. die Branche abgeschätzt. Für die digitalen Ökosysteme und Plattformen können sie Konzepte aus strategischen Gesichtspunkten beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen das Spektrum der unterschiedlichen Methoden des E-Business & der Digitalization, sie können diese verstehen, anwenden und ggf. im beruflichen Kontext anpassen. Sie erwerben dabei tiefgehendes Erfahrungswissen

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können das erworbene Wissen und die erlernten Vorgehensweisen im Kontext des E-Business & der Digitalization weiterentwickeln und dank Selbstmanagement auch in Belastungssituationen einsetzen. Sie sind sich der eigenen Verantwortung sowie möglicher Zielkonflikte bewusst, sie können die sozialen oder gesellschaftlichen Implikationen des eigenen Handelns reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen Kommunikationstechniken, um Informationen zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln. Sie können ihr Wissen auch in ungewohnten Situationen anwenden, dieses entsprechend der erlernten Methoden auf neue Arbeitsfelder adaptieren und multidisziplinäre Zusammenhänge erfassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Aspects in E-Business & Digitalization	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Einführende Vorstellung und Analyse von klassischen und neuen Architekturen und Infrastrukturen für E-Business und Digitalisierungsinitiativen (CRM, ERP, SCM, EDI, KI, Big Data, Cloud, Blockchain, etc.).
- Prinzipien der Enterprise Application Integration (EAI) für die Geschäftsprozess- und Geschäftsmodellunterstützung
- Klassische und neue Konzepte des E-Business und der Digitalisierung (Mass Customization, Pure Play vs. Click & Mortar, Business & IT Service Management, Business Model Generation & Innovation, etc.)
- Aspekte des E-Business und der Digitalisierung für das Business Model Management und Business Model Generation.
- Konzepte des E-Commerce (B2B, B2C, B2A, C2C) und Mobile Commerce
- E-Procurement in digitalisierten Wertschöpfungsnetzen
- E-Government
- E-Marketing (inkl. Social Media)
- Virtual Collaboration & Virtual Teams
- E-Commerce Security und Payment Methods
- Gesetzliche und ethische Grundlagen der elektronischen Datenverarbeitung

BESONDERHEITEN

Die Studierenden erwerben ein tiefes Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge im Kontext des E-Business & der Digitalization, sie können dabei die zugrundeliegenden Strukturen und Charakteristika kritisch beurteilen und berufsbezogene Lösungen in einen theoretischen Rahmen einordnen bzw. weiterentwickeln.

VORAUSSETZUNGEN

Es sollte ein Grundverständnis für IT-basierte Dienste und betriebswirtschaftliche Entscheidungen vorhanden sein. Studierenden ohne IT Kenntnisse wird ggf. zum vorherigen Besuch des Moduls „Technologien der Digitalen Transformation“ geraten. Dies stellt jedoch keine Pflicht dar.

LITERATUR

- Chaffey, Dave: Digital Business and E-Commerce Management. Financial Times Prent.
- Frost, Markus: E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler
- Graf, Alexander und Schneider, Holger: Das E-Commerce Buch. Marktanalysen – Geschäftsmodelle – Strategien. Deutscher Fachverlag
- Hoffmeister, Christian: Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern. Carl Hanser Verlag
- Kollmann, Tobias: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. Springer Gabler
- Laudon, Kenneth C. und Guercio Traver, Carol: E-Commerce 2018: Business, Technology, Society. Pearson
- Wirtz, Bernd W.: Electronic Business. 6. Auflage. Springer Gabler

Paradigmen moderner Unternehmensanwendungen (W3M20008)

Paradigms of Modern Enterprise Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20008	-	1	Prof. Dr. Raymond Bimazubute	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Programmwurf	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Kategorien der Unternehmensanwendungen und wie diese durch typische Fragestellungen motiviert werden. Hierbei werden die relevanten Paradigmen, typischen Architekturen, Entwurfsmuster und Anwendungsfälle voneinander abgegrenzt/erarbeitet und sie können eigenständig von den Studierenden umgesetzt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben eine vertiefte Reflexions- und Handlungsfähigkeit erworben, mit der die verschiedenen Vorgehensmodelle und Methoden bei der Analyse und Entwicklung der Unternehmensanwendungen verglichen und eingesetzt werden können. Die Studierenden können eine Methodik für den betreffenden Problem- oder Themenbereich auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die sozialen Implikationen von Unternehmensanwendungen und berücksichtigen diese bei der Entwicklung bzw. Umsetzung im betrieblichen Kontext.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, die erlernten Ansätze, Methodologien und Technologien in neue Kontexte zu übertragen oder in Verbindung mit anderen Themen erfolgreich umzusetzen. Sie können dabei sowohl die betriebswirtschaftlichen als auch die informationstechnischen Dimensionen solcher Projekte erfassen, reflektieren und managen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Paradigmen moderner Unternehmensanwendungen	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlegende integrative Architekturen, Technologien, Protokolle und Pattern im Bereich nebenläufiger, verteilter, lose gekoppelter, reaktiver Anwendungssysteme. Die Inhalte werden durchgängig durch konkrete Java-Codierungsbeispiele verdeutlicht und demonstriert.

Themenfelder:

-Grundlagen und Paradigmen von IT-Plattformen / Frameworks / Architekturen zur Entwicklung von Unternehmenssoftware

-Allgemeine Überlegungen und Prinzipien beim Systementwurf (Entkopplung, Fehlertoleranz, Skalierbarkeit)

-Typische Systemarchitekturen für jeweilige Softwarekategorie (z.B. Kommunikation bei verteilten Systemen, REST/Webservices, Microservices, Message Oriented Middleware)

-Wichtige Muster beim Entwurf Cloud-basierter Anwendungen

-Message-orientierte Architekturen, Frameworks, Technologien, Protokolle und Integrations-Patterns:

Entkoppelnde Design Prinzipien und Patterns – Observer, Reactive Streams, Dispatcher-Worker, Consumer-Producer, Bedeutung von Queues

Zustandsbehandlung und Entkopplung (technologisch, logisch, räumlich, zeitlich),

Asynchrone, nicht-blockierende Kommunikation und Message-orientierte Protokolle

Grundlagen, Funktionsweisen und Quality of Service von Messaging-Systemen

Abgrenzung Message Broker (Topic based Routing) und Enterprise Service Bus (Content Based Routing & Filtering)

Message-basierte Architektur des Internet of Things

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in Softwareentwicklung. Es werden grundlegende Kenntnisse der Programmierung in Java vorausgesetzt. Jedoch werden innerhalb der Vorlesungen die darüber hinaus gehenden Kenntnisse (u.a. Grundlagen Multithreading) vermittelt.

LITERATUR

-Fehling, C., Leymann, F. et al.: Cloud Computing Patterns: Fundamentals to Design, Build, and Manage Cloud Applications, Springer

-Goll, J.: Architektur- und Entwurfsmuster der Softwaretechnik, Springer

-Spichale, K.: API-Design, dpunkt

-Starke, G.: Effektive Softwarearchitekturen. Ein praktischer Leitfaden. Carl Hanser Verlag.

-Toth, S.: Vorgehensmuster für Softwarearchitektur: Kombinierbare Praktiken in Zeiten von Agile und Lean. Carl Hanser Verlag.

Development of Mobile Business Applications (W3M20009)

Development of Mobile Business Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20009	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können selbständig mobile Applikationen entwerfen, implementieren, testen und mit einem Backend-Dienst (z.B. Cloud, Enterprise-Anwendungen, etc.) integrieren. Sie sind in der Lage, die spezifischen Anforderungen mobiler Applikationen (wie z.B. Nutzerkontext, begrenzte Ressourcen, wechselnde Netzwerkanbindung, etc.) in das Design einfließen zu lassen. Dabei beherrschen sie den Umgang mit wichtigen aktuellen Frameworks in diesem Gebiet, kennen deren grundlegenden Aufbau und können diese zur Implementierung von Anwendungen nutzen. Die Studierenden verstehen das spezielle Bedürfnis nach einer Absicherung mobiler Applikationen und kennen grundlegende Technologien, um die Sicherheit dieser zu gewährleisten. Neben der Konzeption und Implementierung von individuellen Anwendungen sind die Studierenden in der Lage, den vollen Lebenszyklus einer Anwendung in einem Unternehmenskontext umzusetzen. Dazu zählt auch das Verteilen von Anwendungen an Endkunden oder Mitarbeiter sowie das Management mobiler Geräte.

METHODENKOMPETENZ

Mithilfe der erworbenen Fachkompetenz sind die Studierenden in der Lage typische Fragestellungen methodisch und strukturiert anzugehen und Lösungsalternativen zu bestimmen, zu bewerten und prototypisch umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können für komplexe IT-Projekte im Unternehmensumfeld die Eigenschaften, Einsatzgebiete und Limitationen mobiler Applikationen in den Kontext der Gesamtapplikation einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Development of Mobile Business Applications	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlegende Technologiealternativen zur Entwicklung mobiler Applikationen (z.B.nativ, crossplattform, webbasiert)
Grundverständnis für die Architektur gängiger mobiler Plattformen (z. B. Apple iOS, Google Android, Windows Phone, etc.) sowie deren Konzepte (User Interface, Speicherverwaltung, Ressourcenlimitiertes Computing, wechselnde Netzwerkverfügbarkeit)
Einblick in wichtige Frameworks (wie z.B. Apple Cocoa Touch, com.google.android, Apache Cordova), Entwicklungsumgebungen und Simulatoren
Einbindung mobiler Applikation in den Unternehmensanwendungen sowie Ausrollen von Applikationen Sicherheitsaspekte
Nutzerkontext

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aichele, Christian und Schönberger, Markus: App-Entwicklung – effizient und erfolgreich. Eine kompakte Darstellung von Konzepten, Methoden und Werkzeugen. Springer Vieweg
Danger Gardner, Lyza und Grigsby, Jason: Mobiles Web von Kopf bis Fuß. O'Reilly Verlag GmbH & Co. KG
Eschenbach, Andreas: Plattformunabhängige Softwareentwicklung für mobile Endgeräte: HybridApps mit Cross-Platform Toolkits. VDM Verlag
Franke Florian und Ippen, Johannes: Apps mit HTML5, CSS3 und JavaScript: Für iPhone, iPad und Android. Rheinwerk Computing
Franz, Klaus: Handbuch zum Testen von Web- und Mobile-Apps. Testverfahren, Werkzeuge, Praxistipps. Springer Vieweg
Knott, Daniel: Mobile App Testing: Praxisleitfaden für Softwaretester und Entwickler mobiler Anwendungen. dpunkt
Künne, Thomas: Android 5: Apps entwickeln mit Android Studio. Rheinwerk Computing
Stillmann, Thomas: Apps für iOS 9 professionell entwickeln: Sauberen Code schreiben mit Objective-C und Swift. Stabile Apps programmieren. Techniken & Methoden von Grund auf verstehen. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG
Verclas, Stephan und Linnhoff-Popien, Claudia (Hrsg.): Smart Mobile Apps: Mit Business-Apps ins Zeitalter mobiler Geschäftsprozesse. Springer
Wächter, Mark: Mobile Strategy: Marken- und Unternehmensführung im Angesicht des Mobile Tsunami. Springer Gabler

Advanced Data Management (W3M20011)

Advanced Data Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20011	-	1	Prof. Dr. Christoph Sturm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden durchdringen die Funktionen und Komponenten eines Datenbankmanagementsystems sowie ihr Zusammenspiel und können die grundlegenden Techniken des Query Processings, des Database Tunings anwenden. Sie verfügen über die Fähigkeit aktuelle Ansätze der Datenbankentwicklung (In-Memory Datenbanken, Column Stores, Triple Stores, etc.) zu evaluieren und diese innerhalb bestehender Systeme zu verorten. Dabei können sie alternative Datenbankmodelle (XML, JSON, RDF) und die zugehörigen Anfragesprachen anwenden. Die entsprechenden Daten verwalten sie in NoSQL Datenbanken und integrieren diese in entsprechende Anwendungen. Sie können verteilte Datenbanksysteme analysieren und bewerten. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, neue Anwendungsfelder der Datenbanken (Temporal, Cloud, Big Data) und deren Verarbeitungskonzepte selbständig zu erschließen.

METHODENKOMPETENZ

Das technisch profilierte Fachwissen befähigt die Studierenden, die bestehenden Datenbankmanagementsysteme der Unternehmen zu nutzen, zu warten und nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen zu optimieren bzw. zu erweitern.

Es ist ihnen selbstständig möglich, den betrieblichen Anforderungen durch die Anbindung neuer Systeme und Programmiermodelle effektiv Rechnung zu tragen. Hierbei erschließen sie kompetent neue Anwendungsbereiche und leisten den notwendigen Transfer. Zukünftige Neu- und Weiterentwicklungen können mit dem erworbenen Wissen verortet, kritisch reflektiert und auf ihre Realisierbarkeit im Unternehmen überprüft werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden werden für die gesellschaftlichen und ethischen Rahmenbedingungen bei der Verarbeitung und Strukturierung betrieblicher Daten sensibilisiert. Sie können den Wert der Daten einzuschätzen und Anforderungen bezüglich der Datensicherheit ableiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden durchdringen die Verarbeitung von Daten und Informationen als wichtige Grundlage aller Informationssysteme. Dies befähigt sie zum Entwurf eines nachhaltigen, zukunftsorientierten Einsatzes der Techniken und Konzepte der Datenverarbeitung für die Unternehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Data Management	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Vertiefende DB Technologien

- Query Processing (Parse, Compile and Execute Queries)
- Query Optimizing Database Tuning

In Memory Datenbanken (IMDB)

- Column Stores
- Datenkompression
- Anfrageverarbeitung

Verteilte Datenbanksysteme

- Verteilungsentwurf
- Datenintegration
- Datenreplikation
- Clustering
- DB as a Service / Cloud DBs

NewSQL

Temporalisierung in Datenbanken

Anbindung relationaler Datenbanken in objektorientierten Programmiersprachen

Alternative Datenbankmodelle und NoSQL-Datenbanken

- Flexible Schemas in RDBMS (XML- und JSON-Datenmodelle)
- Key-Value Stores
- Document Stores
- Graph Databases
- Time Series Databases
- RDF Stores

Datenhaltung und Datenverarbeitung im Big Data-Umfeld

- Horizontale Skalierbarkeit
- Distributed Data Storage
- Distributed Logs
- Code Pushdown (Distributed Batch- and Stream-Processing)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Kenntnisse über relationale Datenbanken, Basiskenntnisse in Programmieren.

LITERATUR

- Bauer, C., King, G und Gregory, G. (2015): Java Persistence with Hibernate. 2. Auflage. Manning.
- Curé, O. und Blin, G. (2014): RDF Database Systems. Morgan Kaufmann.
- Date, C. J., Darwen, H. und Lorentzos, N. (2014): Time and Relational Theory. 2. Auflage. Morgan Kaufmann.
- Elmasri, R. und Navathe, S. (2015): Fundamentals of Database Systems. 7. Auflage. Pearson New International.
- Etzion, O., Jajodia, S. und Sripada, S. (1998): Temporal Databases: Research and Practice. Springer.
- Fiore, S. und Aloisio G. (2011): Grid and Cloud Database Management. Springer.
- Härder, T. und Rahm, E. (2001): Datenbanksysteme Konzepte und Techniken der Implementierung. 2. Auflage. Springer.
- Kemper, A. und Eickler, A. (2013): Datenbanksysteme. 9. Auflage. Oldenbourg Verlag.
- Moos, A. (2008): XQuery und SQL/XML in DB2- Datenbanken. Vieweg+Teubner.
- Petrov, A. (2019): Database Internals. O'Reilly.
- Plattner, H. und Zeier, A. (2012): In-Memory Data Management. 2. Auflage. Springer.
- Saake, G., Sattler, K. und Heuer, A. (2019): Datenbanken: Implementierungstechniken. 4. Auflage. mitp.
- Sadalage, P.J. und Fowler, M. (2013): NoSQL Destilled. Addison Wesley.
- Snodgrass, R. T. (1999): Developing Time-Oriented Database Applications in SQL. Morgan Kaufmann.
- White, T. (2012): Hadoop: The Definitive Guide. 3. Auflage. O'Reilly.

Advanced Topics of Software Engineering (W3M20012)

Advanced Topics of Software Engineering

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20012	-	1	Prof. Dr. Thomas Kessel	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die relevanten Werkzeuge und Technologien im Bereich der Softwareentwicklung für betriebliche Informationssysteme. Sie können diese veranschaulichen und vergleichen und anschließend sowohl im theoretischen als auch im betrieblichen Kontext umsetzen bzw. implementieren. Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden typische Praxisprobleme einordnen, mittels der bekannten Theorien analysieren und basierend auf dem erworbenen Wissen die einschlägigen Technologien und Standards zur Lösung anwenden.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Topics of Software Engineering	50	85

- Teamorientierte und skalierte agile Vorgehensmodelle zur Softwareentwicklung
- Fortgeschrittene Konzepte der Objektorientierung (Entwurfsmuster)
- Implementierung: Ansätze zur Sicherstellung einer hohen Softwarequalität (Coding Style, Dokumentation, etc.)
- Moderne Vorgehensweisen bei der Implementierung: Test Driven Development (TDD), Acceptance Test Driven Development (ATDD)
- Qualitätsmanagement (statische und dynamische Verfahren der Codeanalyse, Fehlerverfolgung, Dokumentation)
- Software Tests (Testarten, Testprozesse, Testfallerstellung, Black-Box/White-Box-Tests, Testüberdeckung)
- Wartung (Pflege und Refactoring)
- Automatisierung, Integration und Auslieferung (Continuous Integration, Continuous Delivery, DevOps)
- Werkzeuge für die Softwareentwicklung, z.B. Test-, Versions- und Konfigurationsmanagement

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Gute Kenntnisse in Softwareentwicklung, -architekturen und Software Engineering.

LITERATUR

Balzert, Helmut und Balzert, Heide et al.: Lehrbuch der Softwaretechnik. Basiskonzepte und Requirements Engineering. Spektrum Akademischer Verlag.
Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik. Entwurf, Implementierung, Installation und Betrieb. Spektrum Akademischer Verlag.
Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik. Softwaremanagement. Spektrum Akademischer Verlag.
Bommer, Christoph und Spindler, Markus: Softwarewartung. Grundlagen, Management und Wartungstechniken. dpunkt.verlag.
Bucsics, Thomas und Baumgartner, Manfred: Basiswissen Testautomatisierung: Konzepte, Methoden und Techniken. dpunkt.verlag
Fowler, Martin: Continuous Integration: Improving Software Quality and Reducing Risk. Addison Wesley.
Ian Sommerville: „Software Engineering“, PearsonEberhard Wolf, „Continuous Delivery: Der pragmatische Einstieg“, dpunkt.verlag.
Ludewig, Jochen und Lichter, Horst: Software Engineering. Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken. dpunkt.verlag.
Mouat, Adrian: Docker: Software entwickeln und deployen mit Containern. dpunkt.verlag.
Rupp, Chris und die SOPHISTen: Requirements-Engineering und Management: Aus der Praxis von klassisch bis agil. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.
Spillner, Andreas und Linz, Tilo: Basiswissen Softwaretest: Aus- und Weiterbildung zum Certified Tester - Foundation Level nach ISTQB-Standard. dpunkt.verlag.
Spillner, Andreas und Roßner, Thomas et al.: Praxiswissen Softwaretest - Testmanagement: Aus- und Weiterbildung zum Certified Tester - Advanced Level nach ISTQB-Standard. dpunkt.verlag.
Stahl, Thomas und Völter, Markus et al.: Modellgetriebene Softwareentwicklung. Techniken, Engineering, Management. dpunkt.verlag.
Wiest, Simon: Continuous Integration mit Hudson/Jenkins: Grundlagen und Praxiswissen für Einsteiger und Umsteiger. dpunkt.verlag.
Wolff, Eberhard: Microservices: Grundlagen flexibler Softwarearchitekturen. dpunkt.verlag.

IT-Security Cryptography and Secure Communications (W3M20014)

IT-Security Cryptography and Secure Communications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20014	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen, dass Vertraulichkeit als grundlegendes Prinzip für die Integrität und Sicherheit für die Speicherung und Übertragung von Informationen, immer wichtiger wird. Nach Abschluss des Moduls kennen sie die Grundprinzipien der Kryptographie durch die Vertraulichkeit, Integrität und Nicht-Zurückweisbarkeit zur Verfügung gestellt werden kann. Das dafür erforderliche grundlegende mathematische Verständnis für die Prinzipien der Kryptographie, den Verschlüsselungs- und Entschlüsselungsverfahren für die Ablage und Übertragung von Informationen sowie dem Verständnis für das Management von Schlüsseln wenden sie fallbezogen an. Darüber hinaus kennen die Studierenden wichtige Protokolle der sicheren Datenübertragung und können diese in den Gesamtkontext der Datenübertragung einordnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der Kryptographie und der sicheren Datenübertragung verknüpfen die Studierenden lösungsorientiert und bringen sie beispielhaft zur Anwendung.
Die Studierenden erkennen, wo und in welchem Umfang die Methoden und Techniken zur Kryptographie und sicheren Datenübertragung im Unternehmenskontext zum Einsatz gebracht werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Verantwortung im Umgang mit sensiblen Daten und deren Schutzziele bewusst.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Security Cryptography and Secure Communications	50	85

Diskrete Mathematik Grundprinzipien der Kryptographie
 Symmetrische und Asymmetrische Verschlüsselung Schlüsselverteilungsproblem und PublicKey
 Kryptographie Digitale Signaturen & Zertifikate
 Standardisierung in der Kryptographie Netzwerk and Transportsicherungsprotokolle
 Sicherheitsprotokolle in der Anwendungsebene
 Implementierung: HW & SW Lösungen und der Grenzen Kommunikationskanäle, verdeckte
 Kanäle (Covert Channels)
 Datenintegrität Authentifizierung
 Infrastrukturen für PublicKeyVerfahren

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss des Moduls "Praktische Kommunikationstechnik" oder vergleichbarer Nachweis aus grundständigem Studium.

LITERATUR

Schmeh, Klaus: Cryptography and Public Key Infrastructure on the Internet. John Wiley & Sons. current edition Ferguson, New York.

Schneier, Niels und Schneier, Bruce: Practical Cryptography., John Wiley & Sons. current edition, New York.

Stallings, William: Cryptography and Network Security: Principles and Practice. Prentice Hall. current edition, Toronto.

Information Security Management (W3M20015)

Information Security Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20015	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Informationssicherheit und deren Konzepte. Dabei können Sie aktuelle Themen der Informationssicherheit in einen wirtschaftlichen Kontext einordnen, Sicherheitsrichtlinien analysieren und Maßnahmen der physischen Sicherung festlegen, um daraus die für eine Aufgabenstellung am besten geeigneten Maßnahmen festlegen. Für diese Maßnahmen können die Studierenden Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen durchführen und beziehen dabei Methoden der Risikoermittlung und -bewertung ein. Darüber hinaus verstehen sie die Bedeutung der Informationssicherheit im Rahmen der Unternehmensstrategie.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Lösungen zu Sicherheitsfragen zu entwerfen und dazu angemessene Sicherheitsstrategien und -richtlinien zu entwerfen und zu implementieren. Darüber hinaus können sie ein Informationssicherheitssystem systematisch bewerten und hinsichtlich seiner Richtlinienkonformität beurteilen. Die wesentlichen Aspekte von Sicherheitsassessments können sie exemplarisch durchführen und wählen Maßnahmen zur Behebung von Sicherheitsmängeln aus, um diese anschließend zu bewerten. Die Studierenden entwerfen in Abstimmung mit der Unternehmensstrategie eine Informationssicherheitsstrategie und leiten aus dieser geeignete Richtlinien ab, um Methoden zu deren Umsetzung zu konzipieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind Ihrer Verantwortung für die Schutzziele des Unternehmens und der unterschiedlichen Rollenerwartungen im Praxiskontext bewusst. Informationssicherheitsrelevante Fragestellungen können sie insbesondere im Hinblick auf Strategien und Richtlinien und deren Auswirkungen auf Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft bewerten und diskutieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Information Security Management	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Security Management
Prozesse des Information Security Management Policies, Procedures
Sicherheitsparadigmen, Sicherheitsmodelle Alignment mit Corporate Strategy
Performance Management von ITSec Mgmt Systemen Maturity Modelle des IT
Sicherheitsmanagement
Risk Management
- Krisenmanagement
- Sicherheitsrichtlinien
- Risikobewertung
- Risikomanagement
- Unsicherheit
- qualitative und quantitative Risikobewertung
- Methoden der Risikoabschätzung und analyse
(FMEA, FTA)
Compliance and Assessment
- Auditing, Assessment und Compliance
- Rechtlicher Rahmen, einschlägige Vorschriften und Standards
- Technical Assessment, Red Teaming
- Hacking Tools & Techniken
- Schwachstellenanalyse
- Datenverkehrsanalyse
- Richtlinien
- Best Practices
- Bewertung von Maßnahmen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI): Grundsatzpublikationen. Rainbow Book Series
National Institut of Standards and Technology: Special Publication on Information Security and Information Security in ITIL
Normenfamilie ISO/IEC-27000
Quirchmayr G.: Survivability and Business Continuity Management.
Quirchmayr, G. und Jakoubi, S.: Enhancing Business Impact Analysis and Risk Assessment. Applying a Risk-Aware Business Process Modeling and Simulation Methodology.

IT-Security Secure Software Engineering in Business Computing (W3M20016)

IT-Security Secure Software Engineering in Business Computing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20016	-	1	Prof. Dr. Tobias Straub	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Modulprüfung - Klausur (50%) und Programmwurf (50%)	60	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen den Stellenwert, den die IT-Sicherheit im Entwicklungsprozess von Software einnimmt. Sie kennen typische Schwachstellen und deren Auswirkungen, wobei sie in der Lage sind, eigenen oder fremdem Programmcode zu analysieren, um vorhandene Schwachstellen zu erkennen, das zugehörige Risiko zu quantifizieren und wirksame Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Die Studierenden können eigenständig auf den jeweiligen Anwendungskontext abgestimmte Lösungsstrategien entwickeln und konkrete Schritte konzipieren. Sie reflektieren dabei die Aus- und Wechselwirkungen technischer Lösungen, insbesondere auch hinsichtlich der Benutzbarkeit.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die gängigen Methoden und Werkzeuge des sicheren Software-Engineerings lösungsorientiert miteinander verknüpfen und diese erfolgreich bei der Erstellung oder Prüfung von Software anwenden. Eine Vermittlung der Prinzipien an andere Personen im betrieblichen Umfeld, etwa Administratoren oder Projektleiterinnen, ist ihnen ebenso möglich wie die Überprüfung und Dokumentation der entsprechenden Einhaltung. Die Studierenden können Systeme entwerfen, die den besonderen Anforderungen des Datenschutzes durch eine konsequente Umsetzung entsprechender Designprinzipien Rechnung tragen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Security Secure Software Engineering in Business Computing	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Sicherheit im Bereich der Software
- Bewertung von Informationssicherheitstechnologien anhand der Common Criteria
- Designprinzipien
- Software Engineering unter Berücksichtigung der Anforderungen aus dem Bereich der Sicherheit (Security Requirements Engineering)
- Zusicherung von Sicherheitseigenschaften und deren Bewertung (Assurance & Evaluation)
- Bewertungskriterien im SoftwareEntwurfsprozess
- Risikomanagement in der Sicherheit von Software
- Seitenkanäle und deren Ausnutzung
- Technologie und Methodenauswahl
- Formale Methoden
- Prinzipien der SoftwareSicherheit
- SoftwareAudits
- BufferOverflowProblematik
- Offene Software gegenüber proprietären Lösungen
- Zugangsschutz gegenüber Nutzbarkeit
- Angewandte Kryptographie
- Vertrauen und dessen ITseitige Abbildung
- Validierung von Eingaben
- Sicherheit in Datenbanken
- Passwörter und andere Verfahren
- Zufallsverfahren und PseudoRandomness

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Cranor, L., & Garfinkel, S.: Security and Usability: Designing Secure Systems that People Can Use
- Faily, S.: Designing Usable and Secure Software with IRIS and CAIRIS. Springer
- Fernandez-Buglioni, E.: Security Patterns in Practice: Designing Secure Architectures Using Software Patterns. Wiley.
- Garfinkel, S.: Usable Security: History, Themes, and Challenges. Morgan & Claypool Publishers
- Howard, M., LeBlanc, D. C.: Writing Secure Code. Microsoft Press.
- Hsu, T.: Hands-On Security in DevOps. Packt Publishing
- Paulus, S.: Basiswissen Sichere Software: Aus- und Weiterbildung zum ISSECO Certified Professionell for Secure Software Engineering
- Richardson, T., Thies, C.: Secure software design. Jones & Bartlett Learning
- Shostack, A.: Threat Modeling: Designing for Security. Wiley
- Simon, F. et al.: Basiswissen Sicherheitstests: Aus- und Weiterbildung zum ISTQB Advanced Level Specialist – Certified Security Tester
- Vehnet, J.: Securing DevOps: Security in the Cloud. Wiley.
- Viega, J., McGraw, G.: Building Secure Software: How to Avoid Security Problems the Right Way. AddisonWesley.

IT-Security Attack and Defense (W3M20017)

IT-Security Attack and Defense

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20017	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierende können die Angriffsvektoren von typischen Einbruchsszenarien erkennen und nachvollziehen. In diesem Zusammenhang haben sie Unterschiede und Gemeinsamkeiten von typischen Systemumgebungen und deren Schwachstellen (Windows/Unix, Router und Switche, ausgewählte Anwendungssoftware) im Rahmen der Informationssicherheit nachgewiesen. Sie übertragen die erlangten Kenntnisse auf neue Anwendungskontexte. Im Rahmen der Unternehmens-IT analysieren Studierende die Verwendung der gelehrt Methoden und Techniken durch Angreifer und identifizieren geeignete Abwehrstrategien.

METHODENKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der Informationssicherheit können die Studierenden lösungsorientiert verknüpfen, bekannte Schwachstellen erkennen und diese in sicherer Umgebung ausnutzen. Den Umgang mit klassischen Angriffswerkzeugen haben sie erlernt, um daraus geeignete Schutzmaßnahmen abzuleiten und in Schutzsystemen abzubilden. Die Spuren eines Einbruchsvorfalles können die Studierenden lesen, Schutz- und Abwehrmaßnahmen ergreifen und Beweise für eine Strafverfolgung sichern. Für die erlernten IT-Komponenten und IT-Systeme können sie jeweils geeignete Maßnahmen zur Sicherung vornehmen, bewerten und gezielt einsetzen. Sie differenzieren Angriffsmuster und implementieren konkrete Abwehrmaßnahmen und kontrollieren deren Wirksamkeit.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Der Verantwortung im Umgang mit sensiblen Daten sind sich die Studierenden bewusst. Die Grenzen zulässiger Verfahren zur Abwehr von Angriffen auf Computersysteme sind Ihnen bekannt und sie wissen um die Risiken beim Einsatz von Werkzeugen zur Sicherheitsanalyse für die Vertraulichkeit von Informationen von Personen sowie Unternehmen. Dabei erkennen Sie, dass diese Fähigkeiten erhöhte Verantwortung im Umgang mit Informationen und Informationssystemen mit sich bringt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Im Zusammenspiel zwischen technischen und social-Engineering Angriffen entwerfen Studierende einen geeigneten Mix and organisatorischen und technischen Maßnahmen, die im Zusammenspiel IT-technischer Systeme, Personen und Organisationselementen für eine Verbesserung der Systemsicherheit beitragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Security Attack and Defense	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Studierende können die Angriffsvektoren von typischen Einbruchsszenarien erkennen und nachvollziehen. Sie haben den Umgang mit klassischen Angriffswerkzeugen erlernt und können daraus geeignete Schutzmaßnahmen ableiten und in Schutzsystemen abbilden. Sie können die Spuren eines Einbruchsvorfalles lesen, Schutz- und Abwehrmaßnahmen ergreifen und Beweise für eine Strafverfolgung sichern. Sie haben in diesem Zusammenhang Unterschiede und Gemeinsamkeiten von typischen Systemumgebungen und deren Schwachstellen (Windows/Unix, Router und Switches, ausgewählte Anwendungssoftware) im Rahmen der Informationssicherheit kennengelernt und können jeweils geeignete Maßnahmen zur Sicherung vornehmen.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss von "Praktische Kommunikationstechnik" oder vergleichbarer Nachweis aus grundständigem Studium.
Erfolgreicher Abschluss mindestens eines der beiden Module „IT Security“ und „Cryptography and Secure Communications“

LITERATUR

Cole, Eric: Hackers Beware: The Ultimate Guide to Network Security. Pearson Education.
Northcutt, Stephen, et al.: Inside Network Perimeter Security: The Definitive Guide to Firewalls, VPNs, Routers, and Intrusion Detection Systems. Pearson Education.
Skoudis, Edward and Perlman, Radia: Counter Hack: A Step-by-Step Guide to Computer Attacks and Effective Defenses. Prentice Hall Professional Technical Reference.
Spitzer, Lance. Honeypots: Tracking Hackers. Pearson Education. Upper Saddle River.
Spitzer, Lance: Know Your Enemy: Revealing the Security Tools, Tactics, and Motives of the Blackhat Community. Pearson Education.
Nelson, Bill, Philipps, Amelia und Steuart, Christopher: Guide to Computer Forensics and Investigations. Cengage Learning, Boston.

Social Software (W3M20019)

Social Software

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20019	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können den Begriff der Social Software definieren, abgrenzen sowie die Unterschiede zu anderen Softwarekategorien erkennen und benennen. Sie sind in der Lage, die grundlegenden Funktionen sozialer Software zu beschreiben und deren Einsatz unter technischen sowie betriebswirtschaftlichen Kriterien bewerten und abwägen, in welchen Kontexten ein Einsatz sinnvoll erscheint. Den Einsatz dieser Funktionen können sie ebenfalls auf die Zielaudienz (Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner, etc.) abstimmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die erworbenen Fachkompetenzen in konkreten Softwareprojekten evaluieren und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie werden sich der besonderen Verantwortung des Wirtschaftsinformatikers im Umgang mit sensiblen persönlichen Daten und deren Verarbeitung im Kontext der Diskussion um den gläsernen Nutzer bewusst und verstehen die Implikation dessen bei der Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsmodelle.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, exemplarisch Praxisfälle fachlich zu analysieren, einzuschätzen und entsprechende Handlungskonsequenzen abzuleiten. Sie können erlernte theoretische Inhalte und Modelle auf ihre Praxis transferieren und diese umgekehrt an Praxisbeispielen prüfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Social Software	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Methodische Grundlagen

- Einordnung von Social Software in computerunterstützte Gruppenarbeit (Computer Supported Collaborative Work, CSCW) und Groupware
- Definition, Merkmale und Arten von Social Software
- Merkmale und Prinzipien des Web 2.0 / Web 3.0
- Relevante Konzepte wie Long Tail, Kollektive Intelligenz, Crowd Sourcing
- Soziale Netzwerkanalyse: Eigenschaften, Kennzahlen, Technologien
- Gesellschaftspolitische Betrachtungsfelder
 - Unternehmensexterne Anwendungsgebiete (z.B. Social Marketing, Social Commerce, Open Innovation)
 - Unternehmensinterne Anwendungsgebiete (z.B. Wissensmanagement, Innovationsmanagement)
 - Gesellschaftliche Anwendungsfelder und Auswirkungen (z.B. soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, YouTube, etc.)
 - Ethische und rechtliche Fragestellungen (z.B. Big Data, Cybermobbing, Cyberkriminalität)
 - Unternehmenspolitische Betrachtungsfelder
 - Idee des Enterprise 2.0 und Zusammenhang mit angrenzenden Disziplinen, wie BI/DM
 - Einführungsstrategien: Erfolgsfaktoren und Designempfehlungen für Enterprise 2.0

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bächle Michael (2006): Social Software. In: Informatik Spektrum. Bd. 29, Nr. 2. S. 121-124.
- Beck, Andrea, Gronau Norbert und Tochtermann, Klaus (Hrsg.): Web 2.0 in der Unternehmenspraxis: Grundlagen, Fallstudien und Trends zum Einsatz von Social Software. De Gruyter Oldenbourg.
- Ebersbach, Anja Glaser, Markus und Heigl Richard: Social Web. UTB/UVK.
- Häusler, Sascha: Soziale Netzwerke im Internet. Entwicklung, Formen und Potenziale zu kommerzieller Nutzung. VDM Verlag Dr. Müller.
- Hildebrand, Knut und Hofmann Josephine: Social Software: Weblogs, Wikis & Co. dpunkt.verlag.
- Hippner, Hajo und Wilde, Thomas (2005): Social Software. In: Wirtschaftsinformatik. 47, Nr. 6. S. 441-444.
- Kimmerle, Joachim, Moskaliuk Johannes, Oeberst, Aileen und Cress, Ulrike (2015): Learning and Collective Knowledge Construction With Social Media: A Process-Oriented Perspective. In: Educational Psychologist. 50, 2015, S. 120–137.
- Koch, Michael und Richter, Alexander: Enterprise 2.0: Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen. DeGruyter Oldenbourg
- Rossmann, Alexander: Enterprise Social Networks: Erfolgsfaktoren für die Einführung und Nutzung Grundlagen, Praxislösungen, Fallbeispiele. Springer

Internet of Things (W3M20020)

Internet of Things

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20020	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Laborarbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Technologien und Schnittstellen, die bei verteilten, ressourcenbeschränkten Geräten in unzuverlässigen Kommunikationsnetzen zum Einsatz kommen. Diese Technologien können sie mit den bereits aus anderen Lehrveranstaltungen bekannten Systemarchitekturen und Infrastrukturen integrieren und somit eine durchgängige und umfassende Abbildung eines Anwendungsszenarios ermöglichen. Dementsprechend sind sie in der Lage, Gesamtkonzepte für entsprechende Szenarien aus den Anwendungsgebieten zu erstellen und zu implementieren, die neben den technischen Aspekten auch ökonomische Perspektiven (z.B. im Rahmen der Aushandlung von Dienstgütern oder -kosten) berücksichtigt.

METHODENKOMPETENZ

Anhand der erlernten und mit der Fachkompetenz verknüpften methodischen Vorgehensweise können die Studierenden mittels wissenschaftlich fundierter Methoden zukünftige Projekte einschätzen und kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden bewerten Praxis und methodisches Handeln in Bezug auf berufsethische Standards. Im Umgang mit Informationen, die über die ubiquitären Informationssysteme des IoT generiert werden, sind sie sich Ihrer Verantwortung bewusst und lassen besondere Sorgfalt walten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Aus der Analyse und Einschätzung von exemplarischen Praxisfällen im Bereich der Digitalisierung in Bezug auf die Alltagswelt als auch auf das Unternehmensumfeld leiten die Studierenden entsprechende Handlungskonsequenzen ab. Dabei können sie erlernte theoretische Inhalte und Modelle auf ihre Praxis transferieren und diese umgekehrt an Praxisbeispielen prüfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Internet of Things	50	85

Konzeption und Implementierung cyberphysischer Systeme und digitaler Zwillinge und die damit einhergehenden Kommunikations- und Netzwerkstandards (Netzwerktechnologien, Routingprotokolle, Kommunikationsprotokolle wie 6LoWPAN und CoAP, Delay Tolerant Networks) sowie Programmiermodelle (z.B. ereignisgesteuerte Modelle oder Echtzeit-Modelle). Weiterhin die Einbindung der genannten Einzelsysteme in Gesamtinfrastrukturen (z.B. die Intranet/Internetweite Dienstbeschreibung, Dienstsuche und Dienstnutzung, Schnittstellenkonzepte, die Integration mit betrieblichen Informationssystemen etc) unter Wahrung der IT-Sicherheit. Auf ökonomischer Ebene werden diese Infrastrukturen in den Kontext unterschiedlicher Anwendungsfelder gesetzt (Smart City/Factory/Grid/Transportation, Industrie 4.0 etc.) und mit Geschäftsmodellen und Service Levels unterlegt.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Andelfinger Volker P. und Hänisch, Till: Internet der Dinge: Technik, Trends und Geschäftsmodelle. Springer.
- Bahga, Arshdeep und Madiseti, Vijay: Internet of Things: A Hands-On Approach. VPT.
- Bauernhansl, Thomas und ten Hompel, Michael (Hrsg.): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik: Anwendung Technologien Migration. Springer Vieweg.
- Bengel, Günter: Grundkurs Verteilte Systeme: Grundlagen und Praxis des ClientServer und Distributed Computing. Springer Vieweg.
- Bullinger Hans-Jörg und ten Hompel, Michael (Hrsg.): Internet der Dinge. Springer.
- Coulouris, George, Dollimore, Jean und Kindberg, Tim: Distributed Systems. Pearson.
- Haag, Sebastian und Anderl, Reiner (2018): Digital twin – Proof of concept. Manufacturing Letters. Volume 15, Part B. pp. 64-66.
- Kaufmann Timothy: Geschäftsmodelle in Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge: Der Weg vom Anspruch in die Wirklichkeit. Springer Vieweg.
- Mandl, Peter: Masterkurs Verteilte betriebliche Informationssysteme: Prinzipien, Architekturen und Technologien. Vieweg + Teubner.
- Manzei, Christian und Schlepner Linus (Hrsg.): Industrie 4.0 im internationalen Kontext: Kernkonzepte, Ergebnisse, Trends. VDE VERLAG.
- Schill, Alexander und Springer, Thomas: Verteilte Systeme. Springer.
- Schleich, Benjamin, Anwer, Nabil, Mathieu, Luc und Wartzack, Sandro (2017): Shaping the digital twin for design and production engineering. CIRP Annals, Volume 66. Issue 1. pp. 141-144.
- Taeger, Jürgen (Hrsg.): Internet der Dinge: Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft. OIWIR Verlag für Wirtschaft, Informatik und Recht.
- Tanenbaum, Andrew S. und van Steen, Maarten: Distributed Systems: Principles and Paradigms. Pearson.
- Uckelmann, Dieter, Harrison, Mark, Michaelles, Florian (Hrsg.): Architecting the Internet of Things. Springer.

Information Technology Law and Ethics (W3M20021)

Information Technology Law and Ethics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20021	-	1	Prof. Dr. Tobias Straub	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Modulprüfung - Seminararbeit und mündliche Prüfung (geplante Gewichtung: 50% - 50 %)	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erlangen umfassendes Wissen im Recht der Informationstechnologie und des Datenschutzes, wie es für typische Fallkonstellationen in der betrieblichen Praxis relevant ist. Sie werden dazu befähigt, das in der Vorlesung vermittelte Fachwissen zur Analyse rechtlicher oder ethischer Fragestellungen anzuwenden, um mögliche Risiken von Rechtsverstößen zu identifizieren und fundierte Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Mit den Methoden der Vorlesung können die Studierenden die Ausgestaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen (Verträge, Nutzungsbedingungen etc.) beeinflussen und auf eine adäquate Umsetzung in betrieblichen Prozessen und technischen Systemen hinwirken. Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden bei der Gestaltung der IT- und Prozesslandschaft den rechtlichen Rahmen sowie die sozialen Aspekte von Mitarbeiterinnen und Kunden berücksichtigen. Dabei erkennen sie, welche rechtlichen Rahmenbedingungen bei einer wirtschaftsinformatischen Fragestellung zu berücksichtigen sind, um diese adäquat mit Spezialistinnen und Spezialisten in den Fachdisziplinen des IT-Rechts zu diskutieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Information Technology Law and Ethics	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Begriffe und Konzepte des IT-Rechts:
Immaterialgüterrecht: Schutz digitaler Werke insbes. durch das Urheberrecht
Vertragsrecht: Besonderheiten bei Hard-/Software, Einsatz von AGB
Internetrecht: Telemedien, ECommerce, Domains, Haftung
Strafrecht: Besonderheiten für das Internet u. digitale Werke
Datenschutz: Zulässigkeit u. Sicherheit des Umgangs mit personenbezogenen Daten, Rechte der Betroffenen
Wettbewerbsrecht: Wettbewerbsbeschränkungen, unlauterer Wettbewerb
Rechtsschutz: Abmahnung, Unterlassungserklärung, Gerichtsverfahren, Rechtliche Aspekte des EBusiness (Verträge, Digitale Signaturen, Trademarks & Copyrights, Regulatorische Anforderungen, Haftung) Ethische Aspekte in EBusiness (Privacy, Stakeholder Relations, Customer Trust & Loyalty)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Albrecht, F.: Informations- und Kommunikationsrecht. Kohlhammer
Beiträge Wissensbits, Informatik Spektrum
Fischer, Peter, Hubig, Christoph und Koslowski, Peter (Hrsg.): Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy. Heidelberg.
Gola, P., Reif, Y.: Praxisfällige Datenschutzrecht
Hoeren, T.: Skriptum Internetrecht. Universität Münster
Hoeren, T.: Skriptum IT-Vertragsrecht. Universität Münster
Nitsch, K.W.: Informatikrecht: Grundlagen, Rechtsprechung und Fallbeispiele
Schwartzmann, R., Jaspers, A., Thüsing, G., Kugelmann, D.: DS-GVO/BDSG: Datenschutz-Grundverordnung Bundesdatenschutzgesetz (Heidelberger Kommentar)
Schwartzmann, R.: Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht. C.F.Müller
Trevino, Linda; Nelso, Katherine: Managing Business Ethics: Straight Talk About How To Do It Right. Danvers.
Weber-Wulff, D. et al.: Wissensbisse Ethische Probleme der Informatik. Transcript Verlag
Witt, B. C.: Datenschutz kompakt und verständlich. Springer Vieweg
Gesetzestexte: IT- und Computerrecht. Beck

Blockchain-Technologie, Smart Contracts und digitale Plattformen (W3M20023)

Blockchain technology, smart contracts and digital platforms

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20023	-	1	Prof. Dr. Sebastian Richter	Deutsch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Modulprüfung - Mündliche Prüfung + Transferbericht (Gewichtung: 50% / 50%)	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die technische Funktionsweise ausgewählter Blockchain/Distributed Ledger-Designs, um sie auf Geeignetheit spezieller Geschäftsmodelle bewerten und auswählen zu können. Dieses technologische Verständnis dient dem Transfer in spezielle Anwendungskontexte. Hierbei sollen die Studierenden das Änderungspotential innerhalb dieser Anwendungskontexte analysieren und bewerten können. Dabei ist es unter anderem wichtig, auf theoretischer Basis die Problemlösungsdimensionen der Technologieklasse in die Problemlösungsdimensionen des Managements zu überführen. Darüber hinaus werden die Auswirkungen von Token, die technisch gesehen auf Blockchains basieren, auf wirtschaftliche Strukturen untersucht und von den Studierenden verstanden. Dadurch wird insbesondere die Gestaltungskompetenz der Studierenden im betrieblichen Anwendungskontext gefördert.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen unter Anleitung spezifische Probleme mittels der Programmierung von Smart Contracts zu lösen. Hierbei steht die Bewertung des Quellcodes im Vordergrund, so dass vor allem Studierenden mit wenig/keiner Programmierkenntnis ein Zugang zum Problemlösungspotential der Technologie gegeben wird.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden öffnen sich einer neuen Technologieklasse, und können deren Begriffe sicher kommunizieren. Sie reflektieren, wann die Technologie einzusetzen ist, indem sie die technologische und betriebswirtschaftliche Dimension der Technologie vereinen. Sie sind so verantwortungsvoller Anführer in der mit der Technologieklasse verbundenen innovativen Weiterentwicklung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Blockchain-Technologie, Smart Contracts und digitale Plattformen	50	85
Bitcoin als Beispiel einer Blockchain-Implementierung		
Grundlagen der technischen, insbesondere kryptografischen Bestandteile der BCT, Sicherheitsbetrachtungen		
Entscheidungsprinzipien verteilter Transaktionssysteme		
Blockchain-Typen und -implementierungen		
Praktische Implementierung von Smart Contracts (etwa am Bsp. Ethereum)		
Durch BCT adressierte Problemdimensionen; Anwendungsfälle		
Business Cases und BCT-Klassen		
Blockchain-Ökosysteme		

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus den Prüfungsteilen: Mündliche Prüfung + Transferbericht (Gewichtung: 50% / 50%)

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Burgwinkel, D. (Hrsg.) (2016): Blockchain Technology. Einführung für Business- und IT-Manager, De Gruyter Oldenbourg: Berlin, Boston

Giese, P., M. Preuss & M. Kops (2016): Die Blockchain Bibel. DNA einer revolutionären Technologie, BTC-Echo: Kleve, München

Giese, P., M. Preuss, M. Kops, S. Wagenknecht & D. de Boer (2016): Die Bitcoin Bibel. Das Buch zur digitalen Währung, BTC-Echo: Kleve, München

Sixt, E. (2017): Bitcoins und andere dezentrale Transaktionssysteme. Blockchains als Basis einer Kryptoökonomie. Springer Gabler: Wiesbaden

Witt, J. & S. Richter (2018): Ein problemzentrierter Blick auf Blockchain-Anwendungsfälle. Proceedings of the MKWI 2018, 06.-09.03.2018, Lüneburg

Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (W3M20024)

Applications of Artificial Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20024	-	1	Prof. Dr. Thomas Kessel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden beschreiben und diskutieren die grundlegenden Paradigmen und Sachverhalte der Künstlichen Intelligenz. Sie sind in der Lage die großen Linien und Bereiche der Künstlichen Intelligenz einzuordnen, gegenüberzustellen und zu bewerten. Die Studierenden können Verbindungen zwischen Praxisproblemen und Wissensfelder der Künstlichen Intelligenz identifizieren und einschätzen welche Theorien für die Analyse der betreffenden betrieblichen Problemstellungen relevant oder sinnvoll sind.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden bestimmen und erläutern die der Künstlichen Intelligenz zugrundeliegenden Methoden und Formalismen, um mit der Anwendung praxisrelevante Problemstellungen zu lösen. Diese Vorgehensweise erlaubt es ihnen, die Methodiken zu analysieren, zu vergleichen und besser zu beurteilen und darüber hinaus eigenständig zu kombinieren oder zu modifizieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Anwendungen der Künstlichen Intelligenz	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Systematisierung von Begriffen aus dem Kontext „Künstliche Intelligenz“ und Rahmenbedingungen
Anwendungsszenarien von Verfahren aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz, z.B.
- Computer Vision / Audition / Linguistics
- Robotik
- Forecasting
- Discovery
- Planning and Search
- Creation
Aktuelle Entwicklungen, z. B. Autonomie (Drohnen, Fahrerlose Systeme, Autonome Automaten), Text- / Bildgeneratoren, Neural Computing
Kritischer Diskurs im Hinblick auf Datenschutz, Modellfehler sowie ethische und gesellschaftliche Aspekte des zunehmenden Einsatzes von Verfahren der Künstlichen Intelligenz
Technologieauswahl, Geschäftsmodelle und Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen anhand von Fallstudien,
Paradigmen, Turing-Test
Grundlagen der Künstlichen Intelligenz, hierbei sollen ausgewählte Technologien betrachtet werden, wie z.B.
-Agentensysteme und ihre Umgebungen
-Klassische Suchverfahren zur Problemlösung: Tiefen- und Breitensuche
-Problemlösung durch informierte und heuristische Suche, z.B. A*
-Adversiale Suche bei Spielen/Entscheidungen (d.h. unter Berücksichtigung der Züge des Gegners): z.B. Alpha-Beta-Ansatz
-Problemlösung unter Randbedingungen (Constraints): Backtracking und seine Verbesserungen
-Logisch-basiertes Problemlösen: Wissensmodellierung, Inferenzen, Vorwärts- und Rückwärtsverkettung
-Wissensrepräsentation: Formalismen der Darstellung von Wissen und darauf aufbauende Verfahren des Schließens

Maschinelles Lernen:
-Maschinelles Lernen (Lernmodelle und –verfahren: z.B. Lernen von Beispielen, überwachtes Lernen, statistisches Lernen)
-Weitere Formen der künstlichen Intelligenz: z.B. Schwarmintelligenz
Klassifikationsverfahren: z.B. Support-Vector-Machine, Neuronale Netze, Entscheidungssysteme
Anwendung der Klassifikation in Geschäftsprozessen: z.B. Process Mining, Decision Mining

BESONDERHEITEN

Die Lehrveranstaltung ist eine Einführung in die Künstliche Intelligenz, sie wendet sich an alle interessierten Studierenden z.B. aus der BWL, Informatik, Wirtschaftsinformatik und dem Wirtschaftsingenieurwesen.

VORAUSSETZUNGEN

Es werden keine Programmierkenntnisse vorausgesetzt. Grundlegende Kenntnisse in Informatik (z.B. Algorithmus) oder Technologien der Digitalen Transformation oder inhaltlich gleichwertige Kenntnisse werden vorausgesetzt.

LITERATUR

-Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz: Eine praxisorientierte Einführung, Springer Vieweg
-Frochte, J.: „Maschinelles Lernen“, Hanser
-Russell, S., Norvig, P.: Künstliche Intelligenz, Pearson Studium

Business Data Science (W3M20025)

Business Data Science

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20025	-	1	Prof. Dr. Christoph Sturm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden vergleichen die Anwendungsgebiete von Data Science und KI/Machine Learning in Unternehmen und Organisationen (Enterprise Data Science) und sind in der Lage die Chancen und den Nutzen von Data Science kritisch zu bewerten. Sie besitzen die Fähigkeit die Situation innerhalb ablaufender Data Science Prozesse zu lokalisieren, zu bewerten und gegebenenfalls korrigierend einzugreifen. Die Studierenden können verschiedene Arten des Lernens untersuchen und die zugehörigen Lernalgorithmen zur Analyse großer Datenmengen evaluieren und situativ passend auswählen. Sie können die Algorithmen auf diversen Plattformen des maschinellen Lernens anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierende können bewerten, ob eine betriebliche Frage durch Data Science und Machine Learning beantwortet werden kann. Sie können unter Anleitung ausgewählte Methode der datengetriebenen Informations- und Wissensgewinnung zur Beantwortung dieser Fragen einsetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die datengetriebene und datenzentrierte Entscheidungsfindung und den betriebswirtschaftlichen Wert von Daten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Data Science	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Data Science

- Definition / Einführung
- Data-Analytic Thinking
- Business Problems and Data Science Solutions

Data Science als Prozess

- Datenvorverarbeitung / Feature Engineering
- Analyse großer Datenmengen
- Wissensgenerierung und Wissensmodelle
- Anwendung des Wissens

Data Science und Machine Learning

- Arten und Modelle des Maschinellen Lernens
- Elementare Evaluation der Modelle: Lernen und Testen
- Anwendung

Data-Science-Projekte

- CRISP-DM, Knowledge Discovery from Data (KDD)

Data Science Use Cases

BESONDERHEITEN

Besonders geeignet für Studierende ohne vertiefte Programmierkenntnisse

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- W. S. Cleveland. Visualizing Data. Hobart Press (1993)
- W. S. Cleveland. The Elements of Graphing Data. Hobart Press (1994)
- S. Few. Now You See It: Simple Visualization Techniques for Quantitative Analysis. Analytics Press (2006)
- U. Leser und F. Naumann. Informationsintegration. dpunkt.verlag (2006)
- F. Provost und T. Fawcett. Data Science for Business. Cambridge University Press (2014)
- B. Schmarzo. Big Data: Understanding How Data Powers Big Business. Wiley (2013)
- T. Segaran und J. Hammerbacher, Jeff. Beautiful Data. O'Reilly (2009)
- E. R. Tufte. Visual Display of Quantitative Information. 2. Auflage. Bertrams (2001)

Data Science – Processes and Algorithms (W3M20026)

Data Science – Processes and Algorithms

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20026	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur [50%] und Laborarbeit [50%]	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen fundierten Einblick in die Konzepte und Anwendungsgebiete von Data Science und Machine Learning. Sie lernen die Anwendungsgebiete von Data Science in verschiedenen Kontexten kennen - Enterprise DS, Robotik, Internet der Dinge, Smart Cities, etc. - und können den Mehrwert der Wissensgewinnung aus großen Datenmengen bewerten. Sie verstehen die Funktionsweise spezifischer Lernalgorithmen zur Analyse großer Datenmengen und zur Wissensgewinnung aus Daten und wissen, wie mit diesen Algorithmen Wissensmodelle erzeugt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierende können die Methoden der datenbasierten Analyse und Wissensgewinnung anwenden und bewerten. Sie können insbesondere evaluieren, welche Methoden und Algorithmen in bestimmten Anwendungsfällen und Fragestellungen zielführend sind. Sie sind in der Lage, die Methoden und Algorithmen in den entsprechenden Anwendungsszenarien einzusetzen und deren Anwendung an die spezifischen Rahmenbedingungen anzupassen. Sie können die Güte der Analysen und der erzeugten Wissensmodelle bewerten, optimieren und operativ einsetzen. Die Studierenden können Data-Science-Projekte planen und zielgerichtet durchführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die datenzentrierte Analyse und Wissensgewinnung und sind in der Lage, diese zu bewerten und anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Data Science – Processes and Algorithms	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen Data Science und Machine Learning

- Data Science – Definition und Anwendungsgebiete
- Data Science als Prozess / CRISP-DM, KDD
- o Datenauswahl
- o Datenvorverarbeitung / Feature Engineering
- Datenarten, Datenverständnis, Datenvisualisierung Datenqualität
- Datenintegration
- Datenreduktion
- o Datentransformation
- o Wissensgewinnung und Modellbildung
- o Interpretation und Anwendung des Wissens
- Methoden der Wissensgewinnung
- o Supervised learning
- o Unsupervised learning
- o Reinforcement Learning
- Lernalgorithmen und Techniken für die Analyse großer Datenmengen
- Machine Learning
- Evaluation der Modelle

Anwendung von Data Science und Machine Learning

- Python- und Machine-Learning-Bibliotheken
- Data-Science- und Machine-Learning-Plattformen
- Hands-On-Projekte und Praxisbeispiele mit Python, TF, Keras, YOLO, etc.

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus Laborarbeit [50%] und Klausur [50%].

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- E. Alpaydin. Introduction to Machine Learning. MIT Press (2014)
- J. Bell. Machine Learning – Hands-On for Developers and Technical Professionals. Wiley (2014)
- Ch. Bishop. Pattern Recognition and Machine Learning. Springer (2011)
- D. Cielien, A. D. B. Meysman, M. Ali. Introducing Data Science. Manning (2016)
- S. Cooper. Data Science from Scratch. Create Space Independent Publishing Platform (2018)
- M. Deru and N. Alassane. Deep Learning. Rheinwerk (2020)
- A. Géron. Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn and TensorFlow. O'Reilly (2017)
- J. Han, M. Kamber, J. Pei. Data Mining. Concepts and Techniques. Third Edition. Elsevier (2012)
- J. Lescovec, A. Rajaraman, J. D. Ullman. Mining of Massive Data Sets. CUP (2014)
- N. Marz. Big Data. Manning (2015)
- F. Provost, T. Fawcett. Data Science for Business. O'Reilly (2013)
- S. Raschka. Machine Learning with Python. mitp (2017)
- B. Schmarzo. Big Data: Understanding How Data Powers Big Business. Wiley (2013)
- W. M. P. van der Aalst. Process Mining. Springer (2011)
- M. J. Zaki, W. Meira Jr. Data Mining and Analysis. Cambridge University Press (2014)

Big Data Engineering (W3M20027)

Big Data Engineering

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20027	-	1	Prof. Dr. Christoph Sturm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur (50%) und Laborarbeit (50%)	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit die Anwendungsgebiete von Big Data zu untersuchen und zu bewerten. Sie entwerfen Big Data Architekturen und evaluieren deren Einsatzgebiete, Stärken und Schwächen kritisch. Die Studierenden können Big Data Processing Frameworks zur Datenverarbeitung selbstständig auf betriebliche Problemstellungen übertragen und reflektieren.

Die Studierenden sind in der Lage verschiedene Data Lake Architekturkonzepte einander gegenüberzustellen. Sie können ihr erworbenes Handlungswissen im Bereich Data Engineering benutzen, übertragen und eigene Problemlösungsstrategien entwerfen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die üblichen Methoden und Techniken von Big Data und Data Engineering in ihrem Unternehmen selbstständig einsetzen und reflektiert weiterentwickeln. Sie haben die Fähigkeit die Grenzen und Möglichkeiten der Methoden für das Vorhaben ihres Unternehmens reflektiert einzuschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Fähigkeit die Aussagekraft von Datenanalysen auf Basis der Bewertung der zugrundeliegenden mit Data Engineering Methoden aufbereiteten Daten zu deuten und kritisch zu hinterfragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Big Data Engineering	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Big Data
 - Small vs. Big Data
- Chancen und Auswirkungen von Big Data
 - Big Data Use Cases
 - Communication Cost Model
- Architekturen
 - Lambda-Architektur
 - Kappa-Architektur
- Big Data Processing Frameworks
 - Code Pushdown
 - Batch Processing
 - Stream Processing

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus einer Laborarbeit [50%] und einer Klausur [50%].

VORAUSSETZUNGEN

DB Kenntnisse, Programmierkenntnisse

LITERATUR

- Crickard, P. (2020): Data Engineering with Python. Packt Publishing.
- Gorelik, A. (2019): The Enterprise Big Data Lake. O'Reilly
- Inmon, B. (2016): Data Lake Architecture. Technics Publications
- John, T. , Misra, P. (2017):Data Lake for Enterprises. Packt Publishing.
- Kleppmann, M. (2017): Designing Data-Intensive Applications. O'Reilly.
- Kunig, J., Buss, I., Wilkinson, P. und George, L. : Architecting Modern Data Platforms. O'Reilly
- Malaska, T. , Jonathan Seidman, J. (2018): Foundations for Architecting Data Solutions. O'Reilly
- Malaska, T. (2019): Rebuilding Reliable Data Pipelines Through Modern Tools. O'Reilly
- Marz, N., Warren, J. (2015): Big Data. Manning
- Schmarzo, Bill (2013): Big Data: Understanding How Data Powers Big Business. Wiley.

Technologien zur maschinellen Verarbeitung natürlicher Sprache (W3M20028)

Technologies of Natural Language Processing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20028	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur (50%) und Referat (50%).	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden identifizieren die grundlegenden Theorien, Konzepte, Verfahren und Modelle der maschinellen Verarbeitung natürlicher Sprache (Natural Language Processing) sowie deren Einbettung in den Rahmen der Künstlichen Intelligenz und können diese entsprechend einer Aufgabenstellung auswählen und erörtern. Sie können entsprechende Anwendungen des Natural Language Processing überblicksartig darstellen und erläutern. Sie sind fähig, die wesentlichen Anwendungen einzuordnen und zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beschreiben die Stärken und Schwächen der Methodiken für die Entwicklung oder Anpassung der betrachteten Anwendungen der Verarbeitung natürlicher Sprache. Sie können diese unterscheiden, vergleichen und über deren Einsatz entscheiden. Die Studierenden können typische Fragestellungen aus der Theorie oder Praxis durch die Auswahl geeigneter Methodiken bearbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende können sich im Umfeld der Verarbeitung natürlicher Sprache über Potenziale, Konzepte, Probleme und Umsetzungsalternativen mit anderen Experten des NLP aber auch mit Fachfremden austauschen und zu einer passenden Anwendung einen entscheidenden Beitrag leisten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden ordnen die Anwendungen zur Verarbeitung natürlicher Sprache in berufliche, gesellschaftliche und private Situationen sachgerecht und durchdacht ein und verhalten sich bei der Verwendung verarbeiteter natürlicher Sprache individuell und sozial verantwortlich.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Technologien zur maschinellen Verarbeitung natürlicher Sprache und ihre Geschäftsanwendungen	50	85

Einführung in Grundlagen und Anwendungen der maschinellen Verarbeitung natürlicher Sprache (gesprochene Sprache, Sprache in Textform) und der (Computer-)Linguistik.
 Überblick über klassische Methoden der Verarbeitung natürlicher Sprache wie z.B. Text Normalization, Part-of-Speech-Tagging (POS), Named Entity Recognition, Hidden Markov Models, Vector Space Model, TF IDF, Latent Semantic Analysis, Bag of words, n-gram models, kontextfreie Grammatiken, Parser.
 Einführung in sogenanntes Deep Natural Language Processing wie z.B. Word, Paragraph, Document Embeddings, Language Models, Text Summarization, Machine Translation, Dialog Systems, Text-To-Speech, Speech-To-Text.
 Ausgewählte Geschäftsanwendungen von Natural Language Processing wie z.B. Anwendungen
 - Systeme zur Mensch-Computer-Interaktion wie Chatbots, Callcenter, Empfehlungssysteme
 - Sprachgesteuerte Assistenten
 - Übersetzungstools in Echtzeit
 - Automatische Zusammenfassung von in Meetings Gesprochenem
 - Sentiment Analyse eines Sprechenden
 - etc.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Eisenstein, J. Introduction to Natural Language Processing (Adaptive Computation and Machine Learning series), The MIT Press
 Manning, C.; Schütze, H. Foundations of Statistical Natural Language Processing. The MIT Press
 Jurafsky, D.; Martin, J. Speech and Language Processing, Pearson Prentice Hall.
 Clark, A. Handbook of Computational Linguistics and Natural Language Processing, Wiley-Blackwell
 Hausser, R. Grundlagen der Computerlinguistik: Mensch-Maschine-Kommunikation in natürlicher Sprache, Springer
 Vajjala, S.; Majumder, B.; Gupta, A.; Surana, H. Practical Natural Language Processing: A Comprehensive Guide to Building Real-World NLP Systems, O'Reilly Media
 Kedia, A.; Rasu, M. Hands-On Python Natural Language Processing: Explore tools and techniques to analyze and process text with a view to building real-world NLP applications, Packt Publishing
 Ghosh, S.; Gunning, D. Natural Language Processing Fundamentals: Build intelligent applications that can interpret the human language to deliver impactful results, Packt Publishing
 Goodfellow, I.; Bengio, Y.; Courville, A. Deep Learning. MIT Press.
 Russell, S.; Norvig P. Artificial Intelligence, Prentice Hall

Interessante Ressourcen

<https://nlp.stanford.edu/>

<https://www.socher.org/>

<http://www.nltk.org/>

<https://www.knime.com/nodeguide/other-analytics-types/text-processing>

<https://wortschatz.uni-leipzig.de/de/download>

<https://uni-tuebingen.de/en/faculties/faculty-of-humanities/departments/modern-languages/departments-of-linguistics/>

Software Quality Engineering (W3M20029)

Software Quality Engineering

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20029	-	1	Prof. Dr. Katja Wengler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
133	48	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Motivation, Anwendungsfälle und Szenarien zu Aspekten des Qualitätsmanagements im Software-Lebenszyklus. Sie sind in der Lage die aktuellen Qualitätsmaßnahmen in ihren Unternehmen zu analysieren, die Effektivität zu reflektieren und diese anzupassen bzw. zu erweitern, um die Software-Qualität zu steigern.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Techniken und Methoden zum konstruktiven und analytischen Qualitätsmanagement und können sie voneinander abgrenzen. Sie haben langfristiges und konzeptionelles Wissen über geeignete Methoden und Techniken zur Qualitätssicherung und können diese bewerten und anwenden. Sie analysieren existierende Ansätze des Qualitätsmanagements, reagieren auf sich ändernde Anforderungen und beurteilen bzw. entwickeln Konzepte zur Umsetzungen dieser Anforderungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein vertiefendes Verständnis für die Notwendigkeit der Software-Qualität zur Effizienzsteigerung. Sie können selbstständig und lösungsorientiert Software-Projekte in Bezug auf Qualität verbessern und weiterentwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Notwendigkeiten einer guten Softwarequalität und wie man diese erreichen kann. Auf dieser Basis können sie aktuelle Anfragen und Projektierungen verstehen, Erklärungen formulieren und Lösungsmöglichkeiten entwerfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Software Quality Engineering	48	85

Ziel der Vorlesung ist es, interdisziplinäre Ansätze zur Entwicklung qualitativ hochwertiger Software kennenzulernen, zu evaluieren und in der Praxis zu erproben. Aktuelle Forschungs- und Entwicklungstrends werden einbezogen.

Dabei geht es z.B. um die Analyse und Optimierung von Software-Systeme während des gesamten Software-Lebenszyklus. Je nachdem welche Vorkenntnisse und Interessen die Studierenden mitbringen, werden Themen wie z.B. Source Code Metriken, Refactoring, Clean Code, Testen, Usability, Reviews oder Design Pattern sowie neuartige Vorgehensmodelle und Werkzeuge erarbeitet und angewendet.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Schneider, K: Abenteuer Softwarequalität. Grundlagen und Verfahren für Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement. dpunkt.verlag, Heidelberg

Wallmüller, E.: Software Quality Engineering: Ein Leitfaden für bessere Software-Qualität, Carl-hanser-Verlag, München

Vertiefende Literatur wird abhängig von den jeweils verwendeten Methoden und Prozessen in der Vorlesung bekannt gegeben.

Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik (W3M20030)

Applied Research in Business Informatics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20030	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	blended-learning

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Modulprüfung - Projektskizze (40%) und Referat (60%)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Methoden und Formen wissenschaftlichen Arbeitens nennen und erklären. Darüber hinaus kennen sie den Unterschied zwischen nichtwissenschaftlichen und wissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen. Die für wissenschaftliche Arbeiten wesentlichen statistischen Methoden und deren Einsatzbereiche und Grenzen sowie die wesentlichen theoretischen Modelle der Wirtschaftsinformatik und des Information System Research sind ihnen bekannt. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung und Grenzen des Einsatzes von Modellen für die wissenschaftliche Erkenntnis und für den Einsatz bei Aufgabenstellungen im Bereich der Informationstechnologie zu benennen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können eine systematische Analyse der wissenschaftlichen Literatur zu einem identifizierten Problem- oder Themenfeld durchführen und dazu Literatur nach wissenschaftlichen Kriterien auswählen. Sie vermitteln sicher ein ausgewähltes fachtheoretisches Konstrukt und erläutern die zur Erarbeitung dieses Konstruktes eingesetzte Methodik. Dieses Konstrukt spiegeln die Studierenden am eigenen Praxiskontext, um ein vorliegendes praktisches Problem zu abstrahieren und zu klassifizieren. Die Studierenden ordnen ihre Erfahrungen aus dem betrieblichen Umfeld in einen passenden theoretischen Kontext ein, um daraus methodisch Ansätze vorzuschlagen, die geeignet sind, Problemlösungen in der betrieblichen Praxis zu finden. Darüber hinaus können sie eine wissenschaftliche These formulieren und begründen. Die fachgerechte Strukturierung eines Forschungs- oder wissenschaftlichen Projektantrags ist ihnen inklusive der entsprechenden Ausarbeitung und Verteidigung möglich.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende sind in der Lage komplexe Sachverhalte zu analysieren und Lösungsansätze in Wort und Schrift zu erläutern und präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten fachlichen Gebiete können die Studierenden lösungsorientiert verknüpfen. Dazu konzipieren sie anwendungsorientierte (Forschungs-)projekte, in denen die erlernten theoretischen Modelle und Methoden zur Lösungsfindung eingesetzt werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

LV1 (Forschungsmethoden der Wirtschaftsinformatik und Informatik):
Wissenschaftsbegriff
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens insbes. im Bereich Wirtschaftsinformatik und Informatik
Literaturrecherche insbes. kritischer Umgang mit Quellen und Literatur
Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten mit informationstechnischem Charakter
Wissenschaftliche Präsentation
Entwicklung von Projekt- und Forschungsanträgen
Anfertigen einer wissenschaftlichen Veröffentlichung
Selbstorganisation in der Forschungsarbeit
LV2 (Forschungsmethoden der Wirtschaftswissenschaften):
Grundlagen der empirischen Forschung
- Definition und Einordnung
- idealtypischer Prozess
- Qualitätskriterien: Objektivität, Reliabilität, Validität; Fehlertypologie
Datenerhebung
- Datenerhebungsmethode (Primärdaten: Beobachtung, Befragung, Experiment, Panelforschung; Sekundärdaten)
- Stichprobenauswahl (Auswahlverfahren, Repräsentativität)
- Gestaltung des Erhebungsinstruments (Skalierung und Skalenniveaus, Grundlagen zu Befragungsmethoden und Fragebogengestaltung, Pretest)
Datenanalyse und -interpretation
- Grundlagen
- Kategorisierung deskriptive vs. induktive Verfahren
- Abgrenzung uni-, bi- und multivariate Verfahren
- univariate und bivariate Verfahren
- Grundlagen zu inferenzstatistischen Verfahren und Hypothesentests: Null- und Gegenhypothese, Signifikanzniveau, Teststatistik
- Multivariate Verfahren
- Überblick über gängige Verfahren
- Verfahren der Dependenzanalyse im Detail
- Regressionsanalyse
- Varianzanalyse
- Verfahren der Interdependenzanalyse im Detail
- Faktorenanalyse
- Clusteranalyse
- Werkzeuge zur statistischen Datenanalyse

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsleistung ist als kombinierte Prüfungsleistung zu gestalten und besteht in der Regel aus einer Projektskizze (Gewichtung: 40%) und einem Referat (Gewichtung: 60%).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Backhaus, Klaus, Erichson, Bernd, Plinke, Wulff und Weiber, Rolf: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer. Heidelberg.
Eberhard, Kurt: Einführung in die Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie. Kohlhammer. Stuttgart
Frank, Ulrich (Hrsg.): Wissenschaftstheorie in Ökonomie und Wirtschaftsinformatik: Theoriebildung und –bewertung, Ontologien. Wissensmanagement. Wiesbaden.
Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J. und Anderson, Rolph E.: Multivariate Data Analysis. Pearson. (relevant: Kapitel 3 Factor Analysis, Kapitel 4 Multiple Regression Analysis, Kapitel 6 Multivariate Analysis of Variance, Kapitel 8 Cluster Analysis)
Herrmann, Andreas, Homburg, Christian und Klarmann, Martin (Hrsg.): Handbuch Marktforschung: Methoden - Anwendungen – Praxisbeispiele. Springer Gabler. Wiesbaden.
Kohler, Ulrich und Kreuter, Frauke: Datenanalyse mit Stata. Allgemeine Konzepte der Datenanalyse und ihre praktische Anwendung. De Gruyter Oldenbourg.
Wooldridge, Jeffrey M.: Introductory Econometrics: A Modern Approach, Mason OH.
Fachartikel zum Selbstverständnis der Wirtschaftsinformatik als Wissenschaft
Zahlreiche Tutorials/Ressourcen zu Stata können im Internet gefunden werden: <http://www.stata.com/links/resources-for-learning-stata/>

Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik (W3M20031)

Research Project in Business Informatics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20031	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	Siehe Pruefungsordnung	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	24	111	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage eine Problematik aus dem betrieblichen Umfeld in einen passenden theoretischen Kontext einzuordnen und dazu eine wissenschaftliche These zu formulieren und zu begründen. Die dazugehörige Fachliteratur können sie systematisch recherchieren und mit deren Quellen wissenschaftlich umgehen sowie deren Qualität bewerten und in die eigene Arbeit sachgerecht einbeziehen.

Die Studierenden ordnen ihre Erfahrungen aus dem betrieblichen Umfeld in einen passenden theoretischen Kontext ein, um daraus Anregungen zu Verfahren, Methoden und Problemlösungen für die betriebliche Praxis abzuleiten und zu formulieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können eine praxisbezogene Problemstellung abstrahieren und auf eine generalisierte Problemstellung übertragen. Dazu wenden sie die Methoden und Formen wissenschaftlichen Arbeitens auf betriebliche Aufgabenstellungen mit einem informationstechnischen Fokus an. Dazu führen sie eine systematische Analyse der wissenschaftlichen Literatur im identifizierten Problem- oder Themenfeld durch, um geeignete Literatur nach wissenschaftlichen Kriterien auszuwählen. Die Auswahl einer geeigneten Methodik können die Studierenden aus praktischer Anschauung und Literatur begründen, die abstrakte Problemstellung unter Anwendung der Methodik zu einer allgemeinen Problemlösung führen und deren Anwendbarkeit auf den zu Grunde liegenden Sachverhalt nachweisen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende sind in der Lage komplexe Sachverhalte zu analysieren und Lösungsansätze in Wort und Schrift zu erläutern und präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten fachlichen Gebiete können sie lösungsorientiert verknüpfen, um daraus anwendungsorientierte (Forschungs-)projekte zu konzipieren, in denen die erlernten theoretischen Modelle und Methoden zur Lösungsfindung eingesetzt werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik	24	111

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Forschungsprojektarbeit:

Die Studierenden fertigen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftsinformatischen oder informationstechnischen Praxisthema an.

Die Aufgabe besteht in der Abstraktion eines Praxisproblems, seiner korrekten wissenschaftlichen Einordnung und der Bearbeitung mit einer methodischen Lösungssuche.

Eine Ergebnispräsentation schließt die Arbeit ab.

Projektseminar:

Einordnen der ausgewählten wissenschaftlichen Theorien und Methoden

Austausch und Diskussion über

- Beobachtetes Praxisproblem
- Geeignete theoretische Modelle zur Einordnung
- Abstraktion und Generalisierung der Problemstellung in eine wissenschaftliche

Fragestellung/These und der Lösungsansätze

- Geeignete methodische Ansätze zur Beantwortung der Fragestellung/Nachweis der These

Wissenschaftliche Präsentation von

- Fragestellung,
- methodischen Ansätzen,
- Zwischenergebnissen und
- Ergebnissen

BESONDERHEITEN

Die Forschungsprojektarbeit hat einen Umfang von 15 - 20 Seiten (erste Seite Einleitung bis letzte Seite Zusammenfassung, ohne Verzeichnisse, Deckblatt, Anhänge, etc.). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von i.d.R. drei Monaten erstellt. Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind:

Projektarbeit 70 % und Mündliche Prüfung 30 %. In der begleiteten Seminarveranstaltung darf die Teilnehmeranzahl 13-15 Teilnehmer nicht überschreiten, um den intensiven Diskussionscharakter und den Austausch im Rahmen des Projektseminars zu fördern.

Im Rahmen der Seminarveranstaltung sind Studienleistungen zu erbringen: Kurzpräsentationen (5-7min) mit Diskussion zur These der Arbeit, zum methodischen Ansatz und zu den Ergebnissen sowie eine 15-20 min Präsentation zur Vorstellung der theoretischen Grundlagen, Begründung der ausgewählten Methodik und Zwischenergebnissen.

Das Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss des Moduls Forschungsmethoden der WI oder vergleichbare Kenntnisse.

LITERATUR

Die Literatur richtet sich stets nach dem jeweiligen Forschungsgegenstand und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren.

Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik II (W3M20032)

Research Project in Business Informatics II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20032	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	Siehe Pruefungsordnung	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	24	126	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen sicher den passenden theoretischen Kontext zu einer Problematik aus dem eigenem oder fremden betrieblichen Umfeld und begründen den wissenschaftlichen Anspruch an eine zu formulierende These. Dazu wählen sie hochwertige Fachliteratur zielsicher aus, gehen sicher mit Quellen wissenschaftlich um und wahren kritische Distanz und Objektivität. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die eigene Arbeit gegen andere Ergebnisse abzugrenzen und den eigenen Beitrag darzustellen sowie geeignete Verfahren, Methoden und Problemlösungen für die Lösung einer betrieblichen Problematik zu verwenden.

METHODENKOMPETENZ

Studierende sind in der Lage, in begrenzter Zeit eine komplexe, aus dem eigenen oder fremden betrieblichen Umfeld gewählte, mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeitende Aufgabenstellung aus einem oder mehreren Gegenstandsbereichen der Wirtschaftsinformatik zu bewältigen. Die Auswahl von Methoden und Formen des wissenschaftlichen Arbeitens, die zur Lösung einer betrieblichen, informationstechnischen oder wirtschaftsinformatischen Aufgabenstellung geeignet sind, können sie begründen und gegen mögliche Alternativen abgrenzen. Die ausgewählte Methodik wenden die Studierenden sicher und zielgerichtet an und stellen Aufgabenstellung und Lösung im Rahmen einer schriftlichen Arbeit sachgerecht dar.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben erfahren, wie für die Anfertigung der Forschungsprojektarbeit wichtige Informationen aus dem betrieblichen Umfeld zu erheben sind und wie Ergebnisse in die Umsetzung gebracht werden können. Sie können fachadäquat in Projekten einen Beitrag zur Umsetzung leisten und kommunizieren, sich im fachlichen Umfeld über Probleme, Konzepte und Umsetzungsalternativen austauschen sowie Verantwortung für die Lösung der Aufgabenstellung übernehmen. Durch die Arbeit in der Gruppe kommen Methoden zur Teamarbeit (z.B. Koordination, Kommunikation und Konfliktlösung) zum Einsatz.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten fachlichen Gebiete können die Studierenden lösungsorientiert verknüpfen. Das erworbene Wissen und Verständnis von ausgewählten Disziplinen der Wirtschaftsinformatik wenden sie auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf an, um selbstständig Problemlösungen zu analysieren, zu entwickeln und/oder zu implementieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik II	24	126

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Forschungsprojektarbeit:

Die Studierenden fertigen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftsinformatischen oder informationstechnischen Praxisthema an.

Die Aufgabe besteht in der Abstraktion eines Praxisproblems, seiner korrekten wissenschaftlichen Einordnung und der Bearbeitung mit einer methodischen Lösungssuche. Eine Ergebnispräsentation schließt die Arbeit ab.

Projektseminar:

Einordnen der ausgewählten wissenschaftlichen Theorien und Methoden

Austausch und Diskussion über

- Beobachtetes Praxisproblem
 - Geeignete theoretische Modelle zur Einordnung
 - Abstraktion und Generalisierung der Problemstellung in eine wissenschaftliche Fragestellung/These und der Lösungsansätze
 - Geeignete methodische Ansätze zur Beantwortung der Fragestellung/Nachweis der These
- Wissenschaftliche Präsentation von
- Fragestellung,
 - methodischen Ansätzen,
 - Zwischenergebnissen und
 - Ergebnissen

BESONDERHEITEN

Von den beiden Modulen Forschungsprojektarbeit I und II soll eine eher betriebswirtschaftliche, die andere eine eher informationstechnische Fragestellung behandeln. Die Forschungsprojektarbeit II soll i.d.R. als Gruppenarbeit mit i.d.R. bis zu 3 Mitgliedern ausgestaltet werden. Die individuellen Leistungen in einer Gruppenarbeit werden über eine eigenständige Forschungsprojektarbeit dokumentiert. Die Forschungsprojektarbeit hat einen Umfang von 15-20 Seiten (erste Seite Einleitung bis letzte Seite Zusammenfassung, ohne Verzeichnisse, Deckblatt, Anhänge, etc.). Die Bearbeitungszeit beträgt i.d.R. 2 Monate. Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Projektarbeit 70 % und Mündliche Prüfung 30 %. In der begleiteten Seminarveranstaltung darf die Teilnehmeranzahl 13-15 Teilnehmer nicht überschreiten, um den intensiven Diskussionscharakter und den Austausch im Rahmen des Projektseminars zu fördern. Im Rahmen der Seminarveranstaltung sind Studienleistungen zu erbringen: Kurzpräsentationen (5-7min) mit Diskussion zur These der Arbeit, zum methodischen Ansatz und zu den Ergebnissen sowie eine 15-20 min Präsentation zur Vorstellung der theoretischen Grundlagen, Begründung der ausgewählten Methodik und Zwischenergebnissen. An diesen Aktivitäten partizipieren die Gruppenmitglieder in vergleichbarem Umfang.

Das Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

W3M20030 und W3M20031

LITERATUR

Die Literatur richtet sich stets nach dem jeweiligen Forschungsgegenstand und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren.

Studienarbeit (W3M20033)

Study Project

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20033	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Studienarbeit	Siehe Prüfungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	0	135	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Methoden und Formen wissenschaftlichen Arbeitens und können diese auf eine Fragestellung anwenden. Sie sind in der Lage, Lösungsansätze aus der wissenschaftlichen Literatur abzuleiten und vorgeschlagene Lösungen in den passenden theoretischen Kontext einzuordnen. In begrenzter Zeit können sie eine mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeitende Aufgabenstellung aus einem oder mehreren Gegenstandsbereichen der Wirtschaftsinformatik bewältigen und im Rahmen einer schriftlichen Arbeit sachgerecht darstellen. Die dazugehörigen Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten fachlichen Gebiete können sie lösungsorientiert verknüpfen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden und Formen des wissenschaftlichen Arbeitens auf eine wissenschaftliche Fragestellung anzuwenden. Eine Aufgabenstellung und deren Lösung können sie im Rahmen einer schriftlichen Arbeit sachgerecht darstellen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende können sich im fachlichen Umfeld über Probleme, Konzepte und Umsetzungsalternativen austauschen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierende sind fähig auch außerhalb des unmittelbaren betrieblichen Kontextes, selbstständig Problemlösungen zu analysieren, zu entwickeln und/oder zu implementieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Studienarbeit	0	135

Die Studierenden fertigen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftsinformatischen oder informationstechnischen Forschungsthema an. Dieses Thema soll – in Abgrenzung zur Forschungsprojektarbeit – einen aktuellen Forschungsbezug aufweisen und soll i.d.R. nicht aus dem praktischen Umfeld des Studierenden stammen.

BESONDERHEITEN

Die Studienarbeit wird in einer Bearbeitungszeit von in der Regel 6 Monaten erstellt und hat einen Umfang von 20 - 30 Seiten (nur Text ohne Verzeichnisse, Deckblatt, Anhänge, etc.).

VORAUSSETZUNGEN

Das Modul W3M20030 Forschungsmethoden muss erfolgreich abgeschlossen sein.

LITERATUR

Die Literatur richtet sich stets nach dem jeweiligen Forschungsgegenstand und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren.

Aktuelle Themen der Wirtschaftsinformatik (W3M20034)

Contemporary Topics in Business Informatics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20034	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Seminararbeit (75%) und Mündlichen Prüfung (25%).	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden eignen sich selbständig angewandtes Forschungswissen aus den Bereichen Wirtschaftsinformatik oder Informatik in den vom Betreuer vorgegebenen Themen an. Sie beherrschen die eigenständige Nutzung wissenschaftlicher Methoden in Wort und Schrift, die im Rahmen der Veranstaltung ständig optimiert und in der Gruppe reflektiert wird. Dieses Modul fördert die Studierenden durch vertiefte, über eine Vorlesung hinausgehende Einarbeitung in ein Thema, indem auf Forschungsprobleme und deren Praxistauglichkeit fokussiert wird. Dieses Modul befähigt die Studierenden zur Orientierung in spezialisierter Forschungsliteratur/Forschungslandschaften.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben und demonstrieren die Fähigkeit, sich aktuelle Veröffentlichungen zum vorgegebenen Thema aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften zu erschließen. Sie können deren Inhalte in schriftlicher und mündlicher Form eigenständig darstellen. Ferner zeigen sie die Fähigkeit, diese in den Kontext der wissenschaftlichen Diskussion einzuordnen und diese einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erarbeiten sich eigenständig den Forschungsstand und weitgehend selbstgeleitet relevante Forschungsansätze und unterziehen diese einer kritischen Bewertung. Die Vermittlung dieser Ergebnisse fördert die Fähigkeit, eine selbstständige, wissenschaftlich reflektierte Position einzunehmen (personale Kompetenz). Ferner tragen sie durch den interaktiven Charakter der Lehrveranstaltung dazu bei, dass alle Studierenden ihr Wissen und ihre Erkenntnisse erweitern und hinterfragen (personelle Kompetenz).

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die vorgestellten Themen anderer Teilnehmer der Lehrveranstaltung zu verstehen, einzuordnen, in geeigneter Art und Weise wiederzugeben und in das eigene Thema einzuordnen sowie kritisch zu reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Aktuelle Themen der Wirtschaftsinformatik	50	85

In jedem Semester werden aktuelle Problemstellungen der Wirtschaftsinformatik oder Informatik untersucht.

Es erfolgt eine thematische und methodische Vertiefung innerhalb der vorgegebenen Themen des Moduls. Gegenstand ist die kritische Auseinandersetzung mit den Quellen und Gegenständen der Themen. Wissens- und Kompetenzerwerb und die damit einhergehende Kreditierung setzt daher die kontinuierliche aktive Teilnahme am dialogischen Austausch im Plenum voraus.

BESONDERHEITEN

Studierende, die dieses Moduls belegen wollen, werden gebeten sich frühzeitig mit dem Modulverantwortlichen in Verbindung zu setzen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Wird vor Beginn der Veranstaltung mitgeteilt und richtet sich nach den gesetzten Themen.

Auszug an relevanten Forschungszeitschriften

- Springer Fachmedien, Wiesbaden, www.wirtschaftsinformatik-management.de,
- Wirtschaftsinformatik, Gabler Verlag | Springer Fachmedien, Wiesbaden, www.wirtschaftsinformatik.de
- Informatik Spektrum, Organ der Gesellschaft für Informatik e.V., Springer Verlag
- Datenbank-Spektrum, Datenbanksysteme und Information Retrieval, Springer Verlag
- HDM – Praxis der Wirtschaftsinformatik, dpunkt Verlag, <http://hdm.dpunkt.de>
- Enterprise Modelling and Information Systems Architectures – An International Journal, Special Interest Group on Modelling Business Information Systems, <http://www.wi-mobis.gi-ev.de/>
- Alle ACM Transaction on ...
 - ... Computer-Human Interaction
 - ... Database Systems
 - ... Information Systems
 - ... Management Information System
 - ... Software Engineering and Methodology
 - ... the Web
- Communications of the ACM
- Alle IEEE Transactions on ...
 - ... Computers
 - ... Knowledge & Data Engineering
 - ... Software Engineering
 - ... u.a.
- IEEE Intelligent System
- IEEE Software
- IT Professional, IEEE
- Management Science, INFORMS Verlag, <http://mansci.journal.informs.org>
- MIT Sloan Management Review, <http://sloanreview.mit.edu>
- Harvard Business Review, Harvard Business Publishing, <http://www.hbr.org>
- Information Systems Research, INFORMS Verlag, <http://isr.journal.informs.org>

Cloud Infrastructures and Cloud Native Applications (W3M20035)

Cloud Infrastructures and Cloud Native Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20035	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Laborarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten Überblick über moderne Cloud-Architekturen und erwerben die Kompetenz, Cloud-Infrastrukturen dynamisch und automatisiert zu erzeugen und cloud-native Anwendungen zu entwickeln und skalierbar auszulegen. Sie kennen die Möglichkeiten, die Cloud-Technologien für Unternehmen bieten und können einschätzen, welche Technologie sich für welchen Anwendungszweck eignet.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können bewerten, ob eine betriebliche Fragestellung durch die vorgestellten Technologien effizient lösen lässt und wie sie die geeignete Technologie auswählen. Sie können ausgewählte Technologien selbständig anwenden und Anwendungen in der Cloud entwickeln und deployen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Cloud Infrastructures and Cloud Native Applications	50	85

Themenliste:

- Grundlagen des Cloud Computing (Konzepte, Hypervisoren, Anwendungsszenarien, Markt-Teilnehmer, Abrechnungsmodelle, Kostenbetrachtungen, etc.)
- Cloud Computing (Software Defined Everything, Deployment- und Service-Modelle)
- Immutable Infrastructure
- Microservice Architecture and Containers
- Container Orchestration
- Deployment and Development
- Cloud-Native Applications
- Service Meshes
- DevOps / GitOps / CloudOps
- Aktuelle Themen

BESONDERHEITEN

Besonders geeignet für Studierende ohne vertiefte Programmierkenntnisse.

VORAUSSETZUNGEN

Elementare Grundkenntnisse im Bereich Programmierung und Netzwerke sind wünschenswert aber kein Muss.

LITERATUR

- Antonopoulos, N./Gillam, L.: Cloud Computing: Principles, Systems and Applications, Springer-Verlag, 2010
- Baun, C./Kunze, M./Nimis, J./Tai, S.: Cloud Computing: Web-basierte dynamische IT-Services
- Buyya, R./Broberg, J./Goscinski, A.: Cloud Computing: Principles and Paradigms, John Wiley & Sons, 2011
- Hunter, T.: Advanced Microservices. Apress, Springer, New York, 2017
- Hwang, K./Dongarra, J./Fox, G.: Distributed and Cloud Computing, Morgan Kaufmann, 2011
- Vossen, G.; Haselmann, T.; Hoeren, T.: Cloud-Computing für Unternehmen, Heidelberg, 2012

Management Digitaler Infrastrukturen (W3M20036)

Management Digitaler Infrastrukturen

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20036	-	1	Prof. Dr. Sebastian Richter	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können Digitale Infrastrukturen konzeptualisieren und erkennen das Phänomen in der Realität wieder. Sie akzeptieren die besondere Herausforderung des Managements Digitaler Infrastrukturen, da diese aufgrund des evolvierenden und emergenten Charakters nicht in einem hierarchischen Ansatz gesteuert werden können. Die Studierenden werden vertraut mit paradoxen Phänomenen und Ansätzen, diese zu managen. Ferner erkennen die Studierenden die Konzepte technische Schuld und Optionenwert als wertvolle Determinanten der Steuerung Digitaler Infrastrukturen an.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Fähigkeit Digitaler Infrastrukturen bezüglich Ihrer Weiterentwicklung beurteilen. Ansätze, die auf Basis von Low-Code umgesetzt werden, können durch die Studierenden bewertet und hinsichtlich Optionenwert und technischer Schuld ausgewertet werden. Die Studierenden können angeleitet Infrastrukturen mittels Low-Code-Verfahren erweitern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die komplexe, evolvierende und emergente Natur von Digitalen Infrastrukturen anzuerkennen und der damit verbundenen Ambiguität offen gegenüber zu stehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Wechselwirkungen digitaler Technologien und sozialer Kontexte, die sich bei der Interaktion mit Digitalen Infrastrukturen manifestieren. Sie erkennen wichtige Implikationen dieser Wechselwirkungen auf soziale Gruppen, Organisationen und Gesellschaft und sind in der Lage, ihr Handeln in diesen Kontext einzuordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management Digitaler Infrastrukturen	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Einführung in das Konzept Digitaler Infrastrukturen (DigIn): Erklärungsansätze der Funktionsweise von DigIn insbesondere mit Bezug zu komplex-adaptiven Systemen; DigIn als ko-evolvierende, dezentrale, rekursive Systemlandschaften

Management von Digitalen Infrastrukturen:

DigIn und die sie begleitenden Paradoxa (Paradox of Change und Paradox of Control); Platformization als Managementansatz des Wandels; Managementinterventionen als Antwort auf aufbrechende Widersprüche im Zusammenhang mit DigIn; Dezentralisierung als zentrales Designpattern Digitaler Infrastrukturen

Praktische Möglichkeiten:

Verbindung von Business Process Management und DigIn; Prozessinnovationen und DigIn; Technische Schuld als Managementobjekt

BESONDERHEITEN

Das Modul eignet sich sehr gut für Digital Business Management

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

- Bygstad, B. & O. Hanseth (2018): Transforming Digital Infrastructures through Platformization. Proceedings of the 26th European Conference on Information Systems (ECIS), Portsmouth, UK.
- Bygstad, B., O. Hanseth, A. Siebenherz & E. Øvrelid (2017): Process Innovation Meets Digital Infrastructures in a High-Tech Hospital. Proceedings of the 25th European Conference on Information Systems (ECIS), Guimara~es, Portugal.
- Freund, J. & B. Rücker (2019): Praxishandbuch BPMN. Mit Einführung in DMN, München: Hanser.
- Grisot, M., O. Hanseth & A. A. Thorseng (2014): Innovation Of, In, On Infrastructures: Articulating the Role of Architecture in Information Infrastructure Evolution. Journal of the Association for Information Systems, 15(4), 197-219.
- Hanseth, O. & K. Lyttinen (2010): Design theory for dynamic complexity in information infrastructures: the case of building internet. Journal of Information Technology, 25(1), 1-19.
- Henfridsson, O. & B. Bygstad (2013): The Generative Mechanisms of Digital Infrastructure Evolution. MIS Quarterly, 37(3), 907-931.
- Jansen, A. & P. Nielsen (2005): Theorizing Convergence: Co-Evolution of Information Infrastructures. Scandinavian Journal of Information Systems, 17(1), 67-100.
- Johannessen, L. K., D. Gammon & G. Ellingsen (2012): Users as Designers of Information Infrastructures and the Role of Generativity. Transactions on Human-Centered Interaction, 4(2), 72-91.
- McLoughlin, I., K. Garetty, R. Wilson, A. Dalley & P. Yu (2016): Doing Infrastructural Work. The role of boundary objects in health information infrastructure projects. Scandinavian Journal of Information Systems, 28(2), 28-56.
- Montealegre, R., K. Iyengar & J. Sweeney (2019): Understanding Ambidexterity: Managing Contradictory Tensions Between Exploration and Exploitation in the Evolution of Digital Infrastructure. Journal of the Association for Information Systems, 20(5), 647-680.
- Tilson, D., K. Lyttinen & C. Sørensen (2010): Digital Infrastructures: The Missing IS Research Agenda. Information Systems Research, 21(4), 748-759.
- Tom, E., A. Aurum & R. Vidgen (2013): An exploration of technical debt. The Journal of Systems and Software, 86(6), 1498-1516.
- Woodard, C. J., N. Ramasubbu, F. T. Tschang & V. Sambamurthy (2013): Design Capital and Design Moves: The Logic of Digital Business Strategy. MIS Quarterly, 37(2), 537-564.

Information Retrieval and Web Search (W3M20038)

Information Retrieval and Web Search

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20038	-	1	Prof. Dr. Raymond Bimazubute	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Studierende erlangen umfassendes Wissen zum Information Retrieval und zur personalisierten Informationsbereitstellung mit Empfehlungssystemen. Studierende sind in der Lage, routiniert die Architektur einer Suchmaschine zu definieren und bestehende Frameworks anzupassen oder weiterzuentwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Funktionalitäten und Grenzen von Suchmaschinen und sind in der Lage, Experimente mit Suchmaschinen und Recommender-Systeme durchzuführen. Studierende erlangen die Fähigkeit, Suchmaschinen und Empfehlungssysteme zu evaluieren und für eine gegebene Fragestellung der Informationsbereitstellung die richtigen Bibliotheken und Frameworks auszuwählen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erlangen die Kompetenz, eigenständig die Architektur einer auf Suchtechnologie basierenden Anwendung zu erarbeiten. Sie können über Information-Retrieval-Konzepte und deren Anwendung plausibel argumentieren und eigene Lösungen nachvollziehbar darstellen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Studierende können ihre Kenntnisse auf praxisorientierte und betriebliche Problemstellungen anwenden und selbstständig Lösungen erarbeiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Information Retrieval and Web Search	50	85

Information Retrieval ist die Grundlage moderner Suchmaschinen. Dieses Modul gibt einen Einblick in die wichtigsten Themen des Information Retrieval und der Suchmaschinen. Die Grundlagen des Information Retrieval werden vermittelt. Die Architektur einer Suchmaschine wird behandelt, grundlegende Retrieval-Modelle (z.B. Boolesches-, Vektorraum-Modell) erläutert und relevante Verfahren wie die Indexierung, die Termgewichtung, Ähnlichkeitsmaße und Rankingmechanismen erläutert. Darüber hinaus werden Empfehlungssysteme (Recommender-Systeme) als Technik der personalisierten Informationsbereitstellung behandelt. In Übungen werden die behandelten Konzepte und Verfahren anhand von Beispielen vertieft.

Folgende Themen werden behandelt:

- Suchmaschinen und Information Retrieval: Konzepte und Grundlagen
- Die Architektur einer Suchmaschine
- Die Evaluierung von Suchmaschinen
- Retrieval-Modelle
- Indexstrukturen, Algorithmen und Datenstrukturen
- Linguistische Methoden im Information Retrieval
- Modellierung von Webdokumenten und personalisierte Websuche
- Grundlegende Konzepte von Recommender-Systemen (inhaltsbasierte, kollaborative, hybride Methoden)
- Existierende Frameworks für Recommender-Systeme
- Algorithmen für Recommender-Systeme (Matrix factorisation, Nachbarschaftsalgorithmen, etc.)
- Evaluation von Recommender-Systemen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Es werden grundlegende Kenntnisse der Programmierung in Java vorausgesetzt. Jedoch werden innerhalb der Vorlesungen die darüber hinaus gehenden Kenntnisse vermittelt.

LITERATUR

- Baeza-Yates, R.; Ribeiro-Neto, B.: Modern Information Retrieval, Addison Wesley, 2010.
- Manning, C.D.; Raghavan, P.; Schütze, H.: Introduction to Information Retrieval, Cambridge University Press; 2008.
- Büttcher, S.; Clarke, C.; Cormack, G.: Information Retrieval: Implementing and Evaluating Search Engines, MIT Press, 2016.
- RennBerg, V. Adaptives, baukastenbasiertes Recommendersystem. BoD—Books on Demand, 2010.
- Aggarwal, Charu C. Recommender systems: The Textbook. Springer International Publishing, 2016.
- Jannach, D., Zanker, M., Felfernig, A., & Friedrich, G. (2010). Recommender systems: an introduction. Cambridge University Press.
- Klahold, André. Empfehlungssysteme: Recommender Systems-Grundlagen, Konzepte und Lösungen. Springer-Verlag, 2009.
- Gedikli, Fatih. Recommender systems and the social web: Leveraging tagging data for recommender systems. Springer Science & Business Media, 2013.
- Ricci, Francesco, Lior Rokach, and Bracha Shapira. Introduction to recommender systems handbook. Recommender systems handbook. Springer, 2015

Masterarbeit (W3M20040)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20040	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Masterarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Mündliche Prüfung (Kolloquium)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	31	569	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist von sechs Monaten eine komplexe anwendungsbezogene Fragestellung aus dem Umfeld der Informationstechnik, Wirtschaftsinformatik und/oder der Wirtschaftswissenschaften unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten zu bearbeiten. Dabei stellen sie den theoretischen und methodischen Ansatz für die Arbeit in Form eines Proposals für die Arbeit dar. Die Themenstellung wird von den Studierenden unter Verwendung des wissenschaftlichen Methodeninstrumentariums bearbeitet und die Ergebnisse sachgerecht und umfassend in Form einer Abhandlung oder als Zweiteilung zwischen einem ausgearbeiteten Research-Proposal und einem wissenschaftlichen Fachaufsatz dargestellt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können ein vorliegendes praktisches Problem abstrahieren, klassifizieren und begründen die Auswahl einer geeigneten Methodik aus praktischer Anschauung und wissenschaftlicher Literatur. Sie führen die abstrakte Problemstellung unter Anwendung der Methodik zu einer allgemeinen Problemlösung und weisen deren Anwendbarkeit auf den zugrundeliegenden Sachverhalt nach. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die in der schriftlichen Arbeit behandelten Fragestellungen im Rahmen eines Kolloquiums in einen breiteren fachlichen Zusammenhang einzuordnen und wissenschaftlich begründete Thesen angemessen vorzustellen und zu verteidigen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende können professionell und konstruktiv Feedback geben und empfangen und verfügen über die Abstraktionsfähigkeit, ein beobachtetes Problem in der beruflichen Praxis in einen theoretischen Kontext einzuordnen. Sie können selbständig den theoretischen und methodischen Zusammenhang herzustellen und daraus für das abstrahierte Problem wissenschaftlich fundiert einen allgemeingültigen Ansatz erarbeiten und diesen zurück in die Praxis transformieren. Darüber hinaus sind sie in der Lage, gut organisierte, effektive, informative und überzeugende Präsentationen zu erstellen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über Kommunikationsfähigkeiten und beherrschen Kommunikationstechniken (mündlich, schriftlich, graphisch und unter Einsatz von modernen Technologien), um Informationen zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Masterkolloquium	31	569

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Inhalt des "Master Research Seminar":

Auswahl eines geeigneten Themas, Erarbeitung der wissenschaftlichen Grundlagen, Konzeption eines methodisch fundierten Lösungsansatzes, Demonstration einer Umsetzungsstrategie. Dazu regelmäßige Vorstellung der Inhalte und der Arbeitsfortschritte in Form von Kurzpräsentationen, darunter Vorstellung und Präsentation eines Proposals, des methodischen Ansatzes sowie die Ergebnisse und deren Interpretation; Diskussionen.

Die Inhalte ergeben sich aus den jeweiligen Forschungsfragestellungen.

Das Kolloquium beinhaltet die Präsentation und Diskussion der Masterarbeit (Verteidigung).

BESONDERHEITEN

Unbenotete Studienleistungen:

Im Rahmen des Master Research Seminars werden 3 Präsentationen gehalten und vom Studierenden eine diesbzgl. Diskussion geleitet (Präsentationsinhalt s. Inhalte des Moduls).

Um eine intensive Diskussionskultur zu fördern, sollten nicht mehr als 15 Teilnehmer am Research-Seminar teilnehmen. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt i.d.R. 6 Monate. Die Masterarbeit kann als geschlossene Arbeit oder in der Aufteilung eines Research Proposals (Forschungsantrag) und eines Fachaufsatzes ausgestaltet werden.

Die Masterarbeit hat einen Umfang von 60-80 Seiten (als geschlossene Arbeit) bzw. 10 -15 Seiten Research Proposal und 30-40 Seiten Fachaufsatz.

Gewichtung: Masterarbeit 75%, Kolloquium 25%

Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss der Module Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik, Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik und Studienarbeit.

LITERATUR

-

Vertrieb und Verhandlungen im IT-Consulting (W3M20041)

Sales and Negotiations in IT - Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20041	-	1	Prof. Dr. Frank Koslowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Mündlicher Prüfung [40%] und Referat [60%].	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden optimieren ihre Bewerbungsunterlagen und kennen Auswahlverfahren von Beratungsunternehmen. Sie beherrschen die Struktur verschiedener Auswahlinstrumente und können Bewerbungsverfahren erfolgreich absolvieren. Sie wissen um Leistungseinschätzung und -bewertung und können eine Verbindung zu Entgeltaspekten herstellen. Sie können die Höhe Ihrer Gehaltsvorstellungen am Markt ermitteln und begründen.

Die Studierenden optimieren ihre Bewerbungsunterlagen und kennen Auswahlverfahren von Beratungsunternehmen. Sie beherrschen die Struktur verschiedener Auswahlinstrumente und können Bewerbungsverfahren erfolgreich absolvieren. Sie wissen um Leistungseinschätzung und -bewertung und können eine Verbindung zu Entgeltaspekten herstellen. Sie können die Höhe Ihrer Gehaltsvorstellungen am Markt ermitteln und begründen.

Die Studierenden sind in der Lage, in Unternehmen die Gestaltung und Durchführung von IT Beratungsdienstleistungen ebenso wie für die Bewertung des Nutzens und der Qualität solcher Leistungen zu übernehmen. Die Studierenden können interessengerechte IT Beratungskonzepte und die zugehörigen Dienstleistungsverträge gestalten und Verhandlungen mit Fach- und Führungspersonen vorbereiten und durchführen.

Die Studierenden können einem potentiellen Kunden Gegenstand und Nutzen von IT-Beratungsdienstleistungen fundiert und überzeugend erläutern und Vertragsverhandlungen unterstützen und erfolgreich führen. Sie sind in der Lage, sachlich sinnvolle Beratungsdienstleistungsverträge zur Erreichung der Unternehmens bzw. Organisationsziele zu gestalten und vorzubereiten.

Sie sind in der Lage, die Gestaltung und Durchführung von IT Beratungsdienstleistungen zu übernehmen und Nutzens und Qualität solcher Leistungen einzuschätzen.

Die Studierenden können einem potentiellen Kunden Gegenstand und Nutzen von IT-Beratungsdienstleistungen fundiert und überzeugend erläutern und Vertragsverhandlungen unterstützen und erfolgreich führen. Sie sind in der Lage, sachlich sinnvolle Beratungsdienstleistungsverträge zur Erreichung der Unternehmens bzw. Organisationsziele zu gestalten und vorzubereiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen traditionelle wie aktuelle Bewerbungsmethoden (Telefoninterview, Videobewerbung) und können unterschiedliche Auswahlverfahren erfolgreich absolvieren.

Studierende können rechtlich und sachlich sinnvolle Beratungs-Dienstleistungsverträge unter Berücksichtigung der Unternehmens- bzw. Organisationsziele gestalten. Sie können die zur Einhaltung oder Wiederherstellung der Kundenzufriedenheit oder der eigenen Unternehmensinteressen erforderlichen organisatorischen, technischen und juristischen Maßnahmen festlegen. Sie können die im Studium erlernten Inhalte und Konzepte in Dienstleistungsangebote umsetzen, diese zielgerichtet kommunizieren und schriftlich zur Vertragsvorbereitung fixieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden überzeugen potenzielle Arbeitgeber fachlich wie kommunikativ. Sie verfügen über ein breites Repertoire an Verhaltensweisen die sie in unterschiedlichen Auswahlverfahren (z.B. Fallstudienmethode) erfolgreich einsetzen. Mit Eintritt in das Unternehmen knüpfen Sie Kontakte, bauen ein internes Netzwerk auf und können auf wechselnde Anforderungen schnell reagieren. Sie überzeugen durch Leistung wie Verhalten und erzielen ein angemessenes Entgelt. Studierende verstehen im Rahmen von Beratungsdienstleistungen Anforderungen von Kunden, können diese gegenüber den Interessen der eigenen Organisation einordnen und zu Vereinbarungen gelangen, die unter Berücksichtigung ethischer und sozialer Aspekte im beiderseitigen Vorteil sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über Kommunikationsfähigkeiten und beherrschen Kommunikationstechniken (mündlich, schriftlich, graphisch und unter Einsatz von modernen Technologien), um Informationen zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln. Sie überzeugen in Auswahlverfahren und können das gewünschte Entgelt artikulieren und vertreten, Sie können Verhandlungsstrategien anwenden um Kunden zum Abschluss von Verträgen zu bewegen.

LERNHEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNHEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertrieb und Verhandlungen im IT-Consulting	50	85
- Auswahl, Rekrutierung und Onboarding von IT-Consultants		
- Motivation		
- Bewertung von Berater/-innen (Performance / Entgelt)		
- Unternehmensinterne vs. externe Beratung,		
- Marketing und Vertriebsstrategien für IT-Beratungsprojekte		
- Beratungsmarkt		
- Standardisierung von Beratungsdienstleistungen		
- Grundlagen der Vertragsgestaltung		
- Service Level Agreements		
- Verhandlungsstrategien		

BESONDERHEITEN

Prüfungsdauer gilt nur für den Prüfungsteil Klausur oder Referat oder mündliche Prüfung bei Kombiniertes Prüfung

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Fisher, R./ Ury, W./ Patton, B., Das Harvard-Konzept: Die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse -, DVA,: 5. Auflage München: DVA 2021
- Helmold, M./ Dathe, T./, Hummel, F., Erfolgreiche Verhandlungen, Best-in-Class Empfehlungen für den Verhandlungsdurchbruch, Wiesbaden: Gabler 2019
- Hiles, A.: The Complete Guide To IT Service Level Agreements: Aligning It Service To Business Needs. Brookfield 2002
- Lippold, D.; Grundlagen der Unternehmensberatung, Strukturen – Konzepte – Methoden, 2. überarbeitete Auflage München: De Gruyter Oldenbourg 2020
- Niedereichholz, C., Niedereichholz, J.: Consulting Wissen. Modulares Trainingskonzept für Berater mit Fallstudienhinweisen. München: De Gruyter Oldenbourg 2008
- Niedereichholz, C., Unternehmensberatung: Band 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München: De Gruyter Oldenbourg Oldenbourg2010
- Scholderer, R., Management von Service-Level-Agreements,

Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Advanced Aspects in IT-Consulting (W3M20042)

Advanced Aspects in IT-Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20042	-	1	Prof. Dr. Frank Koslowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, in Organisationen proaktiv technische und organisatorische Folgen neuer IT-Systeme abzuschätzen, ganzheitlich zu bewerten und Verantwortung für die Qualität solcher Leistungen zu übernehmen. Die Studierenden kennen aktuelle Konzepte des TQM und können diese zielgruppengerecht erfolgreich anwenden. Die Studierenden können systemorientiert Transformationsprozesse in Unternehmen vorbereiten und in der Funktion des IT-Consultants begleiten.

METHODENKOMPETENZ

Studierende kennen Werkzeuge und Methoden der Technologiebewertung, können die für die jeweilige Fragestellung wesentlichen auswählen und zielgerichtet anwenden. Sie können die Werkzeuge der Operational Excellence unter Berücksichtigung der erforderlichen organisatorischen und technischen Rahmenbedingungen festlegen und in der Organisation implementieren. Sie können als Transformationsbegleitung erfolgreich für den Kunden wirken.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Studierende verstehen im Rahmen von Beratungsdienstleistungen die Anforderungen von Kunden an Operational Excellence und können in diesem Kontext als Transformationsbegleitung unter Berücksichtigung ethischer und sozialer Aspekte erfolgreich wirken. Sie können einzusetzende Technologien abschätzen und bewerten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über konzeptionelle und systemische Kompetenz. Sie können Folgen des Einsatzes disruptiver Technologien methodisch erfassen und Informationen sammeln und strukturiert aufbereiten, um Wirkungen auf Menschen und Prozesse in Organisationen abschätzen und bewerten zu können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Aspects in IT-Consulting	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

- Technologiebewertung
- Operational Excellence, TQM Methoden, Six Sigma, Erfolgsfaktoren der Operational Excellence, PPM
- Kennzahlen und Dashboards, Bezug BI und BW
- Changemangement, Transformationsmanagement
- Positive Psychologie
- Arbeits- und Organisationspsychologie
- Systemische Beratung

Es werden Auswirkungen auf das IT-Consulting aufgezeigt und analysiert. Methoden und Werkzeuge zu Problemlösungen werden in Seminarform und in Fallstudien bearbeitet. Praktikervorträge können die Veranstaltung ergänzen. Optional weitere Themenfelder wie Arbeitswirtschaft, Ergonomie, Nachhaltigkeit

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Brinkmann, R., Angewandte Wirtschaftspsychologie, Pearson 2018
Dahm, M./Brückner, A.D., Operational Excellence mittels Transformation Management, Gabler: Wiesbaden, 2014
Goetsch, D./Davis, S., Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality, Pearson, 8. Auflage 2015 Haag, C./ Schuh, G., Schuh G./Schmelter, K, Technologiebewertung: in Technologiemanagement, Schuh, G./Klappert, S. (Hrsg.), Springer, Berlin/Heidelberg, 2011
Keuper, F., Schomann, M., Sikora, L.I., Wassef, R. (Hrsg.), Disruption und Transformation Management, Gabler: Wiesbaden
Morgan, G.: Images of Organisation. Stuttgart, 2018
Schein, E.: Organisational Culture and Leadership. Jossey Bass.. 9. Auflage 2016
Schuh, G./Dölle, C. Sustainable Innovation, Nachhaltig Werte schaffen, Berlin/Heidelberg: Springer, 2. Auflage 2021
Zweig, K.A./ Krafft, T.D./ Klingel A./ Park, E. Sozioinformatik, Hanser München, 2021

Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Digital Learning and Teaching - Education, Training Continuing Education (W3M20051)

Digital Learning and Teaching - Education, Training Continuing Education

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20051	-	1	Prof. Dr. Sabine Möbs	Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Students get to know a variety of learning technology and digital media and to evaluate those regarding suitability in a given learning context. Students get to know the most common approaches in digital learning pedagogy and andragogy and are introduced to an overview of digital learning design. Students learn about technical and organisational requirements for a digital learning system and which parameters allow to identify suitable technology. Students learn to analyse didactical design scenarios and requirements as well as to assess learning outcomes of distinct learning scenarios, considering state-of-the-art research. Students are given a small project to do prototype design of a learning environment. They are able to develop a draft for a learning environment and can assess such environment, considering didactics and design.

METHODENKOMPETENZ

Students are able to develop an instructional design and to identify and structure subject matter resources according to this instructional design. Students are able to apply theories and methods to solve challenges in the development of learning scenarios and environments. They are able to deduct recommendations and present those results.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Students are building the capacity to emphatically orientate in a learning setting to develop learner-centered learning with the learner target group.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Students have the ability to plan an instructional design, based on recent literature and research.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digital Learning and Teaching - Education, Training Continuing Education	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Technologies and Didactical/Andragogical Models

Which technologies are used and what do they look like?

Which didactical/andragogical models are applied or will be considered during development of a learning environment.

Selected Learning Methods

Blended Learning, flipped classroom, mobile learning, social learning, video learning, gamification, barcamp/world-café, learning labs, AR/VR/MR learning

Planning, Design and Implementation of a Digital Learning Environment

Basic parameters for selection of a suitable system

Instructional design of the learning environment

Social learning arrangements

Evaluation of Learning Environments

Digital Learning and Teaching - Current Research

Recent studies and research results on applied digital learning

Research results on the implementation and efficiency of digital learning methods

BESONDERHEITEN

The portfolio consists of a digital learning concept [75%], a prototype implementation [15%] and a presentation of the learning concept [10%]. This can be done as individual or group work (unified marking) in groups of no more than 2 students per group.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Cennamo, K. und Kalk, D. (2019) Real World Instructional Design. Taylor & Francis

European Commission (2020). Digital Education Action Plan (2021-2027). Resetting education and training for the digital age. URL:

https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_en

Gleason, N. (Ed.) (2018). Higher Education in the Era of the Fourth Industrial Revolution. Palgrave Macmillan. Open Access.

Greenfield, S. (2014) Mind Change - How Digital Technologies are Leaving Their Mark on Our Brain

Hadlington, L. (2017). Cyber Cognition. Sage Publishing.

Wheeler, S. (2019) Digital Learning In Organizations, Kogan Page.

Current Research Papers on (for example):

Agile Learning Design

Open Education

Data-based Learning Design

Learner User Experience

Additional German Literature

Aktuelle Beiträge Hochschulforum Digitalisierung

Reinmann, Gabi (2013): Didaktisches Handeln. Die Beziehung zwischen Lerntheorien und Didaktischem Design. In: Martin Ebner, Sandra Schön und Jennifer C. Frey (Hg.): Lehrbuch für Lernen und Lehren mit Technologien.

Thilloßen, A., Zimmer, G., Arnold, P. und Kilian, L. (2018) Handbuch E-Learning: Lehren und Lernen mit digitalen Medien. utb, W.Bertelsmann Verlag, Bielefeld.

It is assumed that the most recent edition of books is used.

Introduction to Design for Augmented and Virtual Reality (W3M20052)

Introduction to Design for Augmented and Virtual Reality

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20052	-	1	Prof. Dr. Sabine Möbs	Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Projekt- bzw. Forschungsskizze (50%) und Referat (50%)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Students get to know a variety of technology and design concepts and to evaluate those regarding suitability in a given context. Students get to know the most common approaches in Augmented and Virtual Reality Design.

Students learn about technical and organisational requirements for the selection of a given AR or VR system.

Students get to know typical application scenarios, for example teaching and training, advertisement, maintenance, on-boarding of new staff, enhancement of technical devices, games, considering state-of-the-art research.

Students apply their acquired expertise in an individual prototype design of an AR or VR project.

METHODENKOMPETENZ

Students know how to design an AR or VR prototype, for a given context and how to evaluate its user experience for a wide variety of users.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Students are building the skill to emphatically orientate in an application scenario and design user-centered AR and VR applications.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Students are enabled to plan and design AR and VR applications, based on recent technical and research literature and user research.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Introduction to Design for Augmented and Virtual Reality	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

3D UX

Challenges for 3D Interaction Design
Designing for Presence
Spatial Interfaces
Storytelling Essentials

3D UIs

The Reality of the User's Brain in 3D: Gaze, Gesture & Voice
The Designer's Brain in 3D
Transitioning from 2D to 3D UIs

Designing 3D Story Flow

Storytelling and Personas
Designing around Hardware and Technology Limits

Wireframe 3D Interactions

Developing Interaction Models for AR and VR
Holographic Interface Storyboarding Techniques
Wireframing Immersive Interactions
3D Wireframing Tools
3D Prototyping

Outlook on programming and hardware

The AR development process and its tools
Programming languages for AR and VR programming
Open source and open hardware in AR and VR development

Bringing it Together

Spatial Interactions and UI Considerations
3D Navigation
Designing Immersive Content
Holographic UI Design
Gamification for Any Immersive Designs

Validating 3D Experiences

Measuring Presence
Tools for Evaluating AR Experience
Inclusive AR Design: Accessibility, Gender, Diversity

Immersive UX in the context of AR and VR

Storytelling, Imagineering and improvisation

Building blocks of 3D UX

Review limitations, opportunities and essential skills
Storytelling, 3D-prototyping and Wireframing
Evaluate virtual environments for presence

Good and bad VR/AR UX design

Industry, Academia, Art and Games

BESONDERHEITEN

The combined examination consists of a seminar paper [50%] and a presentation [50%]. An AR design concept has to be submitted as seminar paper and the presentation needs to showcase a prototype.
The module is an elective in the certificate program.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Benito, J.R.L. & Gonzalez, E.A.; Enterprise Augmented Reality Projects: Build real-world, large-scale AR solutions for various industries, 2019
- Linowes, J. & Babilinski, K.; Augmented Reality for Developers
- McDaniel, T. & Panchanathan, S.; Haptic Interfaces for Accessibility, Health, and Enhanced Quality of Life
- Peddie, J.; Augmented Reality - Where we will all live
- Rogers, Sharp, Preece; Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction, Wiley John + Sons, 2015
- Shneiderman, Plaisant; Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction", Pearson, 2017
- The Open Augmented Reality Teaching Book, <https://codereality.net/ar-for-eu-book/>
- Tullis, T. & Albert B.; Measuring the User Experience
- Virtual, Augmented and Mixed Reality; 13th International Conference, VAMR 2021, Held as Part of the 23rd HCI International Conference, HCII 2021, Virtual Event, July 24–29, 2021, Proceedings
- Selected current research papers

Forschungsmethoden MBA (W3M40001)

Applied Research (MBA)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40001	-	1	Prof. Dr. Thomas Dobbstein	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Verständnis für die Bedeutung von empirischer Wissenschaft erlangt. Darüber hinaus haben sie ein Verständnis für den Nutzen von wissenschaftlichen Untersuchungen und Theoriebildung für praktische Fragestellungen entwickelt. Die Studierenden sind Expertin oder Experte für anwendungsorientierte empirische Forschung. Sie haben Kenntnis der jeweils angemessenen Verfahren der Gewinnung und Analyse von Informationen in Form von Datengenerierung, -aufbereitung, -analyse und -interpretation im Kontext typischer Forschungsfragestellungen, um daraus eine Handlungsempfehlung abzuleiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Relevanz von Forschungsprojekten und Ableitung praktisch nutzbarer Denkanstöße oder Handlungsempfehlungen zu beurteilen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Rahmen der Wertschätzung von empirisch wissenschaftlichen Vorgehensweisen kennen sie die Bedeutung der ethischen und verantwortungsbewussten Datenerhebung und Datenverwendung unter denen die Analyse und Interpretation von Erkenntniszusammenhängen möglich ist.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und formulieren empirische wissenschaftliche Fragestellungen, leiten ein geeignetes Forschungsdesign ab und reflektieren kritisch die Ergebnisse und den Forschungsprozess.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsmethoden MBA	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Theoretische Grundlagen der Wirtschafts- und Sozialforschung
- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen und Erkenntnistheorien
- Modellentwicklung und resultierende Theoriebildung sowie Theoriebewertung

Prozesse der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung
- Formulierung von Fragestellungen
- Hypothesenbildung
- Auswahl des Forschungsdesigns
- Datenerhebung
- Datenanalyse und –interpretation mittels geeigneter Software, z.B. SPSS

Ausgewählte Verfahren der Wirtschafts- und Sozialforschung
- Beobachtung, Befragung und experimentelle Verfahren
- Psychometrische und apparative Verfahren
- Uni-, bi- und multivariate Verfahren
- qualitative Verfahren, z.B. Inhaltsanalyse

Anwendungsorientierte Forschungsprojekte
- Sammlung potentieller Forschungsthemen
- Skizze für das Design eines exemplarischen Forschungsthemas

BESONDERHEITEN

Der Transferbericht richtet sich nach Anhang 1 zu § 5, lfd. Nr. 10, Satz 3 der MaStuPro DHBW.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (Bachelorniveau) und Grundlagen der deskriptiven Statistik.

Bei Bedarf empfohlenes Pre-Reading: Malhotra, Naresh K./Nunan, Daniel/Birks, David F.: Marketing Research, an applied approach, chapter 3 (research design), 13 (questionnaire design), 14 (sampling design and procedures), 15 (Sampling: determining sample size)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Baur, Nina; Fromm, Sabine: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene - Ein Arbeitsbuch, 2., überarb. und erw. Auflage, Wiesbaden, 2008
- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff.; Weiber, Rolf: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, 15. Vollständig überarbeitete Auflage, Berlin, 2018
- Barker, Gillian, Kicher, Philip: Philosophy of Science: A new introduction, Oxford, 2014
- Berekoven, Ludwig; Eckert, Werner; Ellenrieder, Peter: Marktforschung - Methodische Grundlage und praktische Anwendung, 12., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden, 2009
- Fantapié Altobelli, Claudia: Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 3., vollständig überarbeitete Auflage, Stuttgart, 2017
- Heidig, Wibke / Dobbstein, Thomas: Quick Guide Marktforschung im Mittelstand, Wiesbaden, 2021
- Hey, Barbara: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, 2., überarbeitete Auflage, Heidelberg, 2019
- Kornmeier, Martin: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg, 2007
- Kuhn, Thomas: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, 2., rev. und um das Postskriptum von 1969 erg. Aufl., Frankfurt a. Main, , 2020
- Kuckartz Udo et al.: Statistik - Eine verständliche Einführung, 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2013
- Kuckartz, Udo: Qualitative Inhaltsanalyse, 5. Auflage, Weinheim, 2022
- Lemos, Noah: An introduction to the Theory of Knowledge, Cambridge, 2020
- Saunders, Mark: Research Methods for Business Students, Harlow, 2015
- Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung, 11. überarbeitete Auflage, Berlin, Boston, 2018
- Stichel-Wolf, Christine; Wolf, Joachim: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, 10. aktualisierte u. erweiterte Auflage, Wiesbaden, 2022
- Stier, Winfried: Empirische Forschungsmethoden, 2., verb. Auflage, Berlin, 1999
- Theisen, Manuel R.: Wissenschaftliches Arbeiten, 18., neu bearbeitete und gekürzte Auflage, München, 2021

Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre (W3M40002)

Decision based Business Economics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40002	-	1	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur 50 % und Referat 50 %	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden bekommen einen umfassenden Überblick über typische Entscheidungen im Rahmen der Betriebswirtschaft. Sie kennen Ziele, Zielhierarchien und Zielkonflikte der Shareholder und Stakeholder eines Unternehmens. Sie kennen die betriebswirtschaftlichen Funktionen, deren Aufgaben und Instrumente und können die betriebswirtschaftliche Fachsprache grundlegend und richtig anwenden. Sie haben einen fundierten Überblick über die konstitutiven Entscheidungen eines Unternehmens und können strategische Optionen erkennen und deren situative Vor- und Nachteile erörtern.

METHODENKOMPETENZ

Sie können Methoden zur Entscheidungsunterstützung mit Vor- und Nachteilen erläutern und auf strategische Sachverhalte selbstständig anwenden und neue anforderungsgerechte Lösungen im Rahmen der Unternehmung konzipieren. Sie können dazu betriebliche Sachverhalte systematisch qualitativ und quantitativ erfassen, aufbereiten und auswerten. Sie können erlernte Methodiken anwenden und im Anwendungsbezug reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen – neben den ökonomischen Erfordernissen – gleichzeitig die subjektiven Ziele der an der Unternehmung beteiligten Akteure (Stakeholder) im Allgemeinen sowie insbesondere die Sicht von Mitarbeitenden im Speziellen. Dazu können sie auch Machtstrukturen und Bedürfnisse in Entscheidungen einbeziehen. Die Studierenden können zudem einer breiten Öffentlichkeit die Notwendigkeit und die Bedeutung betrieblicher Prozesse aus einer makro- wie auch mikroökonomischen Sichtweise vermitteln und Argumente kritisch hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Absolvent*innen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge arbeiten sich ein in die grundlegende Denkweise der Betriebswirtschaftslehre und in die betrieblichen Entscheidungen. Studierende können nach Abschluss dieses Moduls und anderen grundlegenden Weiterbildungsmodulen den Master of Business Administration auch ohne wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschluss erfolgreich durchlaufen. Sie sind in der Lage, auftretende Kenntnislücken selbstständig zu schließen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen der Betriebswirtschaft:
Begriffliche Grundlagen
Betriebswirtschaftslehre im System der Wissenschaften
Real- und Nominalgüterströme entlang der Wertschöpfung
Bestimmungsfaktoren und Merkmale des wirtschaftlichen Strukturwandels

Entscheidungsperspektive:
Grundlagen der Entscheidungen im Unternehmen (typische Entscheidungen, Methoden zur Unterstützung, Rollen und Träger)
Zielsystem der Unternehmung und Zielkonflikte
Entscheidungsprozess und Informationsstand (Methoden, Modelle, Regeln unter Berücksichtigung von Sicherheit - Risiko - Ungewissheit)
Irrationalitäten und Entscheidungspathologien/-anomalien

Konstitutive Entscheidungen
Relevanz und Besonderheiten
Betriebliche Standortwahl
Rechtsformen
Kooperationsformen (Unternehmenszusammenarbeit)

Managementperspektive
Führung und betriebliche Mitbestimmung
Typische Führungsfunktionen (in Abgrenzung zu operativen betriebswirtschaftlichen Funktionen)
Shareholder- vs. Stakeholderperspektive (vs. Shared Value Perspektive)
Aktuelle Entwicklungen / Managementtrends

BESONDERHEITEN

Kombinierte Prüfung setzt sich zusammen:
Klausur 60 Min [50%] / Referat 30 Min. mit 15 Min Vortrag und 15 Min. Diskussion [50%].

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bamberg, G./Coenberg, A.; Krapp, M: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, Vahlen (insbes. Kapitel 1 & 2)
- Jeschke, B.: Entscheidungsorientiertes Management: Einführung in eine konzeptionell fundierte, pragmatische Entscheidungsfindung, De Gruyter Oldenbourg
- Kourdi, J.: Business Strategy: A guide to effective decision-making, The Economist (insbes. Kapitel 6 & 18)
- Pepels, W.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, UTB
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlen

Wertschöpfung und Kostenmanagement (W3M40003)

Supply Chain Management and Internal Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40003	-	1	Prof. Dr. Dietmar Polzin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis der unternehmerischen und betrieblichen Wertschöpfungskette. Sie kennen die wesentlichen strategischen und operativen Inhalte und Anforderungen der Kernprozesse Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgung. Darauf aufbauend erwerben sie ein grundlegendes Verständnis der im Wertschöpfungs- bzw. Leistungsprozess entstehenden Kosten und deren betriebswirtschaftliche Handhabung. Studierende kennen auf dieser Basis wesentliche Konzepte, Methoden und Werkzeuge für eine erfolgreiche Gestaltung und Optimierung von Wertschöpfungsketten und Kostenstrukturen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende kennen mit Abschluss des Moduls die in den Modulhalten aufgeführten Methoden und sind in der Lage, die für ihre betriebliche Problemstellung angemessene Methode auszuwählen und anzuwenden. Dabei haben sie die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, übergreifende Prozesse und nicht separate Funktionen zu verstehen und somit ein Verhalten des Ausgleichs, der Abwägung und des gegenseitigen Verständnisses in komplexen Wertschöpfungssystemen anzunehmen, insbesondere die Perspektive eines anderen Akteurs der Wertschöpfungskette – Kunde*in, Lieferant*in oder auch eigener Unternehmensbereich – einzunehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Studierende sind sensibilisiert für die praktischen Voraussetzungen und Implikationen des Wertschöpfungs- und Kostenmanagements. Sie sind in der Lage, an deren Einführung und Weiterentwicklung in der Praxis mitzuwirken. Studierende erwerben außerdem die Kompetenz, Führungsentscheidungen zu umreißen und zu begründen und können daher einen Beitrag zur Verbesserung der Wertschöpfung und der resultierenden Unternehmensleistung erbringen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wertschöpfung und Kostenmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

WERTSCHÖPFUNGSKETTENMANAGEMENT

Grundlagen
Konzeptionelle und begriffliche Orientierung
Wertschöpfung, Materialwirtschaft, Logistik, Supply Chain Management
Handlungsfelder und Erfolgsfaktoren der inner- und überbetrieblichen Supply Chain
Integrierte Beschaffungs-, Produktions-,Distributions- sowie Entsorgungslogistik
Industrielle und dienstleistungsorientierte Wertketten
Beschaffung
Ziele und Handlungsfelder der Materialwirtschaft / Beschaffung / Einkauf
Gestaltung Beschaffungsstrukturen, Beschaffungsstrategien und Lieferantenmanagement
Operative Beschaffung: Bestands-, Bedarfs-, Bestellplanung
Prozesse im Wareneingang
Produktion
Ziele und Handlungsfelder der Produktion
Produktionsplanung und -steuerung
Produktionskonzepte, Produktionstypen, Produktionsstrukturen
Logistik und Distribution
Ziele, Kernprozesse und Handlungsfelder der Logistik
Lagerstrukturen und -ebenen
Distributionslogistische Konzepte
Entsorgung
Rahmenbedingungen und Entsorgungsobjekte
Ziele und Kernprozesse der Entsorgung
Ökologische Aspekte der Entsorgung und Kreislaufwirtschaft

Auswirkungen der Digitalisierung und Nachhaltigkeit in allen relevanten Themenfeldern

KOSTENMANAGEMENT

Grundlagen
Kostenbegriffe: Abgrenzung zu Finanz- und Bilanzbegriffen, kalkulatorische Kosten
Kostenkategorisierung: variabel/fix, Einzel/Gemein, Entscheidungsrelevanz
Aufgabenfelder: Kostenniveau, Kostenstrukturen, Kostenverhalten
Operatives Kostenmanagement
Traditionelle Kostenrechnung: Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung,
Kostenträgerrechnung
Entscheidungsorientierte Kostenrechnung: Teilkostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung,
Break-Even-Analyse
Budgetierung: Klassische Budgetierung, Better Budgeting, Beyond Budgeting
Strategisches Kostenmanagement
Produkt- und Marktorientierung: Benchmarking, Target Costing, Life Cycle Costing
Prozessorientierung: Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung, Kaizen
Kennzahlenorientierung: traditionelle Kennzahlen, wertorientierte Kennzahlen,
Kennzahlensysteme

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Vahrenkamp, H, Siepermann, C. Produktionsmanagement, München
Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain,
Corsten, H, Gössinger, R.: Produktionswirtschaft, Oldenburg
Chopra, S., Meindl, P. Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung
Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement – Eine praxisorientierte Einführung mit Fallstudien, Wiesbaden
Handfield, R. et al.: Sourcing and Supply Chain Management
Pfohl, H.-M.: Logistiksysteme
Eßig, M. et al.: Supply Chain Management
Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, Springer Heidelberg
Pilz, G.: Grundwissen BWL, UVK, Konstanz
Corsten, D., Gabriel, Ch.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen, Springer Heidelberg
- Coenenberg, A.G./Fischer, T.M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse
Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung 3: Plankostenrechnung und Kostenmanagement
Friedl, B.: Praxishandbuch Kostenmanagement

Finanzierung und externe Erfolgsrechnung (W3M40004)

Finance and Financial Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40004	-	1	Prof. Dr. oec. Sybille Sobczak	Deutsch/Englisch

INGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

INGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die Bedeutung der Disziplinen Investition und Finanzierung für die Wirtschaftspraxis. Sie können Investitionsvorhaben mithilfe von (statischen und) dynamischen Rechenverfahren beurteilen. Sie kennen die methodischen und praktischen Schwächen der Rechenverfahren und verstehen, welche Rolle diese im Rahmen von Business Cases und umfassenden Geschäftsmodellen spielen. Die Studierenden haben außerdem einen Überblick über die finanzwirtschaftlichen Ziele von Unternehmen. Sie kennen die prinzipiell zur Verfügung stehenden Finanzierungsformen und können die Ausgestaltung wesentlicher Formen bewerten. Zudem verstehen sie, wie in der Praxis verschiedenste Finanzierungsformen zusammenwirken, um die finanzielle Stabilität von Unternehmen positiv zu beeinflussen.

Die Studierenden wissen um die Bedeutung des externen Rechnungswesens. Sie beherrschen die Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsregelungen nach HGB und verstehen die Auswirkungen von bilanzpolitischen Maßnahmen. Sie kennen die Funktionen von Bilanz, GuV, Anhang und Lagebericht und reflektieren zudem die grundsätzlichen Unterschiede zwischen dem Einzelabschluss und dem Konzernabschluss. Sie verstehen auch den Zusammenhang zwischen der handelsrechtlichen Jahresabschlusserstellung und den steuerlichen Erfordernissen, haben zudem ein erstes Verständnis von bilanzanalytischen Maßnahmen entwickelt und haben außerdem die wesentlichen Unterschiede zwischen einer Bilanzierung nach der HGB-Rechnungslegung und der IFRS-Bilanzierung erfasst.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren und Vorschriften vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen im Unternehmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse zu verstehen, zu analysieren und zu interpretieren auch unter Berücksichtigung entsprechender Kennzahlen. Sie können Bedeutung und Konsequenzen des Jahresabschlusses als wichtiges Informationsinstrument einschätzen. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung können von den Studierenden identifiziert werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzierung und externe Erfolgsrechnung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Finanzierung
Grundlagen der Investitionsrechnung und Finanzierung
(Statische und) Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
Finanzierungssurrogate
Kapitalstruktur
Finanz- und Liquiditätsplanung
Working Capital Management
Finanz- und Liquiditätskennzahlen
Rating

Externe Erfolgsrechnung
Ziele und Aufgaben des Jahresabschlusses
Bilanzielle Rechtsgrundlagen
Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften nach HGB
Berichterstattungsinstrumente aus Managementperspektive
Grundzüge der Jahresabschlusspolitik und -analyse
Grundzüge und Aufgaben des Konzernabschlusses
Grundzüge des Systems der internationalen Rechnungslegungsregeln (IFRS)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, St.: Bilanzen. Düsseldorf: IDW-Verlag.
- Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, St.: Konzernbilanzen. Düsseldorf: IDW-Verlag.
- Coenenberg, A.G. / Haller, A. /Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius.
- Möbius, C./Wengert, H.: Investition und Finanzierung, Reihe BA Kompakt, Berlin et al.: Springer Gabler.
- Pellens, B./Fülbier, R./Gassen, J.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart.
- Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung. München: Vahlen.
- Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung. Frankfurt: Recht und Wirtschaft.
- Wöhe, G./Bilstein, J./Ernst, D./Häcker, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München: Vahlen.

Marketing und Vertrieb (W3M40005)

Marketing & Sales Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40005	-	1	Prof. Dr. Thomas Asche	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN**FACHKOMPETENZ**

Die Absolventinnen und Absolventen haben ein strategisches und konzeptionelles Wissen zum interdisziplinären Ansatz einer Vermarktungsorientierung erworben. Sie können relevante Informationen unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse interpretieren. Sie kennen die Vor- und Nachteile unterschiedlicher spezieller und aktueller Marketing- und Vertriebsinstrumente und setzen sie zieladäquat und unternehmensspezifisch ein. Sie sind routiniert in der Umsetzung des Planungsprozesses und der Koordinierung verschiedener Maßnahmen der unterschiedlichen Vermarktungsansätze. Sie sind ebenso in der Lage, ihr erweitertes Vermarktungswissen zur Generierung von Lösungsstrategien einzusetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen in der Vermarktung sowohl von Investitions- als auch Konsumgütern bzw. Dienstleistungen, aus denen sie die angemessenen Methoden zur Erarbeitung neuer bzw. weitergehender Lösungsansätze auswählen und anwenden. Sie bedienen sich aktueller Forschungsergebnisse zur Wissenserweiterung und qualifizierten Durchführung von Projekten. Sie kennen den aktuellen Stand der Forschung zu wesentlichen Marketing- und Vertriebsthemen und können diesen in die Diskussion zu Lösungsansätzen einbringen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen sind sich der Bedeutung einer Vermarktungsorientierung für das Unternehmen bewusst. Sie agieren vor dem Hintergrund der beeinflussenden Wirkung der Instrumente überlegt und sensibel. Sie hinterfragen ihre Lösungsansätze vor dem Hintergrund moralischer und ethischer Wertvorstellungen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen zeigen Handlungskompetenz in der Priorisierung von vermarktungsorientierten Maßnahmen sowie die Einbindung von Mitarbeiter*innen in die vorgeschlagenen und verabschiedeten Lösungsansätze. In dem Verständnis, dass Marketing (und Vertrieb) als marktorientierte Unternehmensführung verstanden wird, wird ihre reflexive Vorgehensweise in der Strategie- und Maßnahmenabstimmung mit anderen betroffenen Unternehmensbereichen sichtbar. In der Umsetzung der abgestimmten Maßnahmen zeigen sie Initiative und Eigenverantwortung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing und Vertrieb	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundkonzeption von Marketing und Vertrieb
Begriff und Merkmale von Marketing und Vertrieb
Prozess der Vermarktungsplanung
Institutionelle Besonderheiten
Marktabgrenzungen
Segmentierung und Positionierung

Ansätze der Vermarktung
Strategien und Maßnahmen der Produktpolitik (Grundlagen, Produktdifferenzierung, Markenführung, ergänzende Produkteleistungen)
Strategien und Maßnahmen der Preispolitik (Grundlagen, klassische Preistheorie vs. Behavioral Pricing, Preisdifferenzierung, Dynamische Ansätze)
Strategien und Maßnahmen der Kommunikation (Grundlagen, Emotionalität, Beschwerdemanagement)
Strategien und Maßnahmen der Distribution (Grundlagen, Distributionskonflikte, Logistik)
Grundlagen eines Marketing- und Vertriebscontrolling

Erweiterungen einer Marketing- und Vertriebsorientierung
Dialogmarketing (Massenmarketing vs. Dialogmarketing, Database Marketing, Kundengewinnung und Kundenbindung)
Multichannel-Management (Design, Kaufverhalten, Koordination des MCM)
Internationales Management (Going Global vs. Being Global, Internationale Markenführung, Internationale Preispolitik, Internationales Vertriebsmanagement)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Homburg, Ch., Marketingmanagement, Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden, Springer Gabler
Meffert, H. u.a., Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, Springer Gabler
Winkelmann, P., Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München, Vahlen
Hiemeyer, W.-D., Stumpp, D., Integration von Marketing und Vertrieb, Wiesbaden, Springer Gabler
Holland, H., Dialogmarketing, Offline- und Online-Marketing, Mobile- und Social-Media-Marketing, München, Vahlen
Keegan, W. J., Green, M. C., Global Marketing, Boston, München, Pearson
Wirtz, B. W., Direktmarketing: Grundlagen - Instrumente – Prozesse, Wiesbaden, Springer Gabler
Heinemann, G., Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce, Wiesbaden, Springer Gabler

Personal und Organisation (W3M40006)

Human Resource Management & Organisational Design

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40006	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassende Kenntnisse zu personalwirtschaftlichen und organisationswissenschaftlichen Ansätzen erworben und sind in der Lage, diese zu vergleichen und zu bewerten. Darüber hinaus kennen sie auf Basis einführender theoretischer Aspekte die grundlegenden Konzepte und Instrumente der Organisationsgestaltung und können diese bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können reale Organisationskonzepte sowie reale personalwirtschaftliche Prozesse analysieren und bewerten. Sie kennen die wesentlichen Instrumente der Personalarbeit, Organisationsgestaltung und –dokumentation.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, alternative organisationale Gestaltungsoptionen zu unterscheiden und bzgl. vor allem der sozialen Auswirkungen zu bewerten. Gleichermaßen haben sie ein tiefgehendes Verständnis für die soziale Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können auf Basis ihrer weiterentwickelten Urteilsfähigkeit fundierte und praxisnahe Gestaltungsvorschläge entwickeln. Darüber hinaus können sie ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation darstellen und begründen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personal und Organisation	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Grundlagen des Personalmanagements Ziele der unternehmerischen Personalarbeit
Strategische Aspekte der Personalarbeit
Operative Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit
Prozesse im Personalmanagement Personalbedarfsplanung Personalbeschaffung und
-marketing Betriebliche Entgeltpolitik Personalentwicklung Personalfreisetzung
Einführung und Organisationspraxis
Grundlagen organisatorischer Entscheidungen Gestaltungsziele und -bereiche
Gestaltungsprozess / Organisationsmanagement
Organisationskonzepte Stellenbildung und Stellenmehrheiten Hierarchie
Aufbau-/Strukturorganisation Prozess-/Ablauforganisation Organisation der Personalarbeit
Konzernorganisation: Stammhaus / Holding
Aktuelle Entwicklungen
Neuere Konzepte der Organisation
Neuere Formen interorganisationaler Zusammenarbeit

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Bach, N./Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T.: Organisation – Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse, Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
Bea, F. X.; Göbel, E.: Organisation. Theorie und Gestaltung, Stuttgart: Lucius & Lucius
Bergmann, R.; Garrecht, M.: Organisation und Projektmanagement, Heidelberg: Springer
Lindner, D.; Lindner-Lohmann; F.; Schirmer, U. Personalmanagement, Heidelberg: Springer
Oechsler, W. A.; Paul, C.: Personal und Arbeit, Berlin: de Gruyter Oldenbourg
Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen (W3M40007)

Economic Framework on managerial decisions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40007	-	1	Prof. Dr. Michael Knittel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie durchdringen wirtschaftliches Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten und erkennen Marktunvollkommenheiten. Sie sind in der Lage, makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu analysieren. Sie kennen wichtige geld- und währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen bewerten. Die Studierenden sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um, wirtschaftspolitische, außenwirtschaftliche, umweltpolitische u.a. Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten und im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen zu berücksichtigen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf wirtschaftspolitische, außenwirtschaftliche u. a. volkswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie typische volkswirtschaftliche Problemstellungen vor dem Hintergrund der gegebenen Erfahrungen in der beruflichen Praxis interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen. Sie sind sensibilisiert für die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen oder von geldpolitischen Entscheidungen beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Sie erlangen eine fundierte und reflektierte Position zu wirtschaftspolitischen Fragestellungen. Sie erwerben die Fähigkeit zur Wahrnehmung volkswirtschaftlich relevanter Sachverhalte sowie die Reflexion der Praxis vor dem theoretischen Hintergrund. Sie können die erlernten Methoden auf sich ändernde (internationale) Rahmenbedingungen adaptieren und multilaterale Zusammenhänge erfassen und haben Handlungsfähigkeit im Kontext einer globalisierten Welt entwickelt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Einführung
Volkswirtschaftslehre als Wissenschaft
Gegenstand, Grundbegriffe und Methoden der VWL
Einführung in die volkswirtschaftliche Dogmengeschichte
Wirtschaftsordnungen (Idealtypen, Realtypen)

Grundlagen der Mikroökonomik
Von Bedürfnissen zur arbeitsteiligen Produktion
Theorie der Marktwirtschaft und Preisbildung
Staatliche Eingriffe in die Preisbildung
Marktversagen und Staatswirtschaft
Grundlagen der (Neuen) Politischen Ökonomie

Grundlagen der Makroökonomik
Kreislauftheorie und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
Makroökonomische Paradigmen (keynesianischer vs. neoklassischer Ansatz)
Makroökonomik der kurzen Frist (insbesondere Fiskalpolitik)
Geldtheorie und -politik

Die offene Volkswirtschaft
Zahlungsbilanz
Devisenmarkt
Wechselkurs Theorie
Protektionismus

Grundlagen der Wirtschaftspolitik
Ziele, Instrumente, Träger
Wettbewerbspolitik
Stabilitätspolitik
Arbeitsmarktpolitik
Verteilungs- und Sozialpolitik
Umweltpolitik

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, München: Pearson.
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, München: Vahlen.
- Krugmann, P / Obstfeld, M. / Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Halbergmoos: Pearson.
- Mankiw N. G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Mussel, G. / Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München: Vahlen.
- Pindyck, R. / Rubinfeld, D.: Mikroökonomie, München: Pearson.
- Rose, K. / Sauerheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, München: Vahlen.

Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen (W3M40008)

Legal Framework of Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40008	-	1	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen den bestimmenden (ggf. auch strategischen) Einfluss rechtlicher Aspekte auf unternehmerische Entscheidungen und sind in der Lage, diese wirtschaftsrechtlichen Aspekte - auch im Sinne von Compliance und verantwortlicher Unternehmensführung - zeitnah und angemessen zu berücksichtigen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, durch eine juristisch-analytische (exakte) Herangehensweise die wesentlichen wirtschaftsrechtlichen Aspekte im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen zu erkennen und entsprechend umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden agieren eigenverantwortlich und integer in Entscheidungssituationen. Sie äußern sich angemessen zu Sachverhalten und sind auch in der Lage, Kritik sachlich anzunehmen. Sie erkennen die eigenen juristischen Grenzen und auch die daraus resultierende Notwendigkeit fachlicher Kooperation mit Spezialisten zur rechten Zeit - wie etwa mit der hauseigenen Rechtsabteilung bzw. externer Rechtsanwaltskanzleien. Sie sind sich auch bewußt, dass Unternehmen zunehmend in der öffentlichen Wahrnehmung stehen und sich korrekt verhalten müssen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können das Entscheidungsverhalten von Manager*innen in komplexen Anwendungsfeldern analysieren, kritisch reflektieren und ein situationsangemessenes korrektes Handeln für die eigene praktische Arbeit ableiten. Sie erkennen rechtzeitig juristisch relevante Sachverhalte und deren praktische Relevanz.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Rechtliche Rahmenbedingungen auf unternehmerische Entscheidungen	42	93

Rechtsformen von Unternehmen
Personen- und Kapitalgesellschaften oHG, KG, GmbH & Co. KG, GmbH, AG sowie
EU-Rechtsformen wie SE (Europäische Aktiengesellschaft).
Nationales und internationales Kaufrecht:
Vertragsschlusslehre, BGB-Kaufvertrag, Verbrauchsgüterkauf, Handelskauf nach HGB, CISG
(UN-Kaufrecht), Gewährleistungs- und Garantiesituationen, auch unter Einbeziehung von
Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs), Rahmenlieferverträge und Spezifikationen.
Unternehmerische Verantwortung und Haftung
Grundfragen der Organhaftung; Organisationshaftung und Organisationsverschulden;
Vertragsrecht für Organe / Geschäftsführung; Risikomanagement, Risikokontrolle,
Whistleblowing
Rechtsaspekte der Unternehmensführung:
Vertragsmanagement; Kündigungsmanagement,
Datenschutz und Compliance
Arbeitsrecht und Arbeitgeberfunktion:
Individualarbeitsrecht, Kollektives Arbeitsrecht (Mitbestimmung und Betriebsverfassung);
Tarifvertragsrecht und Tarifkonflikte; arbeitsrechtliche Aspekte bei Umstrukturierung,
Outsourcing
Unternehmenskauf und -verkauf:
Share Deal - Asset Deal und Grundzüge des Umwandlungsrechts
Wettbewerbs- und Kartellrecht:
Mengen- und Preiswettbewerb,
nationale und europäische Kartellregelungen,
UWG und Verbraucherschutz
Dispute Management:
Möglichkeiten und Risiken der Rechtsdurchsetzung;
unternehmerische Entscheidung und Auswirkungen der Verfahrenswahl (Gerichtsverfahren,
Schiedsverfahren, außergerichtliche Streitbeilegung)

Schwerpunktsetzungen in Abhängigkeit von aktuellen technologischen, wirtschaftlichen und
rechtlichen Entwicklungen sind möglich.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Die Studierenden haben idealerweise bereits (Grund-)Kenntnisse in den Bereichen Bürgerliches Recht (BGB), dort 1. Buch (AT), 2. Buch (Recht der Schuldverhältnisse, Abtretungsrecht) und 3. Buch (Sachenrecht) sowie im HGB (Kauf-manns-begriff, Recht der Personengesellschaften) als auch im Recht der Kapitalgesellschaften (GmbH, AG, SE).

Zur Vorbereitung für alle anderen Studierenden empfiehlt sich folgende einführende Lektüre:
Schnauder, Franz, Grundzüge des Privatrechts, C.F. Müller:
Erstes Kapitel, 2. Teil Vertragliche Sekundäransprüche
Zweites Kapitel, 1. Teil Handelsrecht + 2. Teil Gesellschaftsrecht

LITERATUR

Es wird die jeweils aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Franz Schnauder, Grundzüge des Privatrechts für den Bachelor: Bürgerliches Recht mit Handels- und Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Zivilprozess- und
Insolvenzrecht (Start ins Rechtsgebiet), C.F. Müller. –
Dütz, W. / Thüsing, G.: Arbeitsrecht, München: C.H. Beck.-
Eisenhardt, U., Gesellschaftsrecht, München: C.H. Beck.-
Heussen, B. / Pischel, G: Handbuch Vertragsverhandlung und Vertragsmanagement: Köln: Otto Schmidt. –
Klunzinger, E: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, München: Vahlen.-
Löwisch, M. / Caspers, G. / Klumpp, S.: Arbeitsrecht, München: Vahlen. –
Teichmann, C. / Erben, R.: Compliance, München: C.H. Beck.-
Umnuß, K.: Corporate Compliance Checklisten, München: C.H. Beck.

Unternehmenssimulation: Strategisches Management und Entscheiden (W3M40009)

Business Simulation: Strategic Management and Decisions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40009	-	1	Prof. Dr. Christian Gruninger-Hermann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden kennen nach Abschluss des Moduls die grundlegenden theoretischen Ansätze der entscheidungsorientierten Unternehmensführung, insbesondere des strategischen Managements, Analyseinstrumente und Konzepte zur Strategieentwicklung, -bewertung und -implementierung und können deren Bedeutung für die unternehmerische Praxis einschätzen. Sie kennen verschiedene Ebenen strategischer Entscheidungen (Unternehmensstrategien, Bereichs-/Wettbewerbsstrategien und Funktionsbereichsstrategien) an der Schnittstelle zum operativen Management. Zur Analyse können sie die wichtigsten Instrumente anwenden und kennen die Anwendungsbedingungen. Zur Beurteilung der strategischen Situation sind sie mit den wichtigsten erfolgsrelevanten Kennzahlen und deren Aussagekraft bezüglich eines Unternehmens und im Wettbewerbskontext vertraut. Sie können sich mit den konzeptionellen Grundlagen der Digitalen Transformation reflektiert auseinandersetzen und deren Bedeutung für die strategische Ausrichtung von Unternehmen abschätzen. Sie kennen Konzepte zur Gestaltung neuer Geschäftsmodelle und haben grundlegende Kenntnisse zur Umsetzung digitaler Strategien.

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen über die Fähigkeit, am strategischen Diskurs in Theorie und Praxis kompetent teilzunehmen und. Sie kennen Methoden, die und Instrumente der Strategiebildung sowie Digitalisierung, um diese zu beurteilen, auszuwählen und einzusetzen. Sie haben Methoden kennengelernt, funktions- und bereichsübergreifend datengestützte Entscheidungsfindung zu gewährleisten. Sie erlernen insbesondere Controllinginstrumente (Performance Measurement) und wie sie diese in kurzer Zeit zur Analyse und Bewertung anwenden können. Sie können den wirtschaftlichen Nutzen von Anwendungen digitaler Technologien zu bewerten und haben einen Zugang zur daten- und evidenzgestützten Entscheidungsfindung gewonnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen über die Kompetenz, ethische Reflexion in das strategische Management zu integrieren und. Sie sind in der Lage, unternehmerische, wettbewerbliche und gesellschaftliche Wirkungen strategischer Entscheidungen zu beurteilen und kritisch zu diskutieren. Sie können die unter dem Begriff der Digitalen Transformation zusammengefassten Veränderungen für den*die Einzelne*n als Privatperson und Arbeitnehmer*in, für Unternehmen, für die öffentliche Verwaltung und für die Gesellschaft im Ganzen kritisch beurteilen und sind in der Lage, sich kritisch in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Diskurs einzubringen.

Sie gewinnen eine konkrete Vorstellung davon, aus Managementsicht mit Komplexität, Unsicherheit und Zeitdruck umzugehen und diese für sich selbst handhabbar zu machen. Sie lernen sich im Team unter Stress sozialverträglich zu organisieren sowie die Komplexität in einen strukturierten Entscheidungsprozess zu überführen. Sie sind im Stande, Konflikte bei Ausübung von Führungsaufgaben im Team zu identifizieren und argumentativ erfolgversprechend zu lösen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind in der Lage, ganzheitlich vernetzt Entscheidungen zu treffen sowie individuell und gemeinschaftlich dafür Verantwortung zu übernehmen. Dazu erlernen sie die strategischen Herausforderungen, die aus den Entwicklungen im Unternehmensumfeld und im Unternehmen selbst resultieren, in ihrer strategischen Bedeutung einzuschätzen und. Sie können aus der Perspektive einer ganzheitlichen Unternehmensführung Strategien zur Bewältigung dieser Herausforderungen entwickeln, in ihrer potenziellen Wirkung beurteilen und erfolgreich umsetzen. Sie sind in der Lage, den Nutzen ausgewählter Anwendungen der digitalen Transformation zur Effizienzsteigerung bzw. Erlangung von Wettbewerbsvorteilen ökonomisch zu beurteilen und in Projekten der Digitalen Transformation im Unternehmen mitzuwirken.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Unternehmenssimulation: Strategisches Management und Entscheiden

PRÄSENZZEIT

42

SELBSTSTUDIUM

93

Grundlagen

- grundlegende Ansätze und Prozesse des strategischen Managements

Markt- und ressourcenorientierter Ansatz

Weiterführende Ansätze

- Perspektiven der Strategiebildung

Abstimmung Kultur, Struktur und Strategie

Denkschulen der Strategiebildung

- Rollen im Strategieprozess

- Prozesse und Ebenen des strategischen Managements

Normativer Rahmen

unternehmerischer Entscheidungen

Strategie und Erfolg

- Erfolgsindikatoren und wertorientierte Unternehmensführung

- Strategische Analyse und deren Instrumente

Strategien auf Unternehmens- und Geschäftsbereichsebene sowie funktionale Strategien

Strategieimplementierung: Umfeld-, Konkurrenz- und strategische

Kontrolle Unternehmensanalyse

- Informationen als Grundlage strategischen Handelns

Informationsgewinnung und -verarbeitung

Bedeutung

- Unternehmens- und Geschäftsbereichsebene: Diversifikation, Wettbewerbsstrategien,

Strategisches Marketing

Umsetzung

- Funktionale strategische Entscheidungen in den Bereichen Supply Chain, Produkt- und

Konzepte des strategischen Informationsmanagements (u.v.a. Big Data,

Business Intelligenz, KI) Marktentwicklung, Produktionsplanung/-steuerung, Personal,

Finanzierung, Investition und Rechnungswesen

- Digitale Transformation Überleitung operatives Management

- Strategische Kontrolle, Controlling und Performance Measurement

Digitalisierung als Rahmenbedingung strategischer Unternehmensführung

- Digitale Transformation: Entstehung und aktuelle Interpretation

, Entwicklung und ökonomische Effekte

- Strategien für die digitale Transformation

Transformation der Wertschöpfung und Interaktion auf Märkten (Ökosysteme)

Strategien für die digitale Transformation

- Strategien auf Gesamtunternehmens- und Geschäftsbereichsebene im Kontext der Digitalen

Transformation

Grundbedingungen der strategischen Unternehmensführung in der digitalen Wirtschaft (z. B.

Netzwerkeffekte, Lock-in-Effekte, Skaleneffekte, Plattformkonzepte, Personalisierung)

- Digitalisierungsstrategien von Unternehmen und in verschiedenen Branchen

Entstehung und Wandel von digitalen Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation

Kooperationsstrategien im digitalen Wettbewerb

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zur Unternehmensführung und dem Informationsmanagement anhand folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen:

- Hungenberg, H./Wulf, T. Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg

- Krcmar, H.: Informationsmanagement, Wiesbaden

LITERATUR

- Appelfeller W., Feldmann C.: Die digitale Transformation des Unternehmens
Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: The Second Machine Age, New York
Gassman O.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München
Hungenberg, H.: Strategisches Management, Wiesbaden,
Jung, H. H.; Kraft, P.: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, Carl Hanser Verlag
Jodlbauer H. Digitale Transformation der Wertschöpfung
Schallmo, D./ Rusnjak, A./ Anzengruber, J./ Werani, T./ Jünger, M. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodel-len: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Wiesbaden
Simon, H./ v. d. Gathen, A.: Das große Handbuch der Strategieinstrumente. Frankfurt a. M., New York
Welge, M./A-Laham, A./Eulrich, M.: Strategisches Management, Wiesbaden.

Qualitäts- und Prozessmanagement (W3M40010)

Quality and Process Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40010	-	1	Prof. Dr. Frank Roland Lehmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	42	93	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls vertiefte Kenntnisse im Prozessmanagement und im Qualitätsmanagement erworben und können diese auf die Fragestellungen ihrer praktischen Arbeit und auf die Situation ihres Unternehmens übertragen. Sie haben ein Gefühl für vielschichtige und komplexe Probleme entwickelt und können aus dem kennengelernten Spektrum einschlägiger Instrumente und Methoden die für die jeweilige betriebliche Situation geeigneten Instrumente und Methoden auswählen. Zudem haben sie Kenntnis der wesentlichen Schnittstellen des Qualitätsmanagements und des Prozessmanagements zu den übergeordneten Themen Organisation und Unternehmensführung sowie der engen Zusammenhänge zwischen dem Qualitätsmanagement und dem Prozessmanagement im Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Methoden und Instrumente des Qualitätsmanagements und des Prozessmanagements anwenden und an den jeweiligen fachlichen Kontext im Unternehmen angepasst einsetzen. Sie können Stärken und Schwächen der einzelnen Methoden einschätzen und kennen die Grenzen ihrer Anwendbarkeit. Sie sammeln Erfahrung im Umgang mit unterschiedlichen Methoden des Qualitätsmanagements sowie des Prozessmanagements einschließlich der Prozessmodellierung. Kompetenzen zur Entwicklung von Forschungsfragen im Hinblick auf die Qualitätsverbesserung und Prozessoptimierung im Unternehmen werden vermittelt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind für die soziale Dimension der Themen Qualitätsmanagement und Prozessmanagement sensibilisiert. Sie können die mitarbeiterbezogenen Veränderungswirkungen eines fortgeschrittenen und an die Unternehmensstrategie angepassten Qualitäts- bzw. Prozessmanagements einschätzen. Sie sind Impulsgeber für die Verankerung und strategische Weiterentwicklung sowohl des Qualitätsmanagements als auch des Prozessmanagements. Sie sind sich dabei ihrer besonderen Verantwortung als Führungskraft bewusst.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die möglichen Probleme bei der Einführung von neuen Prozessen oder Managementsystemen bzw. -konzepten in Organisationen eigenständig einschätzen und lösungsorientiert handhaben. Die Studierenden kennen dazu die wesentlichen Methoden und Instrumente des Qualitätsmanagements und des Prozessmanagements und können diese praxisnah und umsichtig anwenden. Sie greifen dabei auf geeignete IT-Lösungen zurück. Potenzielle Lösungsszenarien zur Verbesserung des Qualitätsmanagements und des Prozessmanagements in der Praxis werden kritisch hinterfragt. Dazu zählt auch, dass diese in übergreifende Zusammenhänge sowohl unternehmensintern als auch unternehmensübergreifend eingeordnet und ihrer übergreifenden Wirkung bewertet werden können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Qualitäts- und Prozessmanagement	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Qualitätsmanagement
Ursprünge und Leitideen eines umfassenden Qualitätsmanagement
Handlungsfelder eines QM
Europäische Ansätze zur Unterstützung einer QM-Implementierung (ISO 9001 :2000/EFQM)
Wertstromanalysen zur Identifizierung von muda
Auditierung/-sverfahren
Ausgewählte Methoden des QM (KVP/QFD/FMEA/Benchmarking)
Ein- und mehrdimensionale Konzepte des Policy Deployment
Wirtschaftlichkeitsbeurteilung von QM-Maßnahmen Business Excellence in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen
Lean Management, Toyota Production System, Six Sigma, Lean Six Sigma inkl. DMAIC-Cycle

Prozessmanagement
Bezug zur Unternehmensführung und dem Management der Wertkette / Wertschöpfung
Geschäftsprozesse, Steuerungsprozesse und Unterstützungsprozesse
Prinzipien und Methoden der Prozessidentifikation und -analyse
Prinzipien und Methoden der Prozessgestaltung und -modellierung (mit IT-Unterstützung)
Organisationsformen des Prozessmanagements, Prozessorientierte Organisationsgestaltung,
Business Process Reengineering
Prozessarchitektur und Informationsverarbeitung
Prozessorientiertes Controlling, Auditierung und Bewertung
Workflow-Management

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Barry, M./Schroeder, R./Homann, B.J.: Six Sigma

Kamiske, G.F. (Hrsg.): Der Weg zur Spitze

Malorny, Ch.: TQM umsetzen

Ohno, T., et al.: Das Toyota-Produktionssystem

Töpfer, A.: Lean Six Sigma

Töpfer, A./Mehdorn, H.: Total Quality Management

Womack, J.P. , et al: Lean Thinking

Zink, K.J.: TQM als integratives Managementkonzept

Becker, J./Kugeler, M./Rosemann, M.: Prozessmanagement, Berlin.

Gaitanides, M. u.a.: Prozessmanagement, München.

Koch, S.: Einführung in das Management von Geschäftsprozessen. Six Sigma, Kaizen und TQM, Berlin.

Lehmann, F.: Integrierte Prozessmodellierung mit ARIS, Heidelberg.

Hammer/Champy: Business Process Reengineering, New York.

Schmelzer, H./Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis, München.

Fachübergreifende Kompetenzen (XMX0101)

Multidisciplinary competences

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
XMX0101	-	1	Prof. Dr. Andreas Föhrenbach	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	48	102	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Fachübergreifenden Kompetenzen für Studium und Beruf. In den gewählten Seminarthemen können sie die jeweiligen Fachinhalte eigenständig und mit kritischem Verständnis anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Methoden und Techniken der gewählten Seminare situations- und identitätsangemessen in Studium und Beruf einsetzen. Sie sind in der Lage, in entsprechenden Situationen den Einsatz von Methoden der Kommunikation, der Führung und des Selbstmanagements zu planen und erfolgreich durchzuführen.

Die Methode „Kollegiale Beratung“ erarbeiten sich alle Studierenden und wenden sie sicher an.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind für ihre eigenen Stärken und Schwächen in Kommunikation, Führung und Selbstmanagement sensibilisiert und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche und private Herausforderungen. Aufgrund des interdisziplinären Seminarsettings lernen die Studierenden verschiedene Sichtweisen auf die Seminarthemen kennen, zu tolerieren und den eigenen Standpunkt zu reflektieren. Sie sind in der Lage, Kommunikations- und Konfliktfähigkeiten selbstständig weiter zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich mit ihrem eigenen Verhalten auseinander und reflektieren strukturelle und organisatorische Aspekte in ihrem beruflichen Umfeld. Sie sind in der Lage, einzeln oder im Team erfolgreich zu agieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fachübergreifende Kompetenzen	48	102

Die Seminare werden zu den Bereichen

- Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten
- Teams führen und Veränderungen gestalten
- eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln

angeboten. Aus dem Angebot wählen die Studierenden zwei Seminare aus, ein Seminar zur Kollegialen Beratung belegen alle Studierende. Die Theorieinhalte werden mittels interaktiver Methoden und in wechselnden Konstellationen (z.B. Plenum, Kleingruppen, Einzelarbeit) fallbezogen aufgearbeitet. Durch die fachbereichsübergreifende Zusammensetzung der Gruppen ergeben sich unterschiedliche Blickwinkel auf die Themen.

Die Umsetzung der Seminarinhalte in die Praxis wird von den Studierenden in einem Portfolio dokumentiert und reflektiert, zu dem sie sich bei Bedarf zusätzlich Feedback von Dozent*innen, Peers und/oder Ansprechpartner*innen aus dem beruflichen Umfeld einholen.

(LE1) Kollegiale Beratung (obligatorisch) (Präsenz: 16h/Selbststudium: 34h)

- Rahmenbedingungen für Kollegiale Beratung (Intervision)
- Phasen und Schritte des Beratungsprozesses
- Kommunikative Grundfertigkeiten
- Gruppendynamische Erkenntnisse
- Methoden im Beratungsprozess
- Anwendung im eigenen, beruflichen Umfeld

LE (2) Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten (Wahl) (Präsenz: 16h/Selbststudium: 34h)

In den Lerneinheiten (2) – (4) werden Seminare mit verschiedenen Aspekten zu den jeweiligen Bereichen zur Auswahl angeboten. Hier werden exemplarisch Seminartitel des Angebots genannt.

- Verhandlungstraining – Wettbewerb effektiv nutzen
- Business Presentation and Negotiation
- Das Südostasien Erfolgseminar
- Kraftvoll präsentieren und souverän auftreten
- Erfolgreich moderieren
- Konfliktmanagement
- Gesprächsführung in anspruchsvollen Situationen

LE (3) Teams führen und Veränderungen gestalten (Wahl) (Präsenz: 16h/Selbststudium: 34h)

- Schlüssel erfolgreicher Teamführung
- Das eigene Führungsverständnis entwickeln
- Diversity Leadership
- Laterale Führung
- Change Management

LE (4) Eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln (Wahl) (Präsenz: 16h/Selbststudium: 34h)

- Personal Leadership Development
- Kompetenztraining Digitale Transformation
- Stärken stärken
- Erfolg beginnt im Kopf – was wir von Spitzensportlern lernen können
- Stressmanagement
- Mindfulness – achtsame Selbstführung
- Souverän entscheiden

BESONDERHEITEN

Die individuellen Seminare jedes*r Studierenden sollen entsprechend der vorhandenen Kompetenzen und beruflichen Erfordernisse ausgewählt werden. Dazu steht eine qualifizierte Beratung am DHBW CAS zur Verfügung.

Es wird empfohlen die Seminare nicht zu Studienbeginn zu belegen und mit dem direkten Vorgesetzten im Unternehmen abzustimmen.

Zusätzliche Seminare des Moduls können ohne Prüfung und ECTS-Vergabe nur von Studierenden und Alumni des DHBW CAS belegt werden. Die Buchung erfolgt in diesen Fällen über die Wissenschaftliche Weiterbildung (WWB), die Gebühren sind der jeweils gültigen Gebührensatzung Kontaktstudien und Zertifikatsprogramme der WWB zu entnehmen.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

(LE1) Kollegiale Beratung (obligatorisch)

Brinkmann, Ralf D., Intervision – Ein Trainingsbuch der kollegialen Beratung in der betrieblichen Praxis, Hamburg
Tietze, Kim-Oliver, Schulz von Thun, Friedemann, Kollegiale Beratung: Problemlösungen gemeinsam entwickeln, Hamburg, Berlin

LE (2) Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten

Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, Das Harvard Konzept, München
Pütz, Martina, Einfach präsentieren, Wien
Seifert, J., Besprechungen erfolgreich moderieren, Offenbach
Glasl, F., Konfliktmanagement, Stuttgart

LE (3) Teams führen und Veränderungen gestalten

Appelo, Jurgen, Management 3.0: Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders
Marcus Raitner, Manifest für menschliche Führung - Sechs Thesen für neue Führung im Zeitalter der Digitalisierung
Gobillot, Emmanuel, The connected leader, London, Philadelphia
Senge, Pete, The Fifth Discipline. The art and practice of the learning organization, New York

LE (4) Eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln

Drucker, Peter Ferdinand, Managing Oneself. Harvard Business Review Classics. Boston
Burnett, Bill/ Evans, Dave, Mach, was Du willst: Design Thinking fürs Leben, Berlin
Hermann, H.-D. & Mayer, J., Make them go. Was wir vom Coaching der Spitzensportler lernen können. Hamburg
Goleman, D., & GRIESE, F., Emotionale Intelligenz. München
Chade-Meng Tan, Search inside Yourself. Das etwas andere Glücks-Coaching, Kulmbach