

Modulhandbuch
Fachbereich Wirtschaft

STAND: 31.01.2020



GM I: Anwendungsorientierte Forschung (W3M10001)

Applied Research

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
GM I: Anwendungsorientierte Forschung	W3M10001	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Dobbeltstein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	42	108	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 reflektieren kritisch die Ergebnisse und den Forschungsprozess.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
GM I: Anwendungsorientierte Forschung	42	108
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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
- Stichel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden
- Stier, W.: Empirische Forschungsmethoden, Berlin
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München

GM II: Strategisches Management (W3M10002)

Strategic Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
GM II: Strategisches Management	W3M10002	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Christian Gruninger-Hermann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen

Fachkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen kennen die grundlegenden theoretischen Ansätze des strategischen Managements sowie alternative Prozesse und Denkschulen der Strategiebildung und können deren Bedeutung für die unternehmerische Praxis einschätzen. Sie verstehen die Instrumente, mit denen Entwicklungen in den Rahmenbedingungen der Unternehmen auf strategischer Ebene analysiert werden können und kennen geeignete Konzepte zur Strategieentwicklung, -bewertung und -implementierung. Die Absolventinnen und Absolventen kennen aktuelle technologische Entwicklungen, die Treiber der Digitalen Transformation sind, verstehen die konzeptionellen Grundlagen der Digitalen Transformation und können deren Bedeutung für die strategische Ausrichtung von Unternehmen abschätzen. Sie haben grundlegende Kenntnisse über die Entwicklung, Analyse und Umsetzung von digitalen Strategien und für die strategische Ausrichtung von digitalisierten Produkten und Dienstleistungen. Sie wissen um die Auswirkungen der Digitalen Transformation auf Branchenstrukturen, die Geschäftsmodelle von Unternehmen und kennen Konzepte zur Gestaltung neuer Geschäftsmodelle.
Methodenkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen verfügen nach Abschluss des Moduls über die Fähigkeit, am strategischen Diskurs in der Theorie und in der Praxis kompetent teilzunehmen und die Instrumente der Strategiebildung zu beurteilen, auszuwählen und einzusetzen. Sie sind nach Abschluss des Moduls zudem in der Lage, den Nutzen des Einsatzes digitaler Technologien in der Wertschöpfung bzw. das Wertversprechen digitaler und digitalisierter Produkte und Dienstleistungen abzuschätzen bzw. die Grenzen dieser zu erkennen. Sie haben die Methoden kennengelernt, den wirtschaftlichen Nutzen aktueller und zukünftiger digitaler Technologien zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen zu bewerten. Sie haben ferner einen vertieften Zugang zur daten- und evidenzgestützten Entscheidungsfindung gewonnen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über die Kompetenz, ethische Reflexion in das strategische Management zu integrieren. Sie sind in der Lage, diesbezüglich Entscheidungen insbesondere im Rahmen des normativen Managements und der Strategieentwicklung in ihrer Wirkung zu beurteilen und kritisch zu diskutieren. Die Studentinnen und Studenten haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die unter dem Begriff der Digitalen Transformation zusammengefassten Veränderungen kritisch in Bezug auf ihre Chancen und Risiken für den einzelnen als Privatperson und Arbeitnehmer, für Unternehmen, für die öffentliche Verwaltung und für die Gesellschaft im Ganzen zu beschreiben und einzuschätzen. Sie sind in der Lage, sich kritisch in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Diskurs einzubringen. Sie reflektieren und dabei nicht nur die Chancen, sondern sensibilisieren auch andere in Bezug auf die Risiken z.B. in den Bereichen Datenschutz und Datensicherheit.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die strategischen Herausforderungen, die aus den Entwicklungen im Unternehmensumfeld und im Unternehmen selbst resultieren, in ihrer strategischen Bedeutung einzuschätzen. Sie können geeignete Strategien zu Bewältigung dieser Herausforderungen entwickeln, in ihrer potenziellen Wirkung beurteilen und erfolgreich umsetzen. Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, den Einfluss der digitalen Transformation auf die strategische Ausrichtung ihres Unternehmens zu analysieren und die digitale Transformation in ihren Unternehmen aktiv mitzugestalten. Sie können den Nutzen verschiedener Technologien für die Lösung unternehmerischer Fragestellungen in ihren Unternehmen beurteilen. Auf dieser Basis sind sie in der Lage, geeignete Projekte zu initiieren. Sie kennen die besonderen Herausforderungen von Projekten der Digitalen Transformation und können diese zukunftsorientiert angehen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
GM II: Strategisches Management	42	108
<p>Ansätze des strategischen Managements</p> <ul style="list-style-type: none">- Marktorientierter Ansatz- Ressourcenorientierter Ansatz- Weiterführende Ansätze <p>Perspektiven der Strategiebildung</p> <ul style="list-style-type: none">- Kultur, Struktur und Strategie- Denkschulen der Strategiebildung- Erklärungsansätze für Strategieprozesse- Strategieprozesse in der Praxis- Rollen im Strategieprozess <p>Prozesse und Ebenen des strategischen Managements</p> <ul style="list-style-type: none">- Strategische Analyse- Normativer Rahmen- Strategien auf Unternehmensebene- Strategien auf Geschäftsbereichsebene- Funktionale Strategien- Strategieimplementierung und strategische Kontrolle <p>Informationen als Grundlage strategischen Handelns</p> <ul style="list-style-type: none">- Informationsgewinnung und -verarbeitung- Auswirkungen technologischer Entwicklungen auf die Informationsgewinnung und -verarbeitung: Digitalisierung, Vernetzung, Automatisierung, Cloud Computing- Big Data und Business Intelligence als Konzepte des strategischen Informationsmanagements <p>Digitale Transformation als Rahmenbedingung strategischer Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none">- Digitale Transformation: Entstehung und aktuelle Interpretation- Digitalisierungsstrategien in verschiedenen Branchen <p>Strategien auf Gesamtunternehmensebene im Kontext der Digitalen Transformation</p> <ul style="list-style-type: none">- Grundkonzepte der digitalen strategischen Unternehmensführung (z. B. Netzwerkeffekte, Skaleneffekte, Kosteneffekte, Plattformkonzepte, Personalisierung)- Entstehung und Wandel von Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation- Kooperationsstrategien im digitalen Wettbewerb <p>Strategien auf Geschäftsfeldebene im Kontext der Digitalen Transformation</p> <ul style="list-style-type: none">- Industrie 4.0- Digitales Marketing- Controlling		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zum strategischen Management anhand folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: - Bea, F.X.; Haas, J.: Strategisches Management, Konstanz, München- Vahs, D.: Organisation, Stuttgart

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: The Second Machine Age, New York

Gassman, O.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München

Johnson, G.; Scholes, K.; Whittington, R.: Strategisches Management, München

Kaplan, R. S./ Norton, D. P.: Balanced Scorecard: Strategien erfolgreich umsetzen, Stuttgart

Maizier, K./ Bailom, F./ von den Eichen, S. F.: Digital Disruption, München

Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management, Stuttgart

Norton, R. S./ Kaplan, D. P.: Die strategiefokussierte Organisation, Stuttgart

Osterwalder, A./ Pigneur, Y.: Business Model Generation, Frankfurt a.M.

Porter, M. E.: The five competitive forces that shape strategy, in: Harvard Business Review, Bd. 86/ 2008, 1, S. 78-93

Porter, M. E./ Heppelmann, J. E.: How Smart, Connected Products Are Transforming Companies, in: Harvard Business Review, Bd. 93/ 2015, 10, S. 96-114

Rogers, D. L.: Digital Transformation Playbook, New York

Schallmo, D./ Rusnjak, A./ Anzengruber, J./ Werani, T./ Jünger, M. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Wiesbaden

Simon, H./ v. d. Gathen, A.: Das große Handbuch der Strategieinstrumente. Frankfurt a. M., New York

GM III: Managerial Economics und Recht (W3M10003)

Managerial Economics and Law

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
GM III: Managerial Economics und Recht	W3M10003	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Torsten Bleich

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Komplexität von Marktstrukturen und Wettbewerbsprozessen. Sie kennen die zunehmenden außenwirtschaftlichen Verflechtungen in globalisierten Märkten. Die Studierenden erkennen die strategische Relevanz und den Einfluss von rechtlichen Aspekten auf unternehmerische Entscheidungen. Sie sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, wirtschafts- und wettbewerbsrechtliche Aspekte im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen - auch im Sinne von Compliance und verantwortlicher Unternehmensführung – zu berücksichtigen.
Methodenkompetenz	Die Studierende sind in der Lage, strategisches Entscheidungsverhalten von Unternehmen in verschiedenen Marktstrukturen zu modellieren und Preispolitiken bei unterschiedlichen Marktconstellationen zu analysieren, zu bewerten sowie Lösungsvorschläge durch Anwendung wettbewerbs- und industrieökonomischer Konzepte zu erarbeiten. Sie können den europäischen Integrations- bzw. Transformationsprozess analysieren und kritisch hinterfragen. Nach Abschluss des Moduls können sie wirtschafts- und wettbewerbsrechtliche Aspekte im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen - auch im Sinne von Compliance und verantwortlicher Unternehmensführung – berücksichtigen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können Verantwortung für das Handeln in verschiedenen Entscheidungssituationen übernehmen und sind in der Lage, sachangemessen zu argumentieren und wertschätzend Kritik an Ergebnissen zu äußern und anzunehmen. Sie sind zudem in der Lage, die eigenen juristischen Grenzen und die Notwendigkeit fachlicher Kooperation mit Spezialisten einzuschätzen sowie entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Sie verstehen die ökonomischen und juristischen Dimensionen für das Handeln des Managements in ihren vielfältigen Anwendungssachverhalten sowie in ihren Auswirkungen für das Unternehmen, d. h. für Management, Mitarbeiter und sonstige Stakeholder.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls das Entscheidungsverhalten von Managern in komplexen Anwendungsfeldern analysieren, kritisch reflektieren und ein situationsangemessenes Handeln für die eigene praktische Arbeit ableiten. Sie erlangen die Fähigkeit zur Wahrnehmung juristisch relevanter Sachverhalte sowie die Fähigkeit zur Analyse relevanter Probleme und zur Erarbeitung strategischer Lösungsansätze für auftretende juristische Kernfragen. Sie erlangen zudem die Fähigkeit zur multidimensionalen Lösung von unternehmerischen Fragestellungen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
GM III: Managerial Economics und Recht	42	108
<p>Managerial Economics:</p> <ul style="list-style-type: none">- Imperfekte Marktcoordination (Marktversagensgründe)- Entscheidungsverhalten von Unternehmen in speziellen Marktstrukturen (z. B. Monopol, Oligopol)- Märkte und Strategien mit Netzwerksgütern- Preisgestaltung (z. B. Preisdiskriminierung, Preisbündelung, Preisbestimmung in zweiseitigen Märkten)- Entscheidungsverhalten von Unternehmen unter Risiko und Unsicherheit- Prinzipal-Agenten-Situationen in Innen- und Außenbeziehungen (anreizeffiziente Vertragsgestaltung)- Wettbewerbspolitik- Politische Ökonomie- Verhaltensökonomik- Aktuelle Entwicklungen im europäischen und weltweiten Kontext aus makroökonomischer Sicht <p>Wirtschaftsrecht:</p> <ul style="list-style-type: none">- Wettbewerbs- und Kartellrecht: Mengen- und Preiswettbewerb, nationale und europäische Kartellregelungen, UWG und Verbraucherschutz, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse- Unternehmerische Verantwortung und Haftung: Grundfragen der Organhaftung; Organisationshaftung und Organisationsverschulden; Vertragsrecht für Organe &#47; Geschäftsführung; Risikomanagement, Risikokontrolle, Whistleblowing- Unternehmensführung und Arbeitgeberfunktion: Vertragsmanagement; Kündigungsmanagement, Mitbestimmung und Betriebsverfassung; Tarifvertragsrecht und Tarifkonflikte; arbeitsrechtliche Aspekte bei Umstrukturierung, Outsourcing- Dispute Management: Möglichkeiten und Risiken der Rechtsdurchsetzung; unternehmerische Entscheidung und Auswirkungen der Verfahrenswahl (Gerichtsverfahren, Schiedsverfahren, außergerichtliche Streitbeilegung) <p>Schwerpunktsetzungen in Abhängigkeit von aktuellen technologischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Entwicklungen sind möglich.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Die Modulverantwortung für dieses Modul liegt zusätzlich bei Prof. Dr. Petra Radke. Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Grundlagen Mikroökonomik (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.
- Besanko D. / Dranove D. / Schaefer, M.: Economics of Strategy, New York: Wiley.
- 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.
- Dütz, W. / Thüsing, G.: Arbeitsrecht, München: C.H. Beck.
- Eisenhardt, U., Gesellschaftsrecht, München: C.H. Beck.
- Erlei, M. / Leschke M. / Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- Fritsch, M. / Wein, T. / Ewers, H. : Marktversagen und Wirtschaftspolitik, München: Vahlen.
- Gärtner, M.: Macroeconomics, München: Pearson.
- Göbel, E.: Neue Institutionenökonomik: Konzeptionen und betriebswirtschaftliche Anwendungen, Stuttgart: UTB.
- Heussen, B. / Korf, R. / Schröder, G. / Weber, T.: Unternehmer-Handbuch; München: C.H. Beck.
- Heussen, B. / Pischel, G: Handbuch Vertragsverhandlung und Vertragsmanagement: Köln: Otto Schmidt.
- Hill, C.: International Business: Competing in the Global Marketplace, New York: McGraw-Hill.
- Jost, P.: Die Prinzipal-Agenten-Theorie in der Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer Poeschel.
- Klunzinger, E: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, München: Vahlen.
- Koch, E.: Globalisierung: Wirtschaft und Politik. Chancen – Risiken – Antworten, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Löwisch, M. / Caspers, G. / Klumpp, S.: Arbeitsrecht, München: Vahlen.
- Milgrom, P. / Roberts, J.: Economics, Organization and Management, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Nalebuff, B. / Brandenburger, A.: Coopetition – kooperativ konkurrieren, Frankfurt: Campus.
- Pindyck, R. / Rubinfeld, D.: Mikroökonomie, München: Pearson.
- Png, I. / Lehman, D.: Managerial Economics, Malden: Blackwell Publishing.
- Richter, R. / Furobotn, E.: Neue Institutionenökonomik, Tübingen: Mohr Siebeck.
- Salvatore, D.: Managerial Economics in a Global Economy: New York: Oxford University Press.

- Shy, O.: Industrial Organization, London: MIT Press.
- Teichmann, C. & Erben, R.: Compliance, München: C.H. Beck.
- Thomas, C. & Maurice, S.: Managerial Economics, New York: McGraw Hill.
- Umnuß, K.: Corporate Compliance Checklisten, München: C.H. Beck.

GM IV: Führung, Organisation und Ethik (W3M10004)

Leadership, Organisational Behaviour & Ethics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
GM IV: Führung, Organisation und Ethik	W3M10004	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ernst Deuer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	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
GM IV: Führung, Organisation und Ethik	42	108
<p>Führungsprozess, personale und strukturelle Führung, Führungsinstrumente, Legitimation von Führung, Führungsautorität und -kompetenz; Überblick und Würdigung klassischer Führungstheorien sowie aktuellere Führungstheorien und Trends;</p> <p>Führungsethik: Anforderungen an Führungskräfte und relevante Eigenschaften im heutigen Führungsalltag; Führungskräfteentwicklung; externe Einflüsse auf das Führungsverhalten</p> <p>Verhaltenswissenschaftliche Betrachtung der Organisation auf Individuum-, Gruppen- und Organisationsebene sowie deren Wechselwirkungen; Kommunikation, Feedback, Konflikte in Organisationen, Gruppenstrukturen; Betriebsklima, Unternehmenskultur, organisationale Gerechtigkeit</p> <p>Unternehmerische und soziale Verantwortung, Corporate Social Responsibility; Nachhaltigkeit unternehmerischer Entscheidungen</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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

Innovations- und Changemanagement (W3M10005)

Innovation- and Change Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Innovations- und Changemanagement	W3M10005	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Frank O. Bayer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erwerben ein vertiefendes Verständnis von organisatorischen und inhaltlichen Zusammenhängen, um Situationen und Projekte im Bereich Innovations- und Change-Management einschätzen zu können. Von besonderer Bedeutung sind dabei ein übergreifendes Denken und das Erkennen von Schnittstellen zu allen betroffenen Unternehmensbereichen.
Methodenkompetenz	Neben dem Kennenlernen und der Anwendung von passenden Methoden und möglichen Vorgehensweisen sollen die Studierenden Grenzen und Praktikabilität von Methoden erkennen und einschätzen können. Besonders wichtig ist dabei ein systematisches und strukturiertes Vorgehen, begleitet durch die Fähigkeit zur kritischen Reflexion.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sollen angeregt werden, auf der einen Seite kreativ und auf der anderen Seite strukturiert zu denken sowie ihrer Verantwortung für das Unternehmen gerecht zu werden. Eine positive Grundeinstellung zu Innovationen und Veränderungen ist dabei Grundbedingung. Neue Konzepte und Möglichkeiten müssen stichhaltig und zielorientiert verargumentiert werden können. Bedeutsam ist das frühzeitige Erkennen von Zielkonflikten und deren Lösungsmöglichkeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Masterabsolventinnen und -absolventen zeigen 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
Innovations- und Changemanagement	42	108
<p>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</p> <p>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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Innovationsmanagement

Tidd, J. / Bessant, J.: Managing Innovation: Integrating Technological, Marke! and Organizational Change, Wiley, Chichester.

Vahs, D. / Brem, A.: Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Hauschildt, 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. / Amelingmeyer, 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.

Qualitäts- und Prozessmanagement (W3M10006)

Quality and Process Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Qualitäts- und Prozessmanagement	W3M10006	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Frank Lehmann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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	108
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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.

Technologien der Digitalen Transformation und Anwendungen (W3M10007)

Technologies of Digital Transformation and its Applications

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technologien der Digitalen Transformation und Anwendungen	W3M10007	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Kessel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 beschreiben die Stärken und Schwächen der Methodiken für die Entwicklung oder Anpassung des Informationsmanagements, der Informationssysteme, Anwendungen der Künstlichen Intelligenz und den Prozessen der Softwareentwicklung. Sie können diese in einem betrieblichen Kontext 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	-
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Technologien der Digitalen Transformation und ihre Anwendungen	42	108
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		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

K. Laudon, J. Laudon .Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung", Pearson

S. Russell, P. Norvig „Artificial Intelligence", Prentice Hall

1. Sommerville „Software Engineering", Addison-Wesley

A. Gadatsch „Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis", Springer Vieweg

T. Kessel, M. Vogt „Fit für die Prüfung: Wirtschaftsinformatik: Lernbuch", UTB

Forschungsprojektarbeit I (W3M10011)

Research Project I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Forschungsprojektarbeit I	W3M10011	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Andreas Mitschele

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Sonstige Veranstaltung
Lehrmethoden	Projekt

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	6	144	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>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.</p> <p>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.</p>
Methodenkompetenz	<p>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 betriebswirtschaftlichem Fokus an. Sie führen 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. Darüber hinaus zielen sie darauf ab, die abstrakte Problemstellung unter Anwendung der Methodik zu einer allgemeinen Problemlösung zu führen und deren Anwendbarkeit auf den zu Grunde liegenden Sachverhalt nachzuweisen.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>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 betriebswirtschaftlichem Fokus an. Sie führen 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. Darüber hinaus zielen sie darauf ab, die abstrakte Problemstellung unter Anwendung der Methodik zu einer allgemeinen Problemlösung zu führen und deren Anwendbarkeit auf den zu Grunde liegenden Sachverhalt nachzuweisen.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden können die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten Fachgebiete lösungsorientiert verknüpfen, um daraus anwendungsorientierte (Forschungs-)Projekte zu konzipieren, in denen die erlernten theoretischen Modelle und Methoden zur Lösungsfindung eingesetzt werden. Sie lösen dabei auch Querschnittsfragen unter Einbezug verschiedenster Ressourcen umfassend und integrativ.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Forschungsprojektarbeit I	6	144
<p>Die Forschungsprojektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen und / oder öffentlicher Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.</p> <p>Die Forschungsprojektarbeit I soll einen inhaltlichen Schwerpunkt haben, der in einem der Themengebiete der ersten beiden Semester (Module aus dem Bereich General Management, Studienrichtungskernmodule oder Studienrichtungsmodule) liegt.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
<p>Die Forschungsprojektarbeit kann angemeldet werden, wenn das Modul General Management I erfolgreich absolviert wurde. Die Forschungsprojektarbeit hat einen Umfang von 15-20 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Projektarbeit 70 % und Mündliche Prüfung 30 %.</p>

Voraussetzungen
-

Literatur

<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <ul style="list-style-type: none">- Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart.- Schnell, R; Hill, P. B; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München.- Themenspezifisches Literaturstudium

Forschungsprojektarbeit II (W3M10012)

Research Project II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Forschungsprojektarbeit II	W3M10012	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Andreas Mitschele

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Sonstige Veranstaltung
Lehrmethoden	Projekt

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	6	144	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	Die Studierenden 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 Betriebswirtschaftslehre zu bewältigen. Die Auswahl von Methoden und Formen des wissenschaftlichen Arbeitens, die zur Lösung der 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.
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 Betriebswirtschaftslehre wenden sie auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf an, um selbstständig Problemlösungen für komplexe berufliche Herausforderungen zu analysieren und zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Forschungsprojektarbeit II	6	144
<p>Die Forschungsprojektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen und / oder öffentlicher Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.</p> <p>Der inhaltliche Schwerpunkt der Forschungsprojektarbeit II soll in einem Themengebiet der belegten Module aus dem Bereich General Management, der Studienrichtungskernmodule oder Studienrichtungsmodule liegen.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
<p>Die Forschungsprojektarbeit hat einen Umfang von 15-20 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Projektarbeit 70 % und Mündliche Prüfung (Präsentation) 30 %.</p>

Voraussetzungen
<p>Erfolgreicher Abschluss der Forschungsprojektarbeit I</p>

Literatur

<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <ul style="list-style-type: none">- Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart.- Schnell, R; Hill, P. B; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München.- Themenspezifisches Literaturstudium

Masterarbeit (W3M10013)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Masterarbeit	W3M10013		Prof. Dr. Andreas Mitschele

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Lehrveranstaltung, Prüfung
Lehrmethoden	-, Praxis

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kolloquium	Siehe Pruefungsordnung	ja
Masterarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
600	6	594	20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die wissenschaftlich-forschungsbezogene und fachliche Qualifikation bei der Lösung von Problemstellungen wird vertieft. Die generelle und berufsfeldspezifische Fachkompetenz der Studierenden wird erweitert und der Bezug zum aktuellen Erkenntnisstand hergestellt.
Methodenkompetenz	Die Studierenden erforschen mit Hilfe der erlernten Forschungsmethoden eine ausgewählte Problemstellung aus ihrem beruflichen Umfeld. Dabei lernen sie eigenverantwortlich zwischen den unterschiedlichen Problemstellungen zu differenzieren und die jeweils geeignete Methode anzuwenden. Den Einsatz von Methoden hinterfragen und diskutieren sie dabei kritisch. Ihre Forschung ordnen sie anhand wissenschaftlicher Veröffentlichungen und weiterer Quellen in den aktuellen Erkenntnisstand ein.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Fähigkeit wird weiterentwickelt, nach logisch-methodischen Grundsätzen selbstständig zu arbeiten. Die Studierenden belegen ihre kognitive Qualifikation, anspruchsvolle Fragestellungen eigenständig und kompetent zu lösen. Darüber hinaus reflektieren die Studierenden ihre Rolle im betrieblichen Kontext und übernehmen Verantwortung für die ihnen übertragenen Aufgaben.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage fächerübergreifende und forschungsbezogene Fragestellungen in das Gesamtgebiet der Betriebswirtschaftslehre einzuordnen. Sie erkennen Vernetzungen sowie deren Konsequenzen und tragen so auf anspruchsvolle Weise zum Erkenntnisfortschritt bei.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Mastermodul	5	589
Die Masterarbeit stellt eine selbstständige und nach wissenschaftlichen Prinzipien gestaltete schriftliche Ausarbeitung zu einer geeigneten Fragestellung dar. Die Masterarbeit greift prinzipiell anwendungsorientierte Problemstellungen auf und löst diese unter Nutzung von methodisch-analytischen Kompetenzen und Techniken innerhalb einer vorgegebenen Zeit.		
Kolloquium	1	5
Das Kolloquium beinhaltet die Präsentation und Diskussion der Masterarbeit (Verteidigung). Der Studierende zeigt dabei, dass er Fragestellungen fächerübergreifend problem- und methodenorientiert sowie selbstständig bearbeiten und in einen weiteren betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen kann. Das Kolloquium kann auch ein Begleitseminar zur Masterarbeit umfassen.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Die Masterarbeit kann laut Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge begonnen werden, wenn die Forschungsprojektarbeiten I und II sowie weitere Module mit mindestens 45 ECTS-Kreditpunkten erfolgreich abgeschlossen worden sind. Die Masterarbeit hat einen Umfang von 60-80 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von vier Monaten erstellt. Gewichtung: Masterarbeit 85 %, Kolloquium 15%

Voraussetzungen

-

Literatur

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

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bänsch, Axel/ Alewell, Dorothea; Wissenschaftliches Arbeiten, München/ Wien

Charbel, Ariane; Schnell und einfach zur Diplomarbeit, Nürnberg

Eco Umberto; Wie man eine wissenschaftliche Abschlußarbeit schreibt, Heidelberg

Esselborn-Krumbiegel, Helga; Von der Idee zum Text, Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben, Stuttgart

Franck, Norbert/ Stary Joachim; Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens, Stuttgart

Saunders, Mark/ Lewis, Philip/ Thornhill, Adrian; Research methods for business students, Harlow et al.

Rechnungslegung nach IFRS und HGB im Vergleich (W3M10101)

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

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Rechnungslegung nach IFRS und HGB im Vergleich	W3M10101	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Stefan Leukel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 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
Rechnungslegung nach IFRS und HGB im Vergleich	42	108
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		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wertorientiertes Management und Controlling	W3M10102	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Kroflin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen

Fachkompetenz	<p>Die Studierenden verfügen über detaillierte Kenntnis der Shareholder Value Konzepte und sind imstande, deren Relevanz für verschiedene Anwendungen im Kontext der wertorientierten Unternehmensführung einzuschätzen.</p> <p>Ebenso beherrschen die Studierenden gängige Methoden zur Bestimmung von Unternehmenswerten und können diese in der Praxis einsetzen.</p> <p>Die Studierenden verfügen über umfangreiches Wissen zu den Wirkungszusammenhängen zwischen operativen Einflussfaktoren und dem Unternehmenswert.</p> <p>Auf 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.</p>
Methodenkompetenz	<p>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 prägnanten 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.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Studierenden sind sich ihrer Verantwortung als Controller 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.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>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.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Wertorientiertes Management und Controlling	42	108
<p>Theoretische Grundlagen & Kennzahlen der Wertorientierung</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) - Rentiteforderung 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 <p>Wertorientiertes Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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, 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
- 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

Wertorientierung bei immateriellen Werten (W3M10104)

Value Based Management for Intangible Assets

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wertorientierung bei immateriellen Werten	W3M10104	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Kroflin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden können aufbauend auf ihrem Fachwissen über Konzepte des wertorientierten Managements gezielt in betrieblichen Funktionsbereichen wie Personal- und Kundenmanagement die Weiterentwicklung von Messkonzepten vorantreiben. Sie können so die steigende Bedeutung der Faktoren Human Ressource und Beziehungen zu Kunden als wichtige Ressourcen zur Wertsteigerung auch in entsprechenden Controllingkonzepten umsetzen. Die Studierenden beherrschen die Messung des Kunden- sowie des Markenwerts sowie verschiedene Ansätze zur Erfassung dieser Größen – sie können diese Werte auch angemessen im betrieblichen Umfeld interpretierend und zur Findung von Strategien einsetzen. Ihr Verständnis von Organisationsstrukturen und –prozessen setzen sie ein, um ein Bewusstsein für immaterielle Werte zu schaffen und die Organisation auf deren Erhaltung oder Steigerung hin auszurichten.
Methodenkompetenz	Im Kontext verschiedener Megatrends ist es wichtig, immaterielle Werte stärker in den Fokus des Controllings zu rücken. Durch Beherrschung der Methoden der Wertorientierten Unternehmensführung und deren Einsatz in den genannten Unternehmensbereichen schaffen die Studierenden Bewusstsein für Werte und deren Erhalt und sorgen so für einen Perspektivwechsel von Kosten- zu Werttreibern.
Personale und Soziale Kompetenz	Aufgrund der wachsenden Bedeutung immaterieller Werte können die Studierenden gegenüber verschiedenen Gesprächspartnern diese Werte plausibel darstellen und potenzielle Konfliktbereiche zwischen Kosten- und Wertorientierung angemessen darstellen. Sie können sich auf unterschiedliche Gesprächspartner, wie Mitarbeiter, Kunden, Gläubiger und Kapitalgeber einstellen, deren Erwartungen erkennen und Lösungsmöglichkeiten selbständig und eigenverantwortlich erarbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die (ethischen) Grenzen des kundenwertorientierten Managements (z.B. Kundendiskriminierung, Exit Management) und des wertorientierten Personalmanagements zu erkennen und berücksichtigen diese bei ihren Entscheidungen. Sie können zwischen Gesprächspartnern aus verschiedenen Teilbereichen moderierend wirken.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Wertorientierung bei immateriellen Werten	42	108
<p>Humankapital als immaterielles Vermögen Humankapital als strategische Unternehmensressource: Strategische Personalmanagementansätze Methoden der Messung und Bewertung des Humankapitals (z.B. Humanvermögensrechnung, marktwertorientierte Ansätze, ertragswertorientierte Ansätze, Workonomics, Saarbrücker Formel) Steuerung des Humankapitals: Ausgestaltung eines wertorientierten Personalmanagements (insb. Personalbedarfsplanung, Anreizsysteme, Personalentwicklung, Personalcontrolling, Organisation des Personalmanagements) Konzept des Markenwerts Methoden zur Messung von Markenstärke und Markenwert Wertorientiertes Markenmanagement zur Unternehmenswertsteigerung Konzept des Kundenwerts – Methoden der Bestimmung des Kundenwerts (z.B. Customer Lifetime Value, Kundendeckungsbeitragsrechnung, Scoring-Portfolio) – Gestaltung von Kundenbeziehungen auf der Basis der wertorientierten Analyse</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen

"Theoretische Grundlagen der Wertorientierung, Wertorientierung als Managementkonzept. Maßgebliche Kennzahlen der Wertorientierung."

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Baron, A.; Armstrong, M.: Human Capital Management, London
Becker, M.: Messung und Bewertung von Humanressourcen, Stuttgart
Davenport, T.O.: Human Capital, San Francisco
Ringlstetter, M.; Kaiser, S.: Humanressourcen-Management, München
Schmeisser, W.: Finanzorientierte Personalwirtschaft, München
Aaker, D.A.: Managing Brand Equity. Capitalizing on the Value of a Brand Name, New York et al.
Bentele, G.; Buchele, M.-St.; Hoepfner, J.; Liebert, T.: Markenwert und Markenwertermittlung. Eine systematische Modelluntersuchung und -bewertung, Wiesbaden
Günter, B.; Helm, S. (Hrsg.): Kundenwert. Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzungen, Wiesbaden
Rudolf-Sipötz, E.: Kundenwert. Konzeption - Determinanten - Management, St. Gallen

Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS (W3M10107)

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

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS	W3M10107	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Stefan Leukel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 HGB und IFRS	42	108
<p>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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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

Küting, 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Investor Relations, Corporate Governance, Compliance	W3M10108	Deutsch/Englisch	Prof. Stefan Fünfgeld

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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, Analysten 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	108
<p>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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

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

Literatur

<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Gorr, C.: Investor Relations und Shareholder Value: Erweiterte Inhalte der Kapitalmarktkommunikation im Rahmen der wertorientierten Unternehmensführung, Saarbrücken</p> <p>Marcus, B.: Competing for Capital: Investor Relations in a Dynamic World (Wiley Finance), New York u.a.</p> <p>Kirchhoff, K./ Piwinger, M. (Hrsg.): Praxishandbuch Investor Relations: Das Standardwerk der Finanzkommunikation, Wiesbaden</p> <p>Brox, H; Handels- und Wertpapierrecht, akt. Aufl., München</p> <p>Grunewald, B. / Schlitt, M., Einführung in das Kapitalmarktrecht</p> <p>KPMG: Das wirksame Compliance-Management-System: Ausgestaltung und Implementierung in Unternehmen, Herne, Berlin</p> <p>Kümpel: Bank- und Kapitalmarktrechte, Köln</p> <p>Malik F.: Die richtige Corporate Governance: Mit wirksamer Unternehmensaufsicht Komplexität meistern, Frankfurt</p> <p>Welge, M. u.a.: Corporate-Governance-Management: Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung, Berlin</p>

Wertorientierung und Werteorientierung (W3M10109)

Value-Oriented and Sustainable Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wertorientierung und Werteorientierung	W3M10109	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Morschheuser

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Klausur und Seminararbeit / Transferbericht	60	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	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.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, in allen Gestaltungsfeldern eines wertorientierten und werteorientierten Managements mögliche Begrenzungen zu erkennen, die sich aus einer normativen, werteorientierten Betrachtungsperspektive ergeben. In konkreten betrieblichen Entscheidungssituationen können die Studierenden diese Erkenntnisse berücksichtigen, um deren Anwendung auf die Praxis zu analysieren, zu beurteilen und an die jeweiligen Problemstellungen anzupassen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können ihr Wissen und ihre Fähigkeiten realistisch einschätzen. Sie nutzen ihre Kenntnisse der (nachhaltigen) Unternehmensführung, 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 der Wert- und Wertorientierung 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
Wertorientierung und Werteorientierung	42	108
Erfolgsfaktoren von Unternehmen		
Konzepte betrieblicher Erfolgsfaktoren im Wettbewerb		
Abgrenzung ‚harter‘ vs. ‚weicher‘ Erfolgsfaktoren		
Erfolgsfaktoren im Kontext von Branchenzugehörigkeit und Unternehmensgröße		
PIMS-Studie („Profit Impact of Marketing Strategies“)		
Rolle des Unternehmers: Modelle der Entrepreneur-Forschung, Unternehmer und Unternehmenskultur,		
Unternehmerische Motivation, Unternehmer und Risiko, Unternehmerisches Scheitern		
Familiengeführte Unternehmen im Vergleich zu Managementgeführten Unternehmen		
Praxisbeispiele und Fallstudien		
Nachhaltige Unternehmensführung		
Theoretische Grundlagen zum Nachhaltigkeitskonzept, Shareholder- versus Stakeholder-Management		
Grundlagen einer nachhaltigen Wirtschaftsweise (Sustainability), Nachhaltiges Unternehmertum		
Prinzipien einer nachhaltigen Unternehmenspolitik		
Transformation von Wertketten zu Wertschöpfungskreisläufen		
Wandel von Unternehmen: Organisatorischer Wandel, Geplanter Wandel		
Evolutorische Entwicklung von Unternehmen		
Praxisbeispiele und Fallstudien		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Kombiniert Modulprüfung bestehend aus einer Klausur (60 min) und Seminararbeit/Transferbericht.. Gewichtung 50/50

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Audretsch, D.B.: Entrepreneurship, innovation, and economic growth, Cheltenham.

Buzell, R. D./Gale, B. T.: Das PIMS-Programm: Strategien und Unternehmenserfolg, Wiesbaden.

Davidsson, P, et. Al.: Entrepreneurship and the Growth of Firms, Cheltenham.

Dyckhoff, H. (Hrsg.), Umweltmanagement. Zehn Lektionen in umweltorientierter Unternehmensführung, Berlin u.a.

Kruger, W. (Hrsg.): Excellence in Change. Wege zur Strategischen Erneuerung, München

von Hauff, M./Kleine, A.: Nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und Umsetzung, München.

Müller-Christ, G.: Nachhaltiges Management. Einführung in Ressourcenorientierung und widersprüchliche Managementrationalitäten, Baden-Baden.

Balik, M./Frühwald, C.: Nachhaltigkeitsmanagement: Mit Sustainability Management durch Innovation und Verantwortung langfristig Werte schaffen, Saarbrücken.

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

Klein, S.: Familienunternehmen: Theoretische und empirische Grundlagen, Lohmar.

Fueglistaller, U. u.a.: Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, München.

Strategisches und operatives Controlling (W3M10112)

Strategic Controlling and Operations Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Strategisches und operatives Controlling	W3M10112	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ludwig Hierl

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen aktualisieren, erweitern und vertiefen ihr Wissen sowie ihre Fertigkeiten im Bereich des strategischen und operativen Controllings. Sie lernen, wie 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 Absolventinnen und Absolventen 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	108
Aufgaben und Organisation des Controllings unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen (dzt. z.B. Big Data) 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 Vertriebscontrolling Branchenbezogene Controlling-Besonderheiten beispielsweise bei Industrie-, Dienstleistungs-, Handels- oder Finanzdienstleistungsunternehmen Fallstudien zur Planung, Informationsaufbereitung, Kontrolle und/oder Steuerung von operativen und strategischen betrieblichen Entscheidungen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul ist auch als Zertifikationsprogramm belegbar.

Voraussetzungen

-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

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

Hierl, L.: Investitionscontrolling für Praktiker - Erfolgreiche Planung, Kontrolle und Steuerung von Investitionen, Wiesbaden

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

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Führungsorientierte Kosten- und Leistungsrechnung	W3M10116	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Hofmann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 selbständig und kritisch mit der Kosten- und Leistungsrechnung auseinanderzusetzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können sich in die Perspektive potenzieller Gesprächspartner (Geschäftsführung, Führungskräfte und Mitarbeiter verschiedener Fachabteilungen) hineinversetzen, deren Erwartungen erkennen und angemessene Handlungsoptionen erarbeiten. Sie sind in der Lage, die Rolle eines Kostenrechners bzw. Controllers 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	108
<p>Für wesentliche Ansätze und Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung (z. B. Abweichungsanalyse, Grenzplankostenrechnung, Erlösrechnung, Time-Driven Activity Based Casting, Target Casting, Life Cycle Casting) erwerben die Studierenden im Rahmen des seminaristischen Unterrichts und der Gruppenprojekte folgende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 Controllern und anderen Akteuren im Unternehmen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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

Unternehmensbesteuerung und Steuerbilanz (W3M10118)

Company Taxation and Tax Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensbesteuerung und Steuerbilanz	W3M10118	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Jens Siebert

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen

Fachkompetenz	<p>Die Absolventen 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 des Unternehmenssteuerrechts aus nationaler Sicht vertraut. Die Absolventen können die steuerlichen Bemessungsgrundlagen ausgehend von der handelsrechtlichen Rechnungslegung ableiten.</p> <p>Die Absolventen sind mit den Grundlagen des internationalen sowie europäischen Steuerrechts und der Thematik der Verrechnungspreise vertraut. Sie wissen die Zusammenhänge zwischen den Verrechnungspreisen und Daten in den Managementinformationssystemen einzuschätzen.</p> <p>Die Absolventen 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 Die Absolventinnen und Absolventen 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. Die steuerlichen Bemessungsgrundlagen können sie ausgehend von der handelsrechtlichen Rechnungslegung ableiten. Die Absolventinnen und Absolventen sind mit den Grundlagen des internationalen sowie europäischen Steuerrechts und der Thematik der Verrechnungspreise vertraut und in der Lage, die Zusammenhänge zwischen den Verrechnungspreisen und Daten in den Managementinformationssystemen einzuschätzen. Mit den nationalen Bilanzierungsvorschriften sind die Studierenden vertraut und wenden die relevanten Rechtsgrundlagen, konkret die Ansatz- und Bewertungsvorschriften in der handels- und steuerrechtlichen Jahresabschlusserstellung (Maßgeblichkeitsgrundsatz) an. Darüber hinaus kennen sie die Gründe für die Erstellung von Sonderbilanzen und erwerben Kenntnisse in der Steuerbilanzpolitik (Bemessungsgrundlage, Verlustnutzung).</p>
Methodenkompetenz	<p>Die Absolventinnen und Absolventen erhalten Anstöße, selbständig über die Veränderungen der nationalen und internationalen Besteuerung von Unternehmensgewinnen nachzudenken. Dabei können sie bilanzielle Fragestellungen methodisch und eigenverantwortlich bearbeiten und es gelingt ihnen, deren Auswirkungen auf die steuerliche Bemessungsgrundlage sowie den Jahresabschluss verlässlich einzuschätzen und im Rahmen der Unternehmensplanung zu berücksichtigen. Nach Abschluss des Moduls erweitern die Absolventinnen und Absolventen ihre Fähigkeit, sich in neue Aufgabenstellungen komplexer Natur methodenbasiert einzuarbeiten und die gewonnenen Kenntnisse rechtssicher auf Praxisfälle anzuwenden.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Absolventinnen und Absolventen wissen, dass die internationale Abgrenzung von Einkünften und Erträgen in einem rechtlich-ethischen Spannungsfeld zwischen verschiedenen Staaten und Individualinteressen erfolgt und lernen, vertretbare Grundentscheidungen eigenständig und verantwortlich zu treffen. Sie sind mit den divergierenden Zwecken der Handels- und Steuerbilanz vertraut und ziehen daraus selbständig die notwendigen Schlüsse im Rahmen der Bilanzpolitik.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>Die Absolventinnen und Absolventen haben nach Abschluss des Moduls ein eingehendes Verständnis über die Zusammenhänge zwischen den Steuerarten und dem Rechnungswesen sowie der Unternehmensorganisation. Sie können Steuereffekte im Rahmen der internen und externen Rechnungslegung zutreffend einordnen und im Rahmen einer vorausschauenden Planung berücksichtigen. Die Studierenden entwickeln ein tiefergehendes Verständnis über die Zusammenhänge zwischen der Handels- und Steuerbilanz und erkennen in Standardsituationen die sich anbietenden Steuergestaltungspotentiale und können Steuereffekte in diesem Bereich zutreffend einordnen. Die Kenntnisse aus den Gebieten der Unternehmensbesteuerung und der Rechnungslegung mit den Compliance-Vorgaben eines bzw. ihres Unternehmens können sie vernetzen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Unternehmensbesteuerung und Steuerbilanz	42	108
<p>Unternehmensbesteuerung und Steuerbilanz</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ableitung der steuerlichen Bemessungsgrundlagen - Hinzurechnungen und Kürzungen - Besonderheiten bei Personengesellschaften - Rückwirkung auf die Rechnungslegung - Doppelbesteuerungsabkommen - Europäisches Steuerrecht - Verrechnungspreise <p>Steuerbilanz</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maßgeblichkeitsgrundsatz - Abgrenzung der Handels- und Steuerbilanz dem Grunde und der Höhe nach - Sonderbilanzen - Ziele und Grenzen einer Steuerbilanzpolitik 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.
Voraussetzungen
-

Unternehmensbesteuerung und Steuerbilanz

Brähler, G.; Internationales Steuerrecht
Jacobs, O. H.; Endres, D.; Spengel, C.; Internationale Unternehmensbesteuerung
Jacobs, O. H.; Scheffler, W.; Spengel, C.; Unternehmensbesteuerung und Rechtsform
Scheffler, W.; Besteuerung von Unternehmen I
Schreiber, U.; Besteuerung der Unternehmen
Tipke, K.; Steuerrecht

Steuerbilanz

Baetge, J.; Kirsch, H.-J.; Thiele, S.: Bilanzen
Coenenberg, A.; Haller, A.; Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse
Falterbaum, H. et al., Buchführung und Bilanz
Prinz, U.; Adrian, G.; Kanzler, H.-J.; Praxishandbuch Bilanzsteuerrecht
Zwirner, C.; Kükelen, K. P.: Eigenständige Steuerbilanzpolitik

Nutzung der Informationstechnologie im internen und externen Rechnungswesen (W3M10119)

The use of information technology for financial and managerial accounting purposes

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Nutzung der Informationstechnologie im internen und externen Rechnungswesen	W3M10119	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralf Gerhards

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	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
Nutzung der Informationstechnologie im internen und externen Rechnungswesen	42	108
<p>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.</p> <p>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.</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 und Voraussetzungen

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Mergers & Acquisitions, Beteiligungsmanagement	W3M10120	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Frank Borowicz

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen gewinnen fundiertes Wissen zu Mergers & Acquisitions und zum Beteiligungsmanagement. Sie erhalten sowohl Einblicke in die aktuelle Forschung als auch Fähigkeiten, um strategische Themen in diesen Bereichen zu bearbeiten. Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse und lernen deren Anwendung anhand von Übungsbeispielen, Fallstudien oder Simulationsrechnungen. Sie erlernen die theoretischen Grundlagen und die rechtlichen und wirtschaftlichen Regelungen, unter deren Bedingungen und Restriktionen Käufe und Verkäufe von Unternehmen stattfinden. Sie sind zudem in der Lage, die Relevanz von Akteuren einschätzen zu können, sie kennen Instrumente zur Wertsteigerung und sind in der Lage, auf wissenschaftlich-fundiertem Niveau mit Experten wie beispielsweise Analysten, Anteilseignern, Kontrollorganen oder Medienvertretern zu kommunizieren.
Methodenkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen beherrschen die Methoden, die üblicherweise in Forschung und Praxis bei M&A und Beteiligungsmanagement Verwendung finden. Hierzu zählt etwa die Kompetenz, einen Prozess für Unternehmenstransaktionen und Beteiligungsmanagement zu etablieren oder zielgerichtet zu verändern. Hierzu gehört es auch, die wesentlichen Instrumente, die in den Prozessphasen genutzt werden, zu kennen und deren Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen zu berücksichtigen. Zudem werden Forschungsmethoden beherrscht, um etwa den Erfolg von M&A oder einzelnen Instrumenten erheben zu können.
Personale und Soziale Kompetenz	Angesichts der hohen Komplexität und der Einmaligkeit von Unternehmenstransaktionen und der hohen Komplexität des Beteiligungsmanagements sind Standardinstrumente/-prozesse stets auf die jeweiligen situativen Gegebenheiten anzupassen. Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die jeweiligen situativen Bedingungen und Erfordernisse zu analysieren und standardisierte Verfahrensweisen zu hinterfragen. Zudem sind sie in der Lage, sich in oftmals politisch aufgeladenen und konfliktreichen Prozessen des M&A- und Beteiligungsmanagements zielorientiert einzubringen. Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt, Forschungsmethoden zu hinterfragen und werden ermutigt, diese anzupassen oder weiter zu entwickeln. Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, sich gewinnbringend in ein Team sowohl bei beruflichen Herausforderungen als auch in der Wissenschaft einzubringen und gemeinsam eine Aufgabe zu bearbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Fachwissen, ihre Methodenkompetenz und ihre personalen und sozialen Kompetenzen zum Wohle des M&A- und Beteiligungsmanagements einzusetzen. Erst das Zusammenspiel dieser Kompetenzen befähigt die Absolventinnen und Absolventen, die umfangreichen Aufgaben, die sich stellen, angemessen zu bewältigen und / oder kritisch zu reflektieren.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Mergers & Acquisitions, Beteiligungsmanagement	42	108
Mergers & Acquisitions-Management		
<ul style="list-style-type: none">- Merger & Acquisitions: Begriffe und Formen- Theoretische Erklärungsmodelle für M & A: Neue Institutionenökonomik, Prinzipal-Agenten-Ansatz, Modelle der Strategieforschung- Entwicklung wertsteigernder M&A-Strategien: Motive, Rahmenbedingungen und Akteure von M & A- Akquisitions-Management: Strategie, Konzeption, Due Dilligence, Organisation, Transaktion- Post-Merger Management: Integration, Unternehmenskultur, Informationsmanagement- Demerger: Strategische Zielsetzungen; Konzepte (z.B.: Sell-Off, Spin-Off, Carve out); Vorgehensweise, Fallstudien und Übungsbeispiele		
Management & Controlling von Geschäftsfeldern/Beteiligungen		
<ul style="list-style-type: none">- Ziele des Beteiligungscontrollings: Führung und Koordination im Sinne der Gesamtkonzernstrategie- Theoretische Grundlagen: Transaktionskostenansatz, Verhaltens- vs. Managementorientierte Ansätze des Beteiligungsmanagements, Standardisierung vs. Differenzierung- Methoden wertorientierten Beteiligungsmanagements: z. B.: Learning Brick Pile, BCG-Matrix, Total Cost of Ownership, Performance Measurement, Wertsteigerungsmanagement		
Wertsteigerungsmanagement		
<ul style="list-style-type: none">- Instrumente des Beteiligungscontrollings:- Strategische Instrumente (Portfoliotechniken, Wertschöpfungskette, Szenariotechnik)- Operative Instrumente (Berichts- und Rechnungswesen, Kennzahlen, Kennzahlensysteme)- Praxisorientierte Anwendungsbeispiele des Beteiligungscontrollings		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

Mergers & Acquisitions-Management

- Gaughan, P.: Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings, New York u.a.
- Glaum, M./Hutzschenreuter, T.: Mergers & Acquisitions - Management des externen Unternehmenswachstums, München
- Jansen, S.: Mergers & Acquisitions: Unternehmensakquisitionen und -kooperationen. Eine strategische, organisatorische und kapitalmarkttheoretische Einführung, München
- Picot, G. (Hrsg.): Handbuch Mergers & Acquisitions: Planung - Durchführung – Integration, Stuttgart
- Richter, F.: Mergers & Acquisitions: Investmentanalyse, Finanzierung und Prozessmanagement, München
- Wirtz, B. (Hrsg.): Handbuch Mergers & Acquisitions Management, Wiesbaden

Management & Controlling von Geschäftsfeldern/Beteiligungen

- Bragg, S.: Controller's Guide to Planning and Controlling Operations, New York u. a.
- Burger u.a.: Beteiligungscontrolling, München
- Copeland, T. u.a.: Unternehmenswert, Frankfurt a.M.
- Littkemann, J.: Beteiligungscontrolling: Band I: Grundlagen sowie bilanzielle, steuerliche und sonstige Aspekte des Beteiligungscontrollings, Herne/Berlin
- Littkemann, J.: Beteiligungscontrolling II: Strategische und operative Unternehmensführung im Beteiligungscontrolling Herne/Berlin

Finanzberichterstattung (W3M10121)

Financial Reporting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Finanzberichterstattung	W3M10121	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ludwig Hierl

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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 Absolventinnen und Absolventen 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	108
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, Integrated Reporting Ermittlung und Kommunikation von Key Performance- sowie Bonitätsindikatoren Identifikation typischer Fehlerquellen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

Fundierte Grundlagen zur Bilanzierung

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Hierl, Ludwig/ Weiss, Raimund: Bilanzanalyse von Fußballvereinen - Praxisorientierte Einführung in die Jahresabschlussanalyse, Springer Gabler Wiesbaden.

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

Stolowy, Herve/ Lebas, Michel/ Ding, Yuan: Financial Accounting and Reporting - A Global Perspective, Cengage Learning Emea 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

Ausgewählte Themen des branchenspezifischen und des funktionsorientierten Controllings (W3M10123)

Special Topics of Managerial Accounting in Service Businesses and Business Functions

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Ausgewählte Themen des branchenspezifischen und des funktionsorientierten Controllings	W3M10123	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Christoph Neef

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Absolventen weisen fundierte Kenntnisse zu den Controllingkonzepten im Dienstleistungsbereich auf. Sie können allgemeine Instrumente des Controllings auf verschiedene Funktionsbereiche und 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.
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. 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. Sie besitzen Ambiguitätstoleranz, um sich mit den vielschichtigen Inhalten des branchenspezifischen und funktionsorientierten Controllings 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 haben können. Auch sind Sie in der Lage, den Einsatz von ausgewählten branchenspezifischen und funktionsorientierten 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 in den Fachabteilungen einzustellen. Die Absolventen sind in der Lage, konstruktiv im Rahmen einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten und Ihren Standpunkt zu vertreten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen kennen ausgewählte – im Sinne des Controllings – steuernde Instrumente und können diese auf die Besonderheiten der Funktionsbereiche Logistik und Vertrieb sowie auf die Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen hin anwenden. Sie können praktische Probleme aus diesen Aufgabenfeldern selbstständig analysieren, die gelernten Inhalte mithilfe von Datenaufbereitung und -analyse im Rahmen von Excel Modellen zielorientiert auf diese Problemstellungen anwenden sowie Erklärungsansätze formulieren und Entscheidungen treffen. Die Absolventen kennen die Unterschiede zwischen strukturierten und unstrukturierten Daten im Zeitalter der Digitalisierung. Sie sind in der Lage, das Potential dieser neuen Möglichkeiten für das Berichtswesen im branchenspezifischen und funktionsorientierten Controlling kritisch einzuschätzen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Ausgewählte Themen des branchen-spezifischen und des funktionsorientierten Controlling	42	108
Logistikkonzepte, Supply Chain Management, Logistikleistungen und Kennzahlen, Balanced Scorecard, Logistikkosten und -kostenrechnungssysteme, Total Cost of Ownership-Betrachtungen, Case Studies zu ausgewählten Instrumenten des Controllings, z.B. Target Costing und Prozesskostenrechnung mit dem Schwerpunkt der Datenaufbereitung, -strukturierung und -analyse sowie der Excel basierten Entscheidungsfindung, Ausgewählte Themen des funktionalen Controllings vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen (z.B. Digitalisierung)		
Reifegradmodelle zu Big Data nach Davenport, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung sowie ERP-Systeme zu deren Automatisierung, Kennzahlensysteme und ihre Visualisierung, Nutzwertanalysen, 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		
Dienstleistungseigenschaften, Controllingkonzepte für Dienstleistungsbetriebe und produktbegleitende Dienstleistungen, Wertschöpfungskette und Kostenmanagement, Berichtswesen im Sinne eines Business Analytics and Optimization		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-
Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
 Czernikowski, Torsten; Piontek, Jochem: Logistikcontrolling. Marktorientiertes Controlling der Logistik und der Supply Chain. Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag.

Gleich, Ronald; Daxböck, Christian (Hrsg.): Supply-Chain- und Logistikcontrolling. Instrumente, Kennzahlen, Best Practices. München: Haufe.
Weber, Jürgen; Wallenburg, Carl Marcus: Logistik- und Supply Chain Controlling. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Werner, Hartmut: Supply Chain Controlling. Grundlagen, Performance-Messung und Handlungsempfehlungen. Wiesbaden: Springer.

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

Pufahl, Mario: Vertriebscontrolling: So steuern Sie Absatz, Umsatz und Gewinn, Wiesbaden: Springer Gabler.

Hauser, Martin; Kleinhietspass, Guido: Profit Center – Vertriebs-Controlling: Strategische und operative Steuerung von Vertriebseinheiten, Freiburg: Verlag für Controllingwissen.

Becker, Wolfgang, Rech, Stefan: Dienstleistungscontrolling: Grundlagen – Ansätze – Entwicklungsperspektiven, Stuttgart: Kohlhammer.

Siebold, Matthias: Dienstleistungscontrolling in der Praxis: Methoden, Handlungsanleitungen und Fallbeispiele, Weinheim: Wiley.

Davenport, Thomas H.: Big Data at work: Dispelling the Myths, Uncovering the Opportunities, Boston: Harvard Business Review Press.

Risikomanagement (W3M10201)

Risk Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Risikomanagement	W3M10201	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Andreas Kaapke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	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	108
<p>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</p> <p>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)</p> <p>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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Krisen- und Turnaroundmanagement	W3M10202	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Andreas Kaapke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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. In 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 eines Unternehmens. Krisen können nicht von allen Beteiligten gleichermaßen bewältigt werden. Führungskräfte verneinen oder bagatellisieren dies, Mitarbeiter 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 und führen 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, dieses analysieren, zu erkennen und entsprechende Konsequenzen daraus ziehen zu können.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Krisen- und Turnaroundmanagement	42	108
<p>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</p> <p>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, Freisetzungen, 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) Gesundsschrumpfung, Liquidation Chancen aus der Insolvenz Übernahme</p> <p>Auswirkungen von Risiken und Krisen auf die Unternehmensbewertung</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Besonders geeignet für Studierende, die das Modul WM10201 wählen. Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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

Service Excellence und Service Engineering (W3M10301)

Service Excellence and Service Engineering

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Service Excellence und Service Engineering	W3M10301	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Lothar Weinland

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls fundiertes Wissen über theoretische Grundlagen und Methoden zur Gestaltung hervorragender Dienstleistungen und detaillierte Kenntnisse im Bereich der Entwicklung und durchgängigen Gestaltung von Dienstleistungen gewonnen. Sie haben ein tiefgehendes Verständnis für Vorgehensweisen zur Erfüllung von Kundenanforderungen sowie der Steuerung der Dienstleistungsqualität zur Begeisterung von Kunden erworben und können dies in der Entwicklung erstklassiger Dienstleistungen umsetzen. Die Studierenden lernen dabei strukturierte Vorgehensweisen im Bereich der Service Excellence – z.B. DIN SPEC 77224 – und des Service Engineering kennen und anwenden.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls die relevanten Vorgehensweisen zur Konzeption und Realisierung von Service Excellence Managementansätzen in Unternehmen. Des weiteren beherrschen sie die Methoden des Service Engineering zur Entwicklung innovativer Dienstleistungen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die unterschiedlichen Sichtweisen verschiedener Akteure und Interessengruppen auf die Gestaltung eines Service Excellence Managementsystems sowie die Entwicklung von Dienstleistungen zu verstehen und zu beurteilen. Die Analyse von betrieblichen Gegebenheiten zeigt ihnen ethische Dimensionen wirtschaftlicher Entscheidungen auf. Darüber hinaus setzen sie sich intensiv mit den markt-, kunden-, mitarbeiter- und unternehmenskulturellen Rahmenbedingungen und den damit verbundenen Werte, Normen und Leitbilder in Unternehmen und Gesellschaft als Basis der Dienstleistungsentwicklung auseinander. Durch ihre Kenntnis der Relevanz von strukturierten Vorgehensweisen zum Aufbau von Service Excellence Systemen und zur Dienstleistungsentwicklung können sie diese einschätzen und mit in unternehmerische Entscheidungen einfließen lassen. Aufgrund der sozialen Dimension der Themen sind sie für diese sensibilisiert und können auch soziale Kraftfelder strukturieren und kennen Ansätze, um diese zu handhaben.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die vermittelten Methoden und Techniken in den Feldern Service Excellence und Service Engineering ermöglichen den Studierenden die aktive Gestaltung von kundenorientierten Veränderungsprozessen in Unternehmen und die Entwicklung von innovativen Services zur Erfüllung von Kundenbedürfnissen. Die Studierenden können die möglichen Herausforderungen bei der dauerhaften Sicherstellung der Kundenbegeisterung einschätzen und lösungsorientiert handhaben.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Service Excellence und Service Engineering	42	108
<p>Service-Strategien Kundenbedarfsanalysen, Kundenzufriedenheit, Kundenbegeisterung, Kundenintegration Kundenbegeisterungskette Service Culture Dienstleistungsinnovationsmanagement, Dienstleistungsqualitätsmanagement, Customer Experience Management und Beschwerdemanagement Service Excellence als Managementsystem: Service Excellence Pyramide; Prinzipien, Ziele und Modelle der Service Excellence Service Excellence Norm DIN SPEC 77224: Modell und Elemente der Service Excellence nach DIN SPEC 77224 Systeme, Strukturen, Prozesse und Technologien für Service Excellence Methoden zur Operationalisierung und Messung der Service Excellence Implementierung der Service Excellence Aktuelle Themen und Entwicklungen im Bereich Service Excellence Charakteristika von Dienstleistungen Rahmenkonzept zur Entwicklung von Dienstleistungen Service-Innovation Entwicklung vom New Service Development zum Service Engineering 2.0 Service-Engineering-Modelle Service-Portfolio-Design und Service-Blueprint, Modularisierung von Dienstleistungen Service-Pricing, -Profit and Value Chain Service Transformation und Service Recovery eServices Aktuelle Themen und Entwicklungen im Bereich Service-Innovation & -Engineering</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Keine Besonderheiten.

Voraussetzungen
Keine Voraussetzungen.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bullinger, H., Schneider, K., Scheer, A.: Service Engineering: Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen, Berlin/Heidelberg
Meiren, Thomas, Barth, Tilmann: Service Engineering im Unternehmen umsetzen: Leitfaden für die Entwicklung von Dienstleistungen, Stuttgart
Meyer, Kyrill, Böttcher, Martin: Entwicklungspfad Service Engineering 2: Neue Perspektiven für die Dienstleistungsentwicklung, Leipzig
Geissbauer, R. et al.: Serviceinnovation, Heidelberg
Gouthier, M.: Kundenbegeisterung durch Service Excellence: Erläuterungen zur DIN SPEC 77224 und Best-Practices, Berlin/Wien/Zürich
Gouthier, M. et al. (Hrsg.): Service Excellence als Impulsgeber, Wiesbaden
Herrmann, T. et al.: Konzepte für das Service Engineering, Heidelberg
Spath, D.; Fähnrich, K.: Advances in Services Innovations, Berlin/Heidelberg

Projekt- und Multi-Projekt-Management-Tools für Consultants (W3M10302)

Project and Multi-Project Management Tools for Consultants

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Projekt- und Multi-Projekt-Management-Tools für Consultants	W3M10302	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Friedrich Augenstein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls detailliertes Wissen auf dem neusten Kenntnisstand des Projekt- und Multiprojekt-Managements gewonnen. Sie können dieses routiniert auf die Fragestellungen ihrer praktischen Arbeit und auf die Situation ihres Unternehmens übertragen.</p> <p>Die Studierenden erwerben strategisch wichtiges, langfristiges, konzeptionell vielfältiges Wissen des Projekt- und Multiprojekt-Managements. Sie können grundlegende Phasenmodelle des Projektmanagements, die in der Beratungspraxis Verwendung finden, gezielt auf betriebliche Problemstellungen anwenden. Darauf aufbauend werden die Studierenden mit verschiedenen Verfahrensweisen und Werkzeugen vertraut gemacht, die in Beratungsprojekten zum Einsatz kommen. Sie werden in die Lage versetzt, betriebliche Problemstellungen mit Hilfe von in der 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.</p>
Methodenkompetenz	<p>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.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>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 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.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>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.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Projekt- und Multi-Projekt-Management-Tools für Consultants	42	108
<p>Einführung in das Projektmanagement Tool Strategisches Projekt-Portfolio-Management (Dependency Structure Matrix u.a. Tools) Projekt-Antrags-Verfahren: Projekt-Auslöser Projekt-Zielsetzung und –Auswahl Projekt-Risikomanagement Projektwürdigkeitsprüfung, Wirtschaftlichkeitsrechnung, Projekt-Scoring Projekt-Portfolio-Steuerung, 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 Projekt-Controlling: Reporting und Meldewesen, Meilenstein-Trendanalyse, Kosten-Trendanalyse, Earned Value Analyse, Ressourcen-Auslastung, Budget-Kontrolle, Forecast-Analysen u.a., Umsetzung in Tools Projekt-Review-Verfahren, Projekt-übergreifendes Wissensmanagement Agiles Projektmanagement anhand einer beispielhaften Vorgehensweise (z.B. SCRUM) Standard-Beratungsprodukte: Entwicklung und Anwendung Methoden der Problemdefinition, -analyse und –lösung in Consulting-Projekten Analyse-Methoden wie z.B. Primärerhebungen (Multimomentaufnahmen, ABC-Analysen, ...), Marktpositionsanalysen, abnehmerzentrierte Analysen, Lieferantenanalysen u.a. Konzeptentwicklungs-Methoden wie z.B. Diversifikation, Absatzpotenzialermittlung, Personalflexibilisierung, Problemlösungstechniken, Bewertungsverfahren, Realisierungsplanung Aktuelle Entwicklungen und Trends im Projektmanagement Anwendung der vermittelten Kenntnisse in einer durchgängigen Fallstudie</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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

Tools für die Strategie-Beratung (W3M10303)

Tools for Strategy Consulting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Tools für die Strategie-Beratung	W3M10303	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Friedrich Augenstein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Beratern 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	108
<p>Prozess des Strategischen Managements Einführung in das Strategische Management Tool Methoden und Vorgehensweise zur Tool-Auswahl in der Strategischen Analyse Übergreifende Analysen: SWOT-Analyse Zielbildung/-revision: 7-S-System, EFQM-Modell, Vision, Mission und Leitbild, Geschäftsmodell, Lückenanalyse u.a. Tools Externe Strategische Analyse: PEST, 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 Kritische Reflexion der eingesetzten Tools Fallstudie unter Nutzung des Strategischen Management Tools 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 Kritische Reflexion der eingesetzten Tools Fallstudie unter Nutzung des Strategischen Management Tools 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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
Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis, Chichester, West Sussex, United Kingdom
Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen - Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden Dillerrup, Stoi: Unternehmensführung, München
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 (W3M10304)

Tools for Process and Management Consulting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Tools für die Organisations-Beratung	W3M10304	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Friedrich Augenstein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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	108
<p>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 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

<p>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</p>

Servicequalität (W3M10306)

Service Quality

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Servicequalität	W3M10306	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Lothar Weinland

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die wichtigsten Kernfragen der Servicequalität (insbesondere Perspektiven, Ansätze, Modelle und Messverfahren). Sie verstehen die Bedeutung der Servicequalität für das Management von bestehenden Dienstleistungen sowie für die Entwicklung neuer innovativer Dienstleistungsangebote. Die Studierenden kennen die relevanten Modelle zur Erfassung der Dienstleistungsqualität. Darüber hinaus haben die Studierenden einen Überblick über das Spektrum der zur Verfügung stehenden Verfahren zur Messung der Dienstleistungsqualität bekommen und beherrschen die Anwendung der grundlegenden Messverfahren in unterschiedlichen Kontexten in Dienstleistungsunternehmen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden erreichen durch die intensive Auseinandersetzung mit methodischen Fragen der Service Qualität analytisch ein fortgeschrittenes Niveau. Zudem sind sie in der Lage, von Anderen durchgeführte Qualitätsmessungen kompetent zu evaluieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden zur Messung der Service Qualität sowie deren praktische Anwendung kritisch zu reflektieren. Sie können ökonomische und gesellschaftliche Konsequenzen von Resultaten der Qualitätsmessung abschätzen und kritisch diskutieren (z. B. Missbrauch von Instrumenten der Qualitätsmessung zur Generierung von Daten zur Beurteilung von Servicemitarbeitern). Die Studierenden sind sich der Methodenvielfalt der Servicequalität bewusst und verstehen, dass es keine umfassende Methode zur Beantwortung aller Fragestellungen gibt und die Auswahl der Methode auch von der jeweiligen Perspektive (z.B. anbieterorientierter versus kundenorientierter Qualitätsbegriff) abhängt.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können Fragestellungen aus dem Bereich der Service Qualität thematisch einordnen und einschätzen, mit welchen Methoden bzw. mit welcher Methodenkombination die relevanten Aspekte der Servicequalität erfasst werden können. Sie kennen die Vorgehensweisen bei Durchführung der Messungen zur Erfassung der Servicequalität. Die Studierenden sind weiterhin in der Lage, die Ergebnisse der Messverfahren in ihrer Bedeutung für moderne Dienstleistungsunternehmen zu interpretieren und entsprechende Maßnahmen zur veranlassen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Servicequalität	42	108
<p>Zusammenhang zwischen Servicequalität und Kundenzufriedenheit Servicequalitätsmanagement Ziele des Servicequalitätsmanagement Konsequenzen der Dienstleistungsspezifika für das Servicequalitätsmanagement Integratives Rahmenkonzept für Total Quality Service Theoretische Ansätze zu den Dimensionen der Dienstleistungsqualität (z.B. Corsten, Parasuraman) Modelle der Dienstleistungsqualität (z.B. Brandt, Gap-Modell, Stauss-Niehaus, Meyer/Mattmüller, Boulding et al., Liljan-der/Strandvik) Qualitätsportfolios Qualitätsstandards und Qualitätsgarantien Qualitätsplanung (Quality Function Deployment, House of Quality) E-Servicequalität Entwicklungslinien und aktuelle Entwicklungen des Themenkomplexes Service Qualität Überblick der Ansätze zur Messung der Dienstleistungsqualität Kundenorientierte Messverfahren versus unternehmensorientierte Messverfahren Objektive kundenorientierte Messverfahren (Mystery Shopping, Expertenbeobachtung, Dienstleistungstests) Subjektive kundenorientierte Messverfahren Merkmalsorientierte Ansätze (Klassische Kundenbefragungen; Multiattributive Verfahren: Einstellungsorientierte Verfahren/ Zufriedenheitsorientierte Verfahren/SERVQUAL; Dekompositionelle Verfahren, z.B. Vignette-Methode; Willingness-to-pay-Ansatz; Penalty-Reward-Faktoren-Ansatz/Kano-Methode) Ereignisorientierte Messverfahren (Sequenzielle Ereignis Methode: Service Blueprinting; Critical Incident-Technik; Swit-ching Critical Path-Analyse; Root-Cause-Analyse) Problemorientierte Messverfahren (Problem Detecting Methode; Frequenz-Relevanz-Analyse für Probleme; Beschwer-deanalyse; Analyse von Kunde-zu-Kunde-Kommunikation im Internet/Web 2.0) Managementorientierte unternehmensorientierte Messverfahren Benchmarking Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA) Fishbone-Analyse Statistical Process Control Mitarbeiterorientierte unternehmensorientierte Messverfahren Externe Qualitätsmessung durch Mitarbeiterbefragung Interne Qualitätsmessung Betriebliches Vorschlagswesen Poka-Yoke-Verfahren</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Keine Besonderheiten.

Voraussetzungen
Keine Voraussetzungen.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen : Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen - Konzepte – Methoden, Dordrecht: Springer

Corsten, H. / Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement. München/Wien: Oldenbourg

Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, neueste Aufl. Hamburg

Fließ, S.: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Gabler

Haller, S.: Dienstleistungsmanagement : Grundlagen - Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Springer Gabler

Hentschel, B.: Dienstleistungsqualität aus Kundensicht, Wiesbaden: Gabler

Homburg, C. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, neueste Aufl., Wiesbaden: Gabler

Meffert, H./ Bruhn, M./Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Springer Gabler

Schmidt, K.: Mystery Shopping - Leistungsfähigkeit eines Instruments zur Messung der Dienstleistungsqualität, Deutscher Universitäts-Verlag: Wiesbaden

Schnell, R.; Hill, P.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, neueste Aufl., Wiesbaden

Service Innovation Research (W3M10307)

Service Innovation Research

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Service Innovation Research	W3M10307	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Lothar Weinland

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die wichtigsten Forschungsfelder und Kernfragen des Service Research (z.B. Design und Management von Dienstleistungsprozessen, Erfassung von Dienstleistungsqualität, Analyse und Optimierung der Interaktion zwischen Mitarbeitern und Kunden). Sie verstehen die Bedeutung des Service Research für das Management von bestehenden Dienstleistungsangeboten sowie für die Entwicklung neuer innovativer Dienstleistungsangebote und haben einen Überblick über die Voraussetzungen und kritischen Erfolgsfaktoren bei der Durchführung von interner und/oder externer Dienstleistungsforschung. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, unternehmenspraktische und marktrelevante Fragestellungen aus dem Bereich des Service Research mit Hilfe empirischer Methoden und/oder mit der Anwendung von apparativen Forschungsmethoden (z.B. Eyetracking) zu beantworten. Sie kennen die zentralen Entscheidungsfragen, die bei der Konzeption und Durchführung eines Projekts im Service Research beantwortet werden müssen, und können darüber hinaus einschätzen, welchen Einfluss das gewählte Forschungsdesign auf die Reichweite der Befunde bzw. deren Interpretation und Anwendbarkeit hat. Im Rahmen der Veranstaltung wird eine ausgewählte Forschungsfragestellung über alle Stufen des empirischen Forschungsprozesses hinweg prototypisch bearbeitet.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind durch die intensive Auseinandersetzung mit methodischen Fragen der Dienstleistungsforschung und der konkreten Umsetzung eines Forschungsprojekts analytisch, methodisch und forschungspraktisch geschult. Sie erlangen dadurch die vertiefte Fähigkeit, komplexe Projekte im Bereich des Service Research zu konzipieren und zu realisieren bzw. von Anderen durchgeführte Forschungsprojekte zielführend zu evaluieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, theoretische Ansätze, Instrumente und Methoden des Service Research sowie deren praktische Anwendung kritisch zu reflektieren. Sie sind sich der Methodenvielfalt im Service Research bewusst und verstehen, dass es keine umfassende Methode zur Beantwortung aller Fragen gibt und die Auswahl der Methode und/oder der Methodenkombination auch von der jeweiligen Perspektive abhängt. Die Studierenden sind zudem in der Lage, im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte mit beteiligten Personen (Projektpartner, Probanden) professionell und zielorientiert zu interagieren und sich dabei auf deren jeweilige Strukturen und Eigenschaften einzustellen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können Fragestellungen aus dem Bereich des Service Research analytisch strukturieren und einschätzen, durch welche Methoden bzw. Forschungsdesigns die relevanten Forschungsgegenstände empirisch erfasst werden können. Sie kennen das allgemeine Vorgehen bei quantitativen und qualitativen Studien. Die Studierenden sind in der Lage, einen empirischen Datensatz anhand deskriptiver Statistiken zu beschreiben und Hypothesen zur Struktur der Daten zu testen. Sie kennen grundlegende Verfahren zur Analyse von Abhängigkeitsstrukturen und sind in der Lage, ein oder mehrere ausgewählte Verfahren im Rahmen des prototypischen Forschungsprojekts praktisch anzuwenden.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Service Innovation Research	42	108
<p>Wirtschaftliche Relevanz des Service Research Wissenschaftstheoretische Grundlagen des Service Research Forschungsethik und Datenschutz in der Service Research Forschung Konventionelle und experimentelle Forschungsdesigns (insbesondere Identifikation Forschungslücke, Formulierung Forschungszielsetzung und -fragen, Modellentwicklung, Hypothesengenerierung, Projektplanung, Forschungsmethoden und -instrumente, Stichprobenziehung, Operationalisierung, Fragebogenkonstruktion Messmodell, Analysemethoden) Qualitative und quantitative Methoden sowie Multi-Methoden-Designs im Service Research Befragung und Beobachtung als grundlegende Instrumente des Service Research Innovative Methoden des Service Research (bspw. implizite Messverfahren, Open Innovation als Researchmethode, Usabilitytesting, Online-Research, Web Analytics, Mobile Research, Social Media-Research) Uni-, bi- und multivariate Verfahren zur Auswertung der mit den Forschungsmethoden des Service Research erhobenen Daten Dependenzanalytische (strukturprüfende) Verfahren (bspw. Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Diskriminanzanalyse, Logistische Regression, Kontingenzanalyse, Kausalanalyse/LISREL, Conjoint Measurement) Interdependenzanalytische (strukturentdeckende) Verfahren (bspw. Faktorenanalyse, Clusteranalyse, Multidimensionale Skalierung)</p> <p>Potentielle Anwendungsfelder der Service Management Forschung Materialisierung der Potentiale von Dienstleistungsanbietern Kundenintegration in Dienstleistungserstellungsprozessen Materialisierung des Ergebnisses von Dienstleistungen Bestimmung des Standardisierung bzw. Individualisierungsgrades von Dienstleistungen Servicestrategie (bspw. Stimulierung von Service Innovationen; Servitization; Service Infusion und Service Solutions; Organisationale und personale Servicedeterminanten) Servicedesign/-delivery (bspw. Service-Netzwerke und -Systeme; Service-Design; Big Data Analysen zur Serviceoptimierung) Servicewertgenerierung (bspw. Determinanten der Wertgenerierung; Optimierung von Service/Customer Experience; Service Emotions) Serviceergebnis (bspw. Well-Being/Verbesserung der Lebenssituation; Messung und Optimierung von Serviceperformance und Impact) Technologieinduzierte Veränderung von Services und Innovationsakzeptanz Internationalisierung von Service Servicebranding</p> <p>Forschungsinfrastruktur/Labore Schulung in der Anwendung von Befragungssystemen und von apparativer Forschungsinfrastruktur (z. B. Systeme und/oder Software für Online-/Web-Befragungen, CATI-Systeme, Eyetracking-Systeme, Instrumente zur Messung physiologischer/biologischer Parameter, Instrumente zur Messung neuronaler Vorgänge)</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

In Abhängigkeit von der Forschungsfragestellung ist die Nutzung von betriebswirtschaftlichen Laboren erforderlich.

Voraussetzungen

Grundlagen der Marketingforschung,
Grundlagen der empirischen Sozialforschung,
Grundlagen der Statistik.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bortz, J.; Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, neueste Aufl., Berlin
Bruhn; M. /Hadwich, K. (Hrsg.): Service Value als Werttreiber: Konzepte, Messung und Steuerung, Wiesbaden: Springer/Gabler
Bruhn; M. /Hadwich, K. (Hrsg.): Customer Experience, Wiesbaden : Springer/Gabler
Bucher, H.-J./Schumacher, P. (Hrsg.): Interaktionale Rezeptionsforschung - Theorie und Methode der Blickaufzeichnung in der Medienforschung, neueste Aufl., Wiesbaden: Springer VS
Diekmann, A.: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, neueste Aufl. Hamburg
Homburg, C. (Hrsg.): Kundenzufriedenheit, neueste Aufl., Wiesbaden: Gabler
Mayring, P.: Qualitative Sozialforschung, neueste Aufl., Weinheim.
Schnell, R.; Hill, P.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, neueste Aufl., Wiesbaden
Welker, M./Taddicken, M./Schmidt, J.H./Jacob, N. (Hrsg.): Handbuch Online-Forschung, neueste Aufl., Köln: von Halem
Werner, C./Kainz, F. (Hrsg.): Monitoring und Controlling im Social Media Marketing, neueste Aufl., München: Utz

Finanzmarkttheorie, Finanzrisikomanagement und Anwendungen (W3M10401)

Theory of Finance, Financial Risk Management and Applications

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Finanzmarkttheorie, Finanzrisikomanagement und Anwendungen	W3M10401	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Andreas Mitschele

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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. Ausgewählte Weiterentwicklungen der Modelle können die Studierenden einordnen und in Bezug auf deren Praxistauglichkeit beurteilen. Darüber hinaus lernen sie, Risiken mit einem besonderen Fokus auf finanzielle Risiken systematisiert zu betrachten und durch in der Praxis verbreitete Verfahren zu bewerten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse im Zusammenhang mit verschiedenen Modellen. Durch die Umsetzung und Anwendung von Prototypen erproben die Studierenden darüber hinaus den Praxiseinsatz der vorgestellten Modelle.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden setzen sich mit den ausgewählten Modellen durch eigene Umsetzung intensiv auseinander und können so deren Relevanz für das persönliche Umfeld selbstständig abschätzen. Durch die Ausarbeitung und Präsentation 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. Da die Prüfungsleistung in der Regel in Gruppenarbeit erstellt wird, wird die Fähigkeit der Kooperation mit anderen gestärkt.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können die Fragestellungen der Finanzmarkttheorie und des Finanzrisikomanagements in das Gesamtsystem eines Unternehmens einordnen. Sie hinterfragen die Modellgüte kritisch im Hinblick auf Praktikabilität sowie Grenzen und können eigenverantwortlich entscheiden, in welchem Kontext ein bestimmtes Modell hilfreich einsetzbar sein kann.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Finanzmarkttheorie, Finanzrisikomanagement und Anwendungen	42	108
Finanzmarkttheorie und Anwendungen - Theory of Finance and Applications		
Portfolio Selection (Markowitz) - Capital Market Line (Tobin) - Capital Asset Pricing Model (Sharpe) - Arbitrage Pricing Theory (Ross) - Efficient Market Hypothesis (Fama) - Market Inefficiencies (Shiller) - Behavioral Finance - Option Pricing (Black, Scholes & Merton) - Credit Risk Extension (Merton) - Capital structure and cost (Modigliani & Miller) - Principal-Agent Theory		
Management und Bewertung von Finanzrisiken		
Risiko - Systematisierung der Finanzrisikokarten: Markttrisiken, Kreditrisiken, Liquiditätsrisiken, Operationelle Risiken, weitere Risiken – Risikomanagement und Prozess: Identifizierung, Beurteilung, Steuerung sowie Überwachung und Kommunikation - Risikopolitik - Modelle zur Risikobewertung (VaR, Conditional VaR, Stress-Tests) – Marktdaten und Statistik - Bedeutung von Korrelationen - Rechtliche und aufsichtsrechtliche Vorgaben & Kontrakt, Risiko, Risiko; - Steuerung von Finanzrisiken im Unternehmen – Risikoaggregation – Fallstudien		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Finanzmarkttheorie und Anwendungen

- Black, F.; Scholes, M.: Pricing of Options and Corporate Liabilities, in: Journal of Political Economy, 1973.
Elton, E.J. et al., Modern portfolio theory and investment analysis, Wiley, Hoboken, NJ
Fama, E.F.: Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work, in: Journal of Finance, 1970
Goldberg, J.; Nitsch, R. v.: Behavioral Finance, Finanz-Buch-Verl., München
Hull, J.C., Options, Futures and Other Derivatives, Pearson
Kahneman, D.; Tversky, A.: Choices, Values, and Frames, Cambridge University Press, Cambridge
Kahneman, D. u.a.: Judgment under Uncertainty, Cambridge University Press, Cambridge
Jones, C.P., Investments - Principles and concepts, Wiley, Hoboken, NJ
Lintner, J.: The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets, in: The Review of Economics and Statistics, 1965.
Markowitz, H.M.: Portfolio Selection, in: Journal of Finance, 1952.
Merton, R.C., Theory of Rational Option Pricing, in: Bell Journal of Economics and Management Science, 1973.
Miller, M.H., The History of Finance, in: The Journal of Portfolio Management, 1999.
Mitschele, A., Intelligente Methoden im Integrierten Risikomanagement, KIT Scientific Publishing, Karlsruhe, 2009.
Modigliani, F.; Miller, M.H., The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment, in: The American Economic Review, 1958.
Mossin, J.: Equilibrium in a Capital Asset Market, in: Econometrica, 1966.
Ross, S.: The Arbitrage Theory of Capital Asset Pricing, in: Journal of Economic Theory, 1976.
Sharpe, W.F.: Capital Asset Prices: A Theory of Equilibrium under Conditions of Risk, in: Journal of Finance, 1964.
Spremann, K., Portfoliomanagement, Oldenbourg, München
Tobin, J., Liquidity Preference as Behavior Towards Risk, in: The Review of Economic Studies, No. 67, 1958.

Management und Bewertung von Finanzrisiken

- Alexander, C., Market Risk Analysis Volume IV: Value-at-risk Models, John Wiley & Sons, Chichester
Everling, O.: Bankrisikomanagement, Gabler, Wiesbaden
Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements in Unternehmen, Franz Vahlen, München
Jorion, P., Value at Risk – The New Benchmark for Managing Financial Risk, McGraw-Hill Professional, New York
Rolfes, B.: Gesamtbanksteuerung, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart
Priemeier, T.: Finanzrisikomanagement im Unternehmen, Vahlen, München.
Strauß, M.: Wertorientiertes Risikomanagement in Banken, Gabler Edition Wissenschaft, Wiesbaden
Wolke, T.: Risikomanagement, Oldenbourg, München

Finanzplanung und Finanzinstrumente (W3M10402)

Financial Planning and Financial Instruments

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Finanzplanung und Finanzinstrumente	W3M10402	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Wolfgang Disch

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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. Die 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 ist 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 Lösungsansätze sind Wesensmerkmale einer übergreifenden Handlungskompetenz.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Finanzplanung und Finanzinstrumente	42	108
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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

Bankmanagement und Bankcontrolling (W3M10403)

Bank Management and Bank Controlling

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Bankmanagement und Bankcontrolling	W3M10403	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Jens Saffenreuther

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 vertiefte Kenntnisse im Management und Controlling von Zinsrisiken, Kreditrisiken 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- und Controlling-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
Bankmanagement und Bankcontrolling	42	108
Strategie und innovative Geschäftsmodelle		
Bestimmung der strategischen Position - Entwicklung institutsspezifischer Strategien: Bedarfsdeckungs-, Rentabilitäts- und Risikostrategien - Ethik und Kreditinstitute in der Marktwirtschaft - traditionelle und innovative Geschäftsmodelle		
Controlling und Aufsichtsrecht		
Rendite- und Risikomanagement - Bedarfsdeckungsmanagement - Kalkulation und Steuerung von Rentabilität und Risiko in Kreditinstituten - Management und Controlling von Zinsrisiken, Kreditrisiken und operationellen Risiken - aktuelle Entwicklungen im Aufsichtsrecht		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Die Inhalte des Moduls „Finanzmarkttheorie und Finanzrisiken“ werden vorausgesetzt

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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, M. & 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Finanzanalyse und Rating	W3M10404	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marcus Vögtle

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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	108
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
Kenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung.
Außerdem werden die Inhalte des Moduls WM10402 (Finanzplanung und Finanzinstrumente) vorausgesetzt.
Empfehlenswerte Literatur dazu ist:
Everling, O. / Holschuh, K. /und 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Asset und Wealth Management	W3M10405	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Holger Wengert

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen einen vertieften Einblick in das Asset- und Wealth-Management erhalten. Dabei wird sowohl die Sicht des Kunden als auch die des Asset-Managers 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 Asset-Managers 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	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.
Personale und Soziale Kompetenz	Individuelle und soziale Handlungsziele sollen vor dem Hintergrund der Werte des Unternehmens, des Kunden sowie der Gesellschaft reflektiert und verknüpft werden. Es soll die Fähigkeit der Kooperation mit anderen (Kollegen, Kunden, Vorgesetzten, Mitarbeitern) gestärkt und für gemeinsame Ziele genutzt werden. Zudem soll die Selbständigkeit und Verantwortung für die Aufgabe sowie Zeitmanagement und die Fähigkeit zur Priorisierung erlernt werden.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sollen für verschiedene Vermögens- und Rechtskonstellationen auf Kundeseite 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 Überlegung der Neueinführung durch Aufstellen eines speziellen Finanzplans.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Asset und Wealth Management	42	108
Asset-Klassen und modernes Anlagemanagement		
Private Banking-Märkte – Klassische und alternative Asset-Klassen – Private Equity – Asset-Allocation und Portfolio Selection – Financial Planning - Case-Study Asset-Management (Einsatz des Asset-Managements in der Praxis)		
Wealth Management		
Klassische Vermögensverwaltung im Wealth Management – Privat Banking und Wealthmanagement - Offshore Banking – Steuerliche Aspekte - Case-Study Wealth Management (Sinnhaftigkeit einer Einrichtung, Business-Kalkulation und Business-Plan, Erfolgsfaktoren)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
Die Inhalte des Moduls „Finanzmarkttheorie und Finanzrisiken“ werden vorausgesetzt.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Dominik Löber: Private Banking in Deutschland. Strategie und Organisationsarchitektur Springer Gabler, Wiesbaden

Manfred Steiner, Christoph Bruns: Wertpapiermanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

Vertriebs- und Risikosteuerung in Versicherungen (W3M10406)

Sales and Risk Management in Insurance Companies

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertriebs- und Risikosteuerung in Versicherungen	W3M10406	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Christian Möbius

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erhalten ein vertiefendes, spezifisches Faktenwissen im Vertriebs- und Risikomanagement von Versicherungsunternehmen. Ferner sind sie in der Lage, auf Basis der erörterten Inhalte selbständig auch in Projektgruppen Lösungsansätze im Hinblick auf die zu erwartenden Veränderungsprozesse im Vertrieb, insbesondere durch die Digitalisierung, zu entwickeln. Im Bereich Risikosteuerung kennen die Studierenden speziell die Steuerungsinstrumente für das versicherungstechnische und finanzwirtschaftliche Risiko und können diese zielgerichtet einsetzen. Darüber hinaus sollen die Studierenden den Einsatz von Risikoanalysetools, wie z.B. die Monte-Carlo-Simulation, anhand von praktischen Beispielen erlernen und anwenden können. Regulatorische Vorgaben und Anforderungen bei der praktischen Umsetzung der Vertriebs- und Risikosteuerung sind bekannt und zu beachten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können die gängigen Methoden und Techniken des Vertriebs- und Risikomanagements 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, insbesondere was die unterschiedlichen Ziel- und Wertesysteme (unternehmensintern und -extern) in Versicherungsunternehmen betrifft. Die Interaktion aller Stakeholder des Unternehmens soll gestärkt werden. Weiterhin können die Studierenden für neue berufsbezogene oder forschungsorientierte Aufgaben aus dem Bereich des Vertriebs- und Risikomanagements 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 Vertriebs- und Risikomanagementumfelds positiv und überlegt einzubringen. Die Interaktion unterschiedlichster Anspruchsgruppen aus vertrieblicher- wie auch risikopolitischer Sicht steht im Zentrum der sozial-ethischen Kompetenzprägung.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, aufgrund von verschiedenen Analyseansätzen operative Steuerungs- und Gestaltungsoptionen zu entwickeln, zu bewerten und kritisch miteinander zu vergleichen. Auf der Basis des erworbenen Wissens zu verschiedenen Steuerungsinstrumenten können sie Handlungsoptionen in konkreten Situationen aufzeigen, kritisch bewerten und ihre Entscheidung zur gewählten Handlungsalternative plausibel begründen. Ferner sollen die Studierenden die Grenzen quantitativer Steuerungskonzepte erfahren und neben der mathematischen Modellierung ihre argumentativ-didaktische Kompetenz ausbauen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Vertriebs- und Risikosteuerung in Versicherungen	42	108
<p>Vertriebssteuerung</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingungen des Versicherungsvertriebs – Vertriebskanäle- und deren institutionsökonomische Eigenschaften - Aufgaben und Bestandteile einer strategiekonformen Vertriebssteuerung – Vertriebsvergütungssysteme und deren Anreizwirkung – Vertriebskennzahlen sowie deren Eignung als Bemessungsgrundlage von Vertriebsvergütungssystemen – Vorteilhaftigkeit der Einbindung von Marktlösungen in zentral gesteuerte Organisationseinheiten – Aufbau und Durchführung eines Vertriebscontrolling – Auswirkungen der Digitalisierung auf Vertriebsaufgaben und Erörterung der Anpassungsprozesse.</p> <p>Risikosteuerung von Versicherungsunternehmen</p> <p>Risikomanagementprozess – Versicherbarkeit bzw. Hedging von Risiken – risikopolitische Maßnahmen wie z.B. Risikotransfer über versicherungs- oder kapitalmarktförmige Produkte – quantitative Methoden des Risikomanagements (u.a. Risikomaße, Risikomodelle, Risikobewertung, Risikocontrolling, Risikoanalysetools), Risikopolitische Vorgaben sowie Verfahren des Stress-Tests und Anforderungen der Risikomodulation durch Solvency II.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

<p>Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.</p> <p>Vertriebssteuerung</p> <p>Benölken, H.: Versicherungsvertrieb im Wandel (Schlüsselfaktor Kundenbeziehungsmanagement), Gabler Verlag, Wiesbaden Brost, H.: Vertriebssteuerung in der Finanzdienstleistungsindustrie, Frankfurt School Verlag, Frankfurt Führer, C. & Grimmer, A.: Versicherungsbetriebslehre, Kiehl Verlag, Ludwigshafen Kwasniok, S.: Marktorientierte Vertriebssteuerung von Versicherungsunternehmen: organisationstheoretischer Bezugsrahmen und empirische Betrachtung, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Lange, W.: Verteiltes Vertriebscontrolling in Versicherungsunternehmen, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Riebel, P.: Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung: Grundfragen einer markt- und entscheidungsorientierten Unternehmensrechnung, Gabler Verlag, Wiesbaden Schmidt D. (Hrsg.): Handbuch Management Versicherungsvertrieb, Gabler Verlag, Wiesbaden Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: die Instrumente des integrierten Kundenmanagements – CRM, Vahlen Verlag, München</p> <p>Risikosteuerung von Versicherungsunternehmen</p> <p>Albrecht, P.: Zur Risikotransformationstheorie der Versicherung: Grundlagen und ökonomische Konsequenzen, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Altenähr, V. & Nguyen, T. & Romeike, F.: Risikomanagement kompakt, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Harrington, S.E. & Niehaus, G.R.: Risk Management and Insurance, McGraw-Hill & Irwin, New York Heilmann, W.-R.: Grundbegriffe der Risikotheorie, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Jost, C.: Asset-Liability Management bei Versicherungen, Gabler Verlag Wiesbaden Liebwein, P.: Klassische und moderne Formen der Rückversicherung, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Möbius, C. & Pallenberg, C.: Risikomanagement in Versicherungsunternehmen, Springer Gabler Verlag, Berlin et al. Nguyen, T.: Handbuch der wert- und risikoorientierten Steuerung von Versicherungsunternehmen, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Romeike, F. & Müller-Reichart, M.: Risikomanagement in Versicherungsunternehmen, Wiley-VCH, Weinheim Rüstmann, M.: Risikomanagement in der Finanzbranche: Vom Umgang der Banken, Versicherungen, Pensionskassen und Vermögensverwalter mit Risiken, Versus Verlag, Zürich Wengert, H. & Schittenhelm, F. A.: Corporate Risk Management, Springer Gabler Verlag Wolle, B.: Risikomanagement-Systeme in Versicherungsunternehmen, Springer Vieweg Verlag, Wiesbaden Wolke, T.: Risikomanagement, de Gruyter Oldenbourg Verlag, Berlin & Boston</p>
--

Quantitative Methoden im Finance (W3M10407)

Quantitative Methods in Finance

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Quantitative Methoden im Finance	W3M10407	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Frank Ebeling

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen datenbasierten, finanzwirtschaftlichen Strukturen und Prozessen 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 Kunden 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	108
Regression und Anwendungen		
Kausalitäten – Plausibilitäten – Regression – Korrelation – Hypothesen – Datenmodell – Verfahren auf Basis von Excel und weiterer Software - Anwendungsbeispiele I (mit einfachen Implementierungsbeispielen)		
Modellierung und Simulation		
Modellbildung und Modellierungskonzepte – Modellparametrisierung und -validierung – Simulationstechniken (Clusterung, historische Simulation, Monte Carlo) – Datenmanagement – Ergebnisse von Simulationen und deren Interpretation – Backtesting eines Modells – Anwendung mit Bezug auf Unternehmen, Finanzprodukte und Finanzmärkte (insbesondere Risikosimulation) – Modellrisiko - Anwendungsbeispiele II (mit einfachen Implementierungsbeispielen zur Modellierung und Simulation)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
Die Inhalte der beiden Kernmodule (Finanzmarkttheorie und Finanzrisiken sowie Finanzplanung und Finanzinstrumente) sowie die mathematischen und statistischen Kenntnisse vergleichbar eines Bachelor-Abschlusses 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 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 Simulation
Benninga, Simon: Financial Modeling, MIT Press, Cambridge MA Bungartz, Hans-Joachim et al.: Modellbildung und Simulation - eine anwendungsorientierte Einführung, Springer, Heidelberg Cottin, Claudia / Döhler, Sebastian: Risikoanalyse, SpringerSpektrum, Wiesbaden Hull, John: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson Studium, München Prextl, Sebastian et al.: Financial Modeling, Schäffer Poeschel, Stuttgart Schierenbeck, Henner et al.: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 1, Gabler

Treasury Management im Unternehmen (W3M10409)

Corporate Treasury Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Treasury Management im Unternehmen	W3M10409	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marcus Vögtle

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 abzusichern 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 Kreditgebern 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	108
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Alphen, W. van/ 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

Kreditrisikomanagement (W3M10411)

Credit Risk Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kreditrisikomanagement	W3M10411	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Christiane Weiland

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen den Aussagegehalt der zentralen Begriffe und Maße im Zusammenhang mit der Verteilung der Kreditverluste des Gesamtportfolios. Sie haben ein Verständnis für die methodischen Grundlagen und zentralen Bedingungen der Quantifizierung des Kreditrisikos auf Portfolioebene. Sie besitzen einen Überblick über die Struktur und Vorgehensweise gängiger Portfoliomodelle. Die Studierenden erlangen Verständnis für die Rahmenbedingungen, die für die Vorteilhaftigkeit eines Handels von Kreditrisiken maßgeblich sind. Sie erhalten einen Überblick über die Methoden der aktiven Steuerung von Kreditrisiken und sind mit der Struktur und Funktionsweise von Verbriefungen und alternativen Instrumenten vertraut. Sie kennen die regulatorische und bilanzielle Behandlung der Instrumente des Kreditrisikotransfers.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können auf Basis der vermittelten Grundlagen abschätzen, wie sich die Ausfallrisiken der Einzelkredite sowie deren Größenverteilung (Granularität versus Großkredite) und Korrelation im Risikoprofil des Gesamtkreditportfolios niederschlagen. Die Studierenden können die Bedeutung des Transfers von Ausfallrisiken für die Diversifikation von Bankkreditportfolien einschätzen. Sie sind in der Lage, Lösungsansätze für die aktive Steuerung von Kreditrisiken mittels Transferinstrumenten zu untersuchen, auch im Hinblick auf deren regulatorische und bilanzielle Bedeutung.
Personale und Soziale Kompetenz	Der Nutzen und zugleich die Problematik quantitativer Analysen für betriebswirtschaftliche Fragestellungen werden thematisiert. Die Studierenden haben ein Bewusstsein für die Anreizeffekte, die von der Regulierung auf die Allokation von Risiken in der Volkswirtschaft ausgehen
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Kreditrisikomanagement	42	108
Kreditrisikoanalyse und -modelle		
Risikomodellierung auf Einzelkredit- und Portfolioebene - Grundlegende Begriffe der Kreditrisikomessung (z. B. Expected und Unexpected Loss, Credit Value at Risk, Expected Shortfall etc.) – Methodische Grundlagen und zentrale Bedingungen für die Quantifizierung des Kreditrisikos auf Portfolioebene (Bestimmung der Verlustverteilung, Bedeutung von Granularität und Unabhängigkeit) – Grundstruktur von Kreditportfoliomodellen (Überblick, Credit Metrics, Ein-Faktor-Modell, IRBA).		
Management und Transfer von Kreditrisiken		
Überblick über die Methoden des Managements von Kreditrisiken - Instrumente der aktiven Steuerung von Adressenausfallrisiken - True Sale Verbriefungen, Synthetische Verbriefungen – Exkurs: alternative Formen der Fremdfinanzierung aus Unternehmensperspektive (ABCP, Kreditfonds, Marketplace Lending) - regulatorische Behandlung des Kreditrisikotransfers – Abbildung des aktiven Kreditrisikomanagements in der externen Rechnungslegung – Anwendungsbeispiele im Sparkassen- und Genossenschaftssektor		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Kreditrisikoanalyse und –modelle

Hartmann- Wendels, T./ Pfungsten, A./ Weber, M.; Bankbetriebslehre, Berlin.

Henking, A./ Bluhm, Ch./ Fahrmeier, L; Kreditrisikomessung: Statistische Grundlagen, Methoden und Modellierung, Berlin.

Hull, John; Risikomanagement. Banken, Versicherungen und andere Finanzinstitutionen, München

Schierenbeck, H./ Lister, M./ Kirmße, S.; Ertragsorientiertes Bankmanagement Band 2: Risikocontrolling und integrierte Rendite- / Risikosteuerung, Wiesbaden.

Management und Transfer von Kreditrisiken

Gorton, G./ Pennacchi, G. (1995): Banks and Loan Sales: Marketing Nonmarketable Assets, in: Journal of Monetary Economics 35, S. 389- 411.

Hartmann-Wendels, T./ Pfungsten, A./ Weber, M.: Bankbetriebslehre, aktuelle Aufl., Berlin.

Rudolph, B. et al.: Kreditrisikotransfer: Moderne Instrumente und Methoden, aktuelle Aufl., Berlin.

Deloitte & Touche GmbH (Hrsg.): Asset Securitisation in Deutschland, aktuelle Aufl., Düsseldorf.

Advanced Financial Modelling (W3M10412)

Advanced Financial Modelling

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Advanced Financial Modelling	W3M10412	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. habil. Dieter Gramlich

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden qualifizieren sich darin, schwierige Fragestellungen der Finanzwirtschaft in einer zugleich repräsentativen und operationalen Form (Modell) abzubilden. Sie vertiefen dadurch die Expertise, komplexe Zusammenhänge zu erkennen, zu funktionalisieren bzw. zu strukturieren und so einer Gestaltung und Nutzung zugänglich zu machen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer spezialisieren sich in der Modellierung von Zeitreihen der Vergangenheit und deren Extrapolation. Sie entwickeln ebenso ihre Kompetenz darin, mehrfache und vernetzte Fragestellungen der Liquiditäts- und Risikosteuerung zu integrieren und einer gesamthafter Lösung zuzuführen.
Methodenkompetenz	Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer entwickeln ihre Fähigkeit, sowohl die Möglichkeiten einer daten- und verteilungsbasierten Modellierung finanzwirtschaftlicher Fragestellungen zu nutzen als auch deren Grenzen zu erkennen. Sie erwerben die Fertigkeit, auf Basis gegebener Datenmengen Beziehungsmuster abzuleiten sowie komplexe Sachverhalte in einer funktionalen Form wiederzugeben. Sie vertiefen hierbei Ansätze der Zeitreihenanalyse (ARCH-/ GARCH-Modelle), Möglichkeiten einer Modellierung finanzieller Chancen/ Risiken auf Basis von Verteilungen, das alternative Durchspielen von Modellen (Simulation, Stresstest) sowie die Einschätzung der Güte der Modelle (Validierung).
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden erkennen im Rahmen ihrer Qualifizierung zur finanzwirtschaftlichen Modellierung auch bewusst die damit verbundenen Prämissen und Probleme. Sie entwickeln ihre Reflexionsfähigkeit und das Verantwortungsbewusstsein für den Nutzen und die Probleme einer daten- und verteilungsbasierten Modellierung. Sie werden dafür sensibilisiert, Fragen der finanzwirtschaftlichen Risikoanalyse und Risikoaggregation auch in den Kontext des Systemrisikos auf Finanzmärkten und gesellschaftlich-ökologischer Entwicklungen zu stellen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können das erworbene Wissen auf fallbezogene und konzeptionelle Problemstellungen der Finanzmärkte reflektiert anwenden. Ihre Kenntnis der Möglichkeiten und Grenzen der Verfahren ermöglicht es ihnen, diese kontextbezogen und verantwortungsvoll einzusetzen. Im Bewusstsein des Potenzials und der Sensitivität von Modellierungen entwickeln sie ihre Expertise, Problemstellungen der Finanzwirtschaft eigenständig auf konstruktive und kritische Weise zu bewältigen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Advanced Financial Modelling	42	108
Time series analysis Ordinary time series and stylized facts (stocks, bonds, volatility) – Random walk – ARCH- und GARCH-Ansätze zur Modellierung der Volatilität – Stochastische Prozesse – Generierung zufälliger Zahlen – Risiko-neutrale Bewertung – Yield Curve Modellierung und Anwendung – Short und Forward Rate Yield Curve Modelle		
Liquidity risk and Integrated risk management Liquidity risk – Liquidity management – Liquidity modelling 1 (gap, funding, asset) – Liquidity modelling 2 (diskret, stochastisch) – Risikointegration – Risikoaggregation (analytische und simulative Ansätze) – Integriertes Liquiditäts- und Solvenzmanagement – Risiko-Interaktionen auf Finanzmärkten; systemisches Finanzrisiko		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Empfehlung: Die Inhalte des Moduls „Quantitative Methoden im Finance“ werden vorausgesetzt.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Zeitreihenanalyse und -modellierung

- Baxter, M. und Rennie, A.: Financial Calculus: An Introduction to Derivative Pricing, Cambridge: Cambridge University Press.
Black, F. und Scholes, M.: The Pricing of Options and Corporate Liabilities, in: Journal of Political Economy, 81(3), 1973.
Brace, A. und Gatarek, D. und Musiela, M.: The market model of interest rate dynamics, in: Mathematical Finance, 7(2), 1997.
Bisgaard, S. und Kulahci, M.: Time Series Analysis and Forecasting by Example, Hoboken NJ: Wiley.
Heath, D. und Jarrow, R.A. und Morton, A.: Bond pricing and the term structure of interest rates, in: Econometrica, 60(1), 1992.
Hull, J.C.: Options, Futures and Other Derivatives, Boston et al.: Pearson.
James, J. und Weber, N.: Interest Rate Modelling, Chichester: John Wiley & Sons.
McNeill, A.J. und Frey, R. und Embrechts, P.: Quantitative Risk Management: Concepts, Techniques and Tools, Princeton NJ: Princeton University Press.
Merton, R.C.: Theory of Rational Option Pricing, in: Bell Journal of Economics and Management Science, 4(1), 1973.
Taylor, S.J.: Modelling Financial Time Series, Singapore: World Scientific Publishing.
Wilmott, P.: Paul Wilmott introduces quantitative finance, Chichester: John Wiley & Sons.

Liquiditätsrisiko und integrierte Risikomodellierung

- Albright, C. und Winston, W.: Management Science Modeling, Mason: Thomson.
Alexander, C.: Market Risk Analysis, Vol. I, II, Chichester: John Wiley & Sons.
Bartezky, P. und Gruber, W. und Wehn, C. (Hrsg.): Handbuch Liquiditätsrisiko, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Benninga, S.: Financial Modelling, Cambridge: MIT Press.
Bessis, J.: Risk Management in Banking, Chichester: John Wiley & Sons.
Gramlich, D.: Kreditinstitute und Cross Risks, Wiesbaden: Gabler.
Matz, L. und Neu, P.: Liquidity Risk Measurement and Management, Hoboken NJ: Wiley.
Rees, M.: Financial modelling in practice, Chichester: John Wiley & Sons.
Riekeberg, M. und Utz, E.: Strategische Gesamtbanksteuerung, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Vertriebsmanagement bei Finanzdienstleistern (W3M10413)

Sales Management in Financial Services Firms

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertriebsmanagement bei Finanzdienstleistern	W3M10413	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Florian Lohmann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erlangen durch den Besuch der Modulveranstaltungen vertieftes Wissen im Vertriebsmanagement, 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 Vertriebsmanagement 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 Kunden und dessen Verhalten. Sie sind in der Lage, die theoretischen, vor allem sozialpsychologischen Erkenntnisse auf Ansätze des Vertriebsmanagements 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 Vertriebsmanagement differenzieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Diskussion der Komplexität und Vielschichtigkeit von Fragestellungen des Vertriebsmanagements 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 Vertriebsmanagements 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 Vertriebsmanagement. Die Studierenden können die Erkenntnisse aus der Diskussion über die Erklärung des Kundenverhaltens dafür nutzen, in ihrer betrieblichen Praxis Kunden und ihre Reaktionen noch besser einzuschätzen, scheinbar inkonsistente Entscheidungsmuster des Kunden noch genauer zu bewerten und die eigene Interaktion noch differenzierter zu gestalten.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Vertriebsmanagement bei Finanzdienstleistern	42	108
Strategische Geschäftssteuerung der Finanzdienstleister		
Geschäftsmodelle im Finanzdienstleistungsbereich - Branchen- und Unternehmenstrends - Werttreiberanalysen - Markenwertanalysen - Kundenwertanalysen - Compliance im Vertrieb- Produkt- und Dienstleistungsinnovationen - Spezialisierung und Segmentierung im Vertrieb - Neue Technologien in der Vertriebspraxis (Web 2.0 und 3.0) - Retention Management - Steuerungssystematiken und Kennzahlensysteme - Vergütungsmodelle - Multi-/Omnikanalvertrieb (Vertriebskanallogik - Kanalauswahl - Kanalaktivitäten - Kanalsteuerung)		
Verhaltensökonomische Aspekte des Vertriebsmanagements		
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

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
Brock, H./Bieberstein, I. (Hrsg.): Multi- und Omnichannel-Management in Banken und Sparkassen, Springer Gabler, Wiesbaden
Bruhn, M.: Integrierte Kundenorientierung: Implementierung einer kundenorientierten Unternehmensführung, Gabler, Wiesbaden
Duderstadt, S.: Wertorientierte Vertriebssteuerung durch ganzheitliches Vertriebs-Controlling: Konzeption für das Retailbanking, Dt. Univ.-Verl., Wiesbaden
Duttenhöfer, S./ Keller, B./ Beitner, P.R.: Handbuch Vertriebsmanagement Finanzdienstleistungen, Knapp, Frankfurt
Link, J./ Seidl, F. (Hrsg.): Kundenabwanderung: Früherkennung, Prävention, Kundenrückgewinnung, Gabler, Wiesbaden
Lissautzki, M.: Kundenwertorientierte Unternehmenssteuerung, Dt. Univ.-Verl., Wiesbaden
Mangl, D.: Kundenwertanalyse und Kundenbindung: Konzeption und Umsetzung im Privatkundengeschäft, VDM Verl., Saarbrücken
Moormann, J./ Fischer, T.: Handbuch Informationstechnologie in Banken, Gabler, Wiesbaden
Newell, F.: Von CRM zu CMR – Lassen Sie den Kunden die Beziehung bestimmen. Customer Managed Relationship, Campus-Verl., Frankfurt
Pufahl, M./ Happe, G.: Innovatives Vertriebsmanagement, Gabler, Wiesbaden
Semmler, M./ Thum, W.: Kundenwert in Banken und Sparkassen: Wie Berater Ertragspotenziale erkennen und ausschöpfen, Gabler, Wiesbaden
Spath, D./ Bauer, W./ Engstler, M. (Hrsg.): Innovationen und Konzepte für die Bank der Zukunft, Gabler, Wiesbaden
Stettler, R.: Marktorientierte Strategien im Private Banking: Standardisierte versus individualisierte Betreuungskonzepte, Haupt, Bern/ Stuttgart/ Wien
Wimmer, K. (Hrsg.): Wertorientierte Vertriebssteuerung in Banken und Sparkassen, Finanz Colloquium , Heidelberg
Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, Vahlen, München

Verhaltensökonomische Aspekte des Vertriebsmanagements

Aronson, E./ Wilson, T./ Akert, R.M.: Sozialpsychologie, Pearson Studium, München
Beck, H.: Behavioral Economics, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
Daxhammer, R.J.; Facsar, M.: Behavioral Finance; Konstanz und München: UTB Lucius
Hilbert, S.: Verhaltensökonomische Aspekte für den Vertrieb von Finanzdienstleistungen; in: Ausgewählte Aspekte der angewandten Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik (Baumgart, J.; Nagler, G. (Hrsg.)); Mannheim 2015
Jungermann, H.; Pfister, H.-R.; Fischer, K.: Die Psychologie der Entscheidung, Spektrum Verlag, Heidelberg
Kottke, N.: Entscheidungs- und Anlageverhalten von Privatinvestoren, Gabler
Kroeber-Riel, W./ Weinberg, P./ Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen, München
Peters, N.: Bankbeziehungen mittelständischer Unternehmen: Bestimmungsfaktoren und Wirkungszusammenhänge im Entscheidungsverhalten gewerblicher Bankkunden, Knapp, Frankfurt
Moser, K. (Hrsg.): Wirtschaftspsychologie, Springer, Heidelberg

Versicherungsmanagement (W3M10414) Insurance Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Versicherungsmanagement	W3M10414	Deutsch/Englisch	Prof. Stefan Hilbert

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erlangen durch den Besuch dieses Moduls ein vertiefendes Wissen über Strategieentwicklung und Strategieumsetzung bei Versicherungsunternehmen. Die Studierenden werden befähigt, Methoden für die Gestaltung strategischer Fragestellungen (z.B. Strategy Map entwickeln; Sustainability-Balanced-Scorecard erstellen) anzuwenden und konkrete Performancegrößen (strategisch und operativ) zur Unterstützung und Umsetzung der strategischen Vorgaben zu entwickeln, insbesondere unter Einbindung neuer Technologien. Die Studierenden erlernen auch den Einsatz quantitativer Methoden für eine risiko- und kapitalorientierte Steuerungssystematik (z.B. DCF-Verfahren, Asset-Liability-Management) und wenden diese auch auf Teilprozesse, Sparten und Produkte im Versicherungsunternehmen an. Zudem erlangen die Studierenden ein vertieftes Verständnis über die Komplexität der Steuerungsfunktion und beziehen hierbei auch die regulatorischen Anforderungen (i.w. Solvency II) ein.
Methodenkompetenz	Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Methoden der Strategieplanung und operativen Umsetzung (z.B. Kennzahlensysteme der Sustainability Balanced Scorecard) anzuwenden, um eine ganzheitliche Versicherungssteuerung zu bewerkstelligen. Dabei werden gezielt 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	Studierende werden befähigt, die Steuerung im Versicherungsunternehmen ganzheitlich unter Einbeziehung aller Stakeholder vorzunehmen und reflektiert auf einen Interessensausgleich hinzuwirken. Dabei können sie durch die Anwendung teamorientierter Arbeitsweisen und digitaler Anwendungen die unterschiedlichen Bedingungslagen im Kontext ökonomischer, ökologischer und sozialer Fragestellungen im Sinne einer nachhaltigen Steuerung handlungsgerecht und verantwortungsbewusst reflektieren sowie in Kooperation mit den Beteiligten einer kreativen Lösung zuführen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind nach Abschluss dieses Moduls in der Lage, bestehende Managementansätze kritisch zu reflektieren und situationsangemessene Instrumente und Methoden anzuwenden. Die Studierenden hinterfragen Managemententscheidungen bei der Entwicklung von Unternehmens-, Risiko- und Geschäftsfeldstrategien. 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	Präsenzzeit	Selbststudium
Versicherungsmanagement	42	108
<p>Management von Versicherungsunternehmen</p> <p>Managementverständnis (funktional, institutionell) – regulatorischer Rahmen (allgemeiner gesetzlicher Rahmen und Aufsichtsrecht) - Corporate Governance und Compliance – Kontrollmanagement - aktuelle Herausforderungen für das Management von Versicherungsunternehmen (Chance-Management-Prozess, Industrialisierung) – Strategieprozess und strategische Steuerung von Versicherungsunternehmen (z.B. Strategy-Map, Balanced Scorecard) - Value Based Management von Versicherungsunternehmen (Notwendigkeit, IFRS, Solvency II) - DCF-Methode, EVA-Methode, CFROI-Ansatz – Bestandteile der Wertbeitragsrechnung (Free-Cash-Flow, Eigenkapitalkosten, Eigenkapitalbedarf, Risk-Adjusted-Capital) – Wertorientierung bei der strategischen und operativen Steuerung – Asset-Liability-Management (bezogen auf Sparte, Produkt, Region) – Interdependenzen von Vermögen und Verbindlichkeiten – Produktgestaltung (Lebensversicherung) – Schadenmanagement & Cash-Flow-Underwriting (Schaden- & Unfallversicherung)- Szenario- & Stress-Test, Rendite-Risiko-Profile, Optimierungsansätze - Kapitalanlagepolitik - nachhaltiges Management - ertrags- und risikoorientierte Steuerung des Versicherungsunternehmens.</p> <p>Strategieumsetzung</p> <p>Integration der Wertorientierung in die Gesamtstrategie (z.B. Entwicklung einer oder mehrerer Scorecard & Marketing-Mix für Produkte und Kundensegmente eines Versicherungsunternehmens - Produktmanagement (Schadenverhütungs- und Schadenregulierungsmaßnahmen) - Risikosteuerung (Risikoselektion und Rückversicherungspolitik) - Vertriebssteuerung (Personalplanung im Außen- und Innendienst, Qualifikation, Anreizsysteme) - Asset-Management - Internes Rechnungswesen eines Versicherungsunternehmens (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen) - Externes Rechnungswesen eines Versicherungsunternehmens (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung) incl. Analyse - Rating und regulatorische Anforderungen (z.B. Eigenkapitalunterlegungsanforderungen)</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.
Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bleicher, K.: Das Konzept integriertes Management, Campus, Frankfurt

Ehrlich, K.: Wertorientierte Steuerung von Versicherungsunternehmen, Josef Eul Verlag, Lohmar-Köln

Farny, D.: Versicherungsbetriebslehre, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe

Führer, C.: Asset Liability Management in der Lebensversicherung, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe

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: Gesamtunternehmensbezogenes Risikomanagement bei Lebensversicherungsunternehmen, IFA Verlag Ulm

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

Versicherungstheorie und Geschäftsmodelle (W3M10415)

Actuarial Science and Insurance Business Models

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Versicherungstheorie und Geschäftsmodelle	W3M10415	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Torsten Harms

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis der aktuariellen, rechtlichen und regulatorischen Grundlagen des Versicherungsgeschäftes und deren Auswirkungen auf die Produkt- und Prozesswelt im Unternehmen. Ebenso lernen die Studierenden die verschiedenen Möglichkeiten der Wertschöpfung im Versicherungsunternehmen und des notwendigen Zusammenspiels der einzelnen Bereiche eines Versicherungsunternehmens kennen.</p> <p>Aufbauend auf einem Verständnis der Grundprinzipien der einzelnen Versicherungszweige (Sach-, Lebens- und Krankenversicherung) können diese hinsichtlich ihrer Produkteigenschaften und aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen zu analysiert werden. Ergänzend kennen die Studierenden die vielfältigen Wechselbeziehungen der Sozialversicherung sowie der Kapitalanlage mit dem Versicherungskerngeschäft.</p> <p>Hinsichtlich der Wertschöpfung eines Versicherungsunternehmens lernen die Studierenden die typischen Unternehmensfunktionen hinsichtlich der Interdependenzen und deren Beiträge an der Gesamtwertschöpfung zu betrachten und nach unterschiedlichen Geschäftsmodellen zu differenzieren. Ebenso werden weitere Möglichkeiten der Wertschöpfung betrachtet, insbesondere im Konzernverbund oder über den Zeitablauf.</p>
Methodenkompetenz	<p>Die Studierenden können auf Basis dieses Wissens eine differenzierte Betrachtung der einzelnen Sparten vornehmen und diese systematisch hinsichtlich aktueller und zukünftiger Herausforderungen aus aktuarieller, rechtlicher und regulatorischer Sicht einordnen und differenziert bewerten.</p> <p>Mit Hilfe einer Wertschöpfungsanalyse können die Studenten alternative Strategien wie „Sourcing“ oder „Shared Services“ qualitativ und quantitativ bewerten. In der Konsequenz können verschiedene mögliche Geschäftsmodelle für Versicherungsunternehmen skizziert und deren Wettbewerbsfähigkeit und Markterfolg analysiert werden.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Studierenden verstehen die Motivation und zugrundeliegenden Werte hinter den bestehenden aktuariellen, rechtlichen und regulatorischen Vorgaben in der Versicherungswirtschaft und können die Zielerreichung kritisch beurteilen. 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 und können das resultierende Konfliktpotenzial bei Ihrer Tätigkeit berücksichtigen.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>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.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Versicherungstheorie und Geschäftsmodelle	42	108
Versicherungstheorie und Aktuarwissenschaften		
Entwicklung der Aktuarwissenschaften und Versicherungsaufsicht (Geschäftsmodell einer Versicherung, historische Entwicklung der Aufsicht,...) – Lebensversicherung (Produktübersicht und -eigenschaften, regulatorische Besonderheiten, spieltheoretische Problematik, Zusammenspiel mit der Sozialversicherung, aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen für Versicherungsunternehmen, neue Produktwelt durch Hybridprodukte,...) – Kranken- und Pflegeversicherung (Besondere Stellung in Deutschland, Kalkulation, Alterung des Kollektivs, Moral Hazard, Regulierung wie Unisex, Wettbewerbsstärkungsgesetz,...) - Sachversicherung (Produktübersicht und -eigenschaften, regulatorische Besonderheiten, aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen für Versicherungsunternehmen(Fragmentierung Kollektive,...)) – Kapitalanlage und Asset Management im Versicherungsunternehmen (Anlagegrundsätze und Bewertung, aktuelle Herausforderungen und Entwicklungen)		
Geschäftsmodelle und Wertschöpfung		
Wertschöpfung im Versicherungsunternehmen (entlang der Value Chain, typische Beiträge einzelner Unternehmensfunktionen, Interdependenzen,...) – Wertschöpfung im Konzernverbund (Bancassurance,...) und mit Kooperationsmodellen – Wertschöpfung im Zeitablauf (Bestand vs. Neugeschäft,...) – Grundsätzliche Möglichkeiten der Ausrichtung von Versicherungsunternehmen (Geschäftsmodelle,...) – Typische Ansätze zur Steigerung der Wertschöpfung und deren Auswirkungen und Risiken – Operative Wertschöpfung (Zusammenarbeit und Interessenlage der einzelnen Abteilungen, Gewinn- und Kostenverrechnung,...)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Versicherungstheorie und Aktuarwissenschaften
Altenähr, V.: Personenversicherungen kompakt, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Busse, F.-J.: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München Dalmis, Ö; Hebben, H.; Matzke, M. (Zinszusatzreserve, 2012): Finanzierung der Zinszusatzreserve, in: Der Aktuar, 18. Jahrgang, Ausgabe 4, Köln 2012, S. 196 - 200 Deckungsrückstellungsverordnung (DeckRV) Farny, D.: Versicherungsbetriebslehre, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Führer, C.: Asset Liability Management in der Lebensversicherung, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Führer, C.; Grimmer, A. (Lebensversicherungsmathematik, 2010): Einführung in die Lebensversicherungsmathematik, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Hagemann, T.: Pensionsrückstellungen. Eine praxisorientierte Einführung in die gutachterliche Methodik der Berechnung von Pensionsrückstellungen, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Kling, A.: Modellierung, Bewertung und Risikoanalyse von Zinsgarantien in konventionellen deutschen Lebensversicherungsverträgen, IFA-Schriftenreihe, IFA Institut für Finanz- und Aktuarwissenschaften, Ulm Koch, P.; Holthausen, H.: Individualversicherung. Versicherungslehre 1, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe 2002 Koller, H.-O.: Stochastische Modelle in der Lebensversicherung, Springer Verlag, Berlin Mitteilungen der Deutschen Aktuarvereinigung e.V. Kurzendörfer, V.: Einführung in die Lebensversicherung, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Moll, V.: Handbuch Geldanlage, Verlag Franz Vahlen, München Nguyen, T. & Romeike, F.: Versicherungswirtschaftslehre, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden Ortmann, K. M.: Praktische Lebensversicherungsmathematik, Vieweg und Teubner, Wiesbaden Sauler, K.: Das Prämienrisiko in der Schadenversicherung unter Solvency II, Institut für Finanz- und Aktuarwissenschaften, Ulm Schmidt, K. D.: Versicherungsmathematik, Springer Verlag, Berlin Schulenburg, J.-M. Graf von & Lohse, U.: Versicherungsökonomik, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe Schulenburg, J.-M. von der & Zuchandke, A.: Übungen zur Versicherungsökonomik, Springer-Lehrbuch, Berlin&Heidelberg Wolfsdorf, K.: Versicherungsmathematik (Teil 1 Personenversicherung), Teubner, Stuttgart Wolfsdorf, K.: Versicherungsmathematik (Teil 2 Theoretische Grundlagen), Teubner, Stuttgart Wyss, R.: Wert- und Erfolgsmessung in der Lebensversicherung, in: Feilmeier, M; Kunz, R. (Hrsg.): Planung und Controlling. Schriftenreihe Angewandte Versicherungsmathematik, Heft 29, Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe
Geschäftsmodelle und Wertschöpfung
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 Versicherungsunternehmungen, Duncker u. Humblot

Haller, M: Von "Assekuranz 2000" zur "Versicherung im Netzwerk 2.007" 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

Unternehmensbewertung und Corporate Finance (W3M10416)

Company Valuation and Corporate Finance

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensbewertung und Corporate Finance	W3M10416	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marcus Vögtle

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 der Finanzwelt beobachtet werden (Anleger, Analysten und Kontrollorgane) und können die Auswirkungen auf die Akteure 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, wie Mitarbeiter, Kunden, Gläubiger und Kapitalgeber 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	108
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

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

Digitalisierung und Innovation im Finance (W3M10418)

Digitization and Innovation in Finance

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Digitalisierung und Innovation im Finance	W3M10418	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Jens Saffenreuther

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden lernen in diesem Modul, wie die Digitalisierung Geschäftsmodelle, insbesondere in der Finanzwirtschaft, grundlegend verändert. Ausgehend von den Aspekten digitale Kunden, digitale Prozesse und digitaler Wettbewerb untersuchen sie die Wertschöpfungskette von Finanzdienstleistungsunternehmen. Im Rahmen des Moduls erarbeiten sie technologische Fortschritte, z. B. die Blockchain-Technologie, die für Finanzintermediäre eine Bedrohung und Chance zugleich darstellen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden reflektieren ihr eigenes Erwartungshalten an ein Dienstleistungsunternehmen als Vertreter der „Digital Natives“. Zudem erkennen Sie mögliche Handlungsfelder, um den Herausforderungen des digitalen Zeitalters entgegen zu treten.
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 und lernen den verantwortungsvollen Umgang mit neuen Technologien.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können das Ausmaß der Digitalisierung einordnen und eigene Strategien für ihr Unternehmen entwickeln, um die Bedrohungen der Finanzwirtschaft in bestimmten Bereichen (z. B. Zahlungsverkehr, Anlagegeschäft) durch Digitalisierung abzuwenden. Dabei werden auch wichtige Differenzierungsmerkmale der etablierten Anbieter (z. B. persönlicher Kontakt oder regionale Präsenz) von ihnen herausgearbeitet und bewertet.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Digitalisierung und Innovation im Finance	42	108
Digitale Transformation der Finanzwirtschaft		
Systematisierung von Digitalisierung: Digitale Kunden, Digitale Produkte, Digitale Prozesse, Digitaler Wettbewerb – Wert-schöpfungsketten und Disruption in der Wirtschaft – Blockchain: Funktionsweise, Anwendungen, Potenziale – Smart Contracts – Internet der Dinge und Implikationen für die Finanzwirtschaft – Big Data – Künstliche Intelligenz – Ausblick Technologien und weitere Entwicklung Strategie und Innovative Geschäftsmodelle		
Strategie und Innovative Geschäftsmodelle		
Digitale Strategie und Führung in der Finanzwirtschaft – Digitale Organisation und Sourcing – Innovationen für Bankge-schäft, Versicherungsgeschäft und Finanzdienstleistungen – FinTechs: Wettbewerb und Kooperation – Digitale Ökosys-teme – API-Banking / -Insurance – Rechtliche Rahmenbedingungen und Regulierung – Entwicklung innovativer Ansätze		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

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

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

Grebe, M.; Mönter, N.; u.a.: Banking on digital simplicity, Boston Consulting Group, Boston (USA)

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

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

Finanzderivate und Strukturierte Finanzprodukte (W3M10420)

Derivatives and Structured Financial Products

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Finanzderivate und Strukturierte Finanzprodukte	W3M10420	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Christian Möbius

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Kunden optimieren lernen. Weiterhin sollen sie in der Lage sein, dem Anleger aus Sicht eines Beraters 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
Finanzderivate und Strukturierte Finanzprodukte	42	108
<p>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</p> <p>Strukturierte Finanzprodukte Grundlagen des Financial Engineering – Optionshandelsstrategien (Protectiv Put, Covered Call, Collar, Bull und Bear Spread, Straddle, Strangle) – Arbitragetheorie (Replikationsportfolio, reine Wertpapiere, Pseudowahrscheinlichkeiten) – Pricing (Issuer Estimated Value, Intrinsic-Value) – Anlagezertifikate (Partizipations-, Garantie-, Discount-, Bonus-, Express-Zertifikate, Aktienanleihen) und Hebelzertifikate (Optionsscheine, Knock-out-Produkte) – strukturierte Versicherungsprodukte (Indexpolice, CAT-Bonds)</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Bloss, Michael (Hrsg.): Financial Engineering. Strategien, Bewertungen und Risikomanagement, De Gruyter Oldenbourg Verlag, München

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

Bruns, Christoph/ Meyer-Bullerdiel, Frieder: Professionelles Portfoliomanagement. Aufbau, Umsetzung und Erfolgskontrolle strukturierter Anlagestrategien, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

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.

Steiner, Manfred/ Bruns, Christoph/ Stöckl, Stefan: Wertpapiermanagement. Professionelle Wertpapieranalyse und Portfoliostrukturierung, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

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

Multichannel-Management (W3M10502)

Multichannel-Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Multichannel-Management	W3M10502	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Asche

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente einer kanalübergreifenden Vermarktung darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Multichannel-Managements formulieren und interdisziplinär anwenden können.
Methodenkompetenz	Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Marktinformationen mit wissenschaftlichen Methoden (z.B. Neue Institutionenökonomik) zu interpretieren und daraus abgeleitete Entscheidungen unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse umsetzen zu können.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen.
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 auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Multichannel-Management	42	108
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 und Voraussetzungen	
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, E. u.a., Electronic Commerce, 8. Aufl. Heidelberg

Wirtz, B. W., Multi-Channel-Marketing, Wiesbaden

Category Management (W3M10503)

Category Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Category Management	W3M10503	Deutsch/Englisch	Prof. Peter Lehmeier

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	"Die Teilnehmer 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 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 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	108
Strategisches Category Management		
<ul style="list-style-type: none">- 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		
<ul style="list-style-type: none">- Flächen- bzw. Regaloptimierung; Platzierungspolitik- Sortimentsmanagement: Struktur, Sensitivitätsanalysen zu Breite und Tiefe, Kaufverbünde- Preismanagement: Bestimmungsfaktoren für Preise und Preisstrategien; Sonderangebote vs. Dauerniedrigpreis,		
Optionen: Produkt- vs. Sortimentsebene; Differenzierung vs. Bündelung;		
<ul style="list-style-type: none">- Promotions: Arten, Wirkungen, Kontrolle		
Shopper Marketing		
<ul style="list-style-type: none">- 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 und Voraussetzungen

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.

International Marketing and Intercultural Management (W3M10601)

International Marketing and Intercultural Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
International Marketing and Intercultural Management	W3M10601	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Asche

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Lehrveranstaltung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	52	98	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	This module is an interdisciplinary field of study, which aims to improve communication, management and interaction of people from different cultures. Through the increased globalization of the economy, cross-border ventures, global relocations and the increased use of e-commerce, many businesses are finding that managing cultural differences can be a key factor in obtaining their objectives. The lecture itself deals with several key competencies and methods the students will need when working with/in different cultures.
Methodenkompetenz	Graduates have acquired the expertise to collect relevant information using advanced scientific methods and theories. They are able to interpret these informations in the light of scientific findings and manage appropriate conclusions.
Personale und Soziale Kompetenz	The students have a high degree of reflexivity and can handle changes even in complex international situations.
Übergreifende Handlungskompetenz	The students have acquired competencies to analyze and develop international marketing questions. In particular, they will be able to evaluate the impact of international strategies and actions on other business functions and areas

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
International Marketing and Intercultural Management	52	98
<ul style="list-style-type: none"> * theories and types of culture * cultural challenges in international business * management and change management in an intercultural environment * intercultural cooperation among headquarters and subsidiaries * management of multicultural teams * drivers of internationalization * International marketing research * international strategic marketing (Development of internationalisation) * Objectives of internationalisation*. International marketing <ol style="list-style-type: none"> 1. Definition and discussion 2. Steps to international marketing 3. Going international 4. Being international 5. Exit strategies * Selected problems of international marketing <ol style="list-style-type: none"> 1. International advertising and branding 2. International product portfolio management 3. International sales management 4. International pricing 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

S. Tamer Cavusgil / Gary Knight / John R. Riesenberger: International Business. The New Realities, 2. Auflage 2012

Clay Chandler / Adil Zainulbhai / Mc Kinsey & Company (Ed.): Reimagining India. Unlocking the potential of asia's next superpower, 2013

John D. Daniels / Lee H. Radebaugh / Daniel Sullivan: International Business. Environments and Operations, 13. Auflage 2011

Thomas L. Friedman: The World is Flat. A Brief History of the twenty-first century

Charles W. L. Hill: International Business: Competing in the Global Marketplace. Global Edition, 2012

Geert Hofstede / Gert Jan Hofstede: Lokales Denken, globales Handeln. Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management, 4. durchgesehene Auflage 2009

Harald Hungenberg / Jürgen Meffert: Handbuch Strategisches Management, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2005

Dagmar Kumbier / Friedemann Schulz von Thun (Hg.): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele, 4. Auflage 2013

Alexander Osterwalder / Yves Pigneur: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, 2011

C. K. Prahalad: The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating Poverty through Profits, 5. Auflage 2010

Navi Radjou / Jaideep Prabhu / Simone Ahuja: Jugaad Innovation. Think frugal, be flexible, generate breakthrough growth, 2012

Alan M. Rugman / Simon Collinson: International Business, 6. Auflage 2012

Susan C. Schneider / Jean-Louis Barsoux: Managing Across Cultures, 2. Auflage 2003

Sylvia Schroll-Machl: Die Deutschen - Wir Deutsche. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben, 3. Auflage 2007

Alexander Thomas / Stefan Kammhuber / Sylvia Schroll-Machl (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation (2 Bd.), 2. Auflage 2007

Fons Trompenaars / Charles Hampden-Turner: Riding the Waves of Culture. Understanding Diversity in Global Business. 3. Auflage 2012

John J. Wild / Kenneth L. Wild: International Business. The Challenges of Globalization, 6. Auflage 2012

International Finance and International Monetary Systems (W3M10604)

International Finance and International Monetary Systems

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
International Finance and International Monetary Systems	W3M10604	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Friedrich Then Bergh

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Students should be able to recognise and explain the main characteristics of the money and foreign exchange markets, identify the main economic factors affecting the stability of a currency, by comparing and contrasting theories intending to explain exchange rate fluctuations. They understand the relationship between risk and return and calculate different forms of risk adjusted returns understanding the connections between finance and the target system of a company. They understand the impact of tariffs on exchange rates and understand the pros and cons of a single currency area and can evaluate the international monetary system.
Methodenkompetenz	Students know how to use Microsoft Excel and other software to analyse financial data: they identify the financial status of a multinational company by comparing and analyzing actual results with plans and forecasts and by establishing and enforcing policies and procedures; providing trends and forecasts; they explain processes and techniques and recommend actions for making decisions on investments. They have a fundamental mathematical background to understand derivatives like currency swaps and currency options.
Personale und Soziale Kompetenz	Strong interpersonal skills, including written and oral communication skills are required. Students should be comfort dealing with ambiguity and are able to work independently. They can work with, and presenting to, senior executives and have excellent communication and presentation skills.
Übergreifende Handlungskompetenz	Ability to streamline functions and passion to learn; strong interpersonal skills, for example being comfortable interacting with executive-level managementincl. Basic financial modeling experience and a fundamental mathematical background is required.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
International Finance and International Monetary Systems	42	108
<p>This course is oriented to students who are looking for a deeper understanding of the practicalities of international operations as it relates to finance and control.</p> <ul style="list-style-type: none">• Students will increase their awareness of the linkages between several aspects of economics and finance theory as well as their relationship with currency markets.• Students will understand the advantages and limits of a single currency area. They can line out the theory of optimum currency area as well as the influence of a single currency area on the international trade relations.• Students should understand the importance but also the limits of finance in a company's decision making.• The unit will identify and rationalise the connection between financial transactions and the overall behaviour of international financial markets, government policies, decisions of the central bank (ECB, Bank of England, Fed) and hedging techniques employed by companies involved in international operations. <p>Indicative Content</p> <ul style="list-style-type: none">• The International Monetary System; US and European Financial Crisis• Currency Markets. Spot, forward, futures, options. Characteristics and organization of the different markets. Comparison of uses of the markets.• Parity Conditions. Covered and uncovered interest rate parity. Rationale for these conditions. Impediments to these conditions holding. Relevance of these conditions for financial decisions / issues. Empirical evidence• International Borrowing. Potential benefits of accessing international debt and equity markets e.g. reduced cost of capital, improved risk management, Eurobond market. Dangers of issuing debt and equity on international markets.• International Money / Capital Markets: Foreign and Eurocurrency markets, the swap market. Structure and uses of the markets.• Currency Risk: Meaning, types and importance of currency risk / exposure.• Currency Risk Management techniques. Internal and external methods, comparison and evaluation.• Foreign investment decision: foreign direct investment; international portfolio theory• Pricing in a global context• Global investor relations• The Problem of Bank Failure and International Banking Regulations		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

We refer to the latest version.

Essential Reading

Copeland, Laurence: Exchange Rates and International Finance, Addison Wesley, last ed.

Eiteman, David / Moffet, Michael / Stonehill, Arthur: Multinational Business Finance; Addison Wesley, last edition

Eun, Cheol / Resnick, Bruce: International Finance; McGraw-Hill, last edition

Krugman, Paul R. / Obstfeld, Maurice / Melitz, Marc J.: International Economics – Theory and Policy. Pearson, last ed.

Madura, Jeff: International Financial Management; Financial Times/Prentice Hall, last ed.

International Sales Management (W3M10606)

International Sales Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
International Sales Management	W3M10606	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marcus Hoffmann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	The students know the specifics of the sales process in an international context. They can adjust their knowledge to cross-border sales relationships. They are able to apply appropriate strategic and operative measures to cope with and to master these challenges. Particularly, they are familiar with the objectives and strategic sales approaches of international companies. They also know how to manage customer recruitment, retention, and recovery in the international marketplace. This includes negotiation techniques in intercultural environments.
Methodenkompetenz	Using strategic planning approaches the students can outline an appropriate international sales organisation for companies from different industries and companies of different size. Also, they can formulate a sound sales strategy to deal with international customers. They know how to manage an international sales force. Furthermore, the students are able to apply negotiation techniques to intercultural settings.
Personale und Soziale Kompetenz	The students realise their own deficits in international sales. They can outline methods and development paths which will help them to compensate those deficits. They have become sensible for the basics of personal interactions in intercultural environments and have strengthened their intercultural competence.
Übergreifende Handlungskompetenz	The students can respond to challenges in international sales with appropriate sales approaches and methods. Relying on a sound framework of sales instruments the students can use these instruments to solve unexpected sales problems in an international and intercultural environment.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
International Sales Management	42	108
This Module covers a range of contents out of following business areas: Sales Management, Customer Relationship Management, Sales Manager's Compensation, Managing time and territory for international sales activities.		

Besonderheiten und Voraussetzungen	
Besonderheiten	
-	

Voraussetzungen
-

Literatur
Hair, Joseph F. et al.(2009): Sales Management, Cengage Learning, 2nd ed.

Ingram, Thomas N. / LaForge, Raymond W. (2012): Sales Management: Analysis and Decision Making, M E Sharpe Inc.
Jobber, David / Lancaster, Geoff (2012): Selling and Sales Management, Pearson, 9th ed.
Johnston, Mark W. / Marshall, Greg W. (2013): Sales Force Management:-Leadership, Innovation, Technology, Routledge Chapman & Hall, 11th ed.
Mallik, Pradip Kumar (2012): Sales Management; Oxford University Press
Peelen, Ed / Beltman, Rob (2013): Customer Relationship Management, Pearson, 2nd ed.
Selected readings indicated by the instructor

General Marketing-Management (W3M10701)

General Marketing-Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
General Marketing-Management	W3M10701	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Tilmann Raff

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erhalten vertiefendes Faktenwissen zum Marketing. Sie sind in der Lage, komplexe und vielschichtige Marketingproblemstellungen theoriegestützt richtig zu beurteilen und notwendige Konsequenzen hinsichtlich der Marketingentscheidungen in der Berufspraxis zu ziehen. Dabei beziehen sie verschiedene Marketingbereiche situationsadäquat in die Entscheidungsfindung mit ein.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können im fachlichen Kontext und der beruflichen Anwendung die Methoden und Techniken anwenden, reflektieren und bei Bedarf anpassen. Sie können dabei auch eine geeignete Kombination verschiedener Methoden und Techniken vornehmen. Die Auswahl und Bewertung der Marketingentscheidungen erfolgt in einer begründeten, wissenschaftlichen und kritischen Weise.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind selbstkritisch und fähig, sich selbst realistisch einzuschätzen. Dabei können sie die Wirkung des eigenen Handelns beurteilen und daraus lernen. Sie gehen Veränderungen aktiv und engagiert an. Die Studierenden sind in der Lage, sich auf andere Personen einzustellen und mögliche Konflikte adäquat anzugehen. Sie nehmen von sich aus Kontakt auf, wenn dies für die Arbeit und das Arbeitsklima förderlich ist.
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
General Marketing-Management	42	108
Fallstudienbezogene Vertiefung des Strategischen Marketing Fallstudienbezogene Vertiefung der Marketing-Instrumente Besonderheiten des internationalen Marketing Rahmenbedingungen der Internationalisierung Interkulturelles Management Informationsbeschaffung als Basis internationaler Marketingentscheidungen Informationsbedarf zur Internationalisierungsentscheidung Marktsegmentierung und Marktauswahl (mittels Cluster-Analyse) Potentialschätzung des Auslandsmarktes Strategien im internationalen Kontext: Timingstrategien, Organisationsform, Internationalisierungsstrategien Entscheidungen im internationalen Marketing-Mix: Standardisierung bzw. Differenzierung im Rahmen der Leistungs politik, Brand Management, Preispolitik (Analyse der Arbitrageneigung) Kommunikationspolitik und Distributionspolitik, Standortentscheidungen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Backhaus, K. / Büschken, J. / Voeth, M., Internationales Marketing, Stuttgart.

Bayon, T., Neuere Mikroökonomie und Marketing: Eine wissenschaftstheoretisch geleitete Analyse, Wiesbaden.

Koller, P. / Armstrong, G., Principles of Marketing, München u.a.

Koller, P. / Keller, K. L., Marketing Management, München u.a.

Meffert, H. / Burmann, C. / Kirchgeorg, M., Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden.

Müller, S. / Gelbrich, K., Interkulturelles Marketing, München.

Nieschlag, R. / Dichtl, E. / Hörsehgen, H., Marketing, Berlin

Scharf, A. / Schubert, B. / Hehn, P., Marketing, Stuttgart

Organisationales Beschaffungsverhalten (W3M10702)

Organizational and Social Aspects of Buyer-Seller-Relationships

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Organisationales Beschaffungsverhalten	W3M10702	Deutsch/Englisch	Dr. Erich Klaus

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen haben ein umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen in Bezug auf die Interaktionen im Business-to-Business Marketing. Sie verfügen über strategisches und konzeptionelles Wissen zur erfolgreichen Gestaltung von Geschäftsbeziehungen im organisationalen und sozialpsychologischen Kontext. Sie haben die intellektuellen Fähigkeiten entsprechende Handlungsmuster zu erkennen und zu beeinflussen.
Methodenkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen können wissenschaftliche Arbeitsmethoden zur Informationssammlung und Wissensaufbereitung nutzen. Sie können unterschiedliche Techniken anwenden, kritisch reflektieren und gegebenenfalls weiterentwickeln. Auf dieser Basis sind sie in der Lage gezielt Forschungsfragen für die zukünftige Gestaltung von Geschäftsbeziehungen im Business-to-Business Marketing zu formulieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen weisen an hohen Grad an Selbstreflexion auf und können zielorientiert in komplexen Situationen entscheiden. Sie handeln selbstständig und verantwortungsvoll und sehen sich als Impulsgeber für die erfolgreiche Gestaltung von Geschäftsbeziehungen im Business-to-Business Marketing.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen bringen ihr spezifisches Wissen und ihre Erfahrungen adäquat in berufspraktischen Situationen ein. Sie reflektieren die Praxis und ihre spezifischen Herausforderungen vor dem jeweiligen theoretischen Hintergrund. Sie nehmen eine reflektierte Haltung zu den sozialen und gesellschaftlichen Auswirkungen des eigenen Handelns ein.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Organisationale und sozialpsychologische Aspekte im B2B Marketing	42	108
<p>Besonderheiten des organisationalen Beschaffungsverhaltens – zentrale Determinanten der organisationalen Nachfrage (Kaufstypen, Merkmale der beschaffenden Organisation, Umfeld) – Partialmodelle des organisationalen Beschaffungsverhaltens (Phasenkonzepte, Buying-Center-Konzept) – Totalmodelle des organisationalen Beschaffungsverhaltens (Strukturmodelle, Prozessmodelle, Integriertes Modell) - Interaktionsansätze (dyadisch; multipersonal) – Netzwerkansätze</p> <p>Begrifflich-theoretische Grundlagen der Sozialpsychologie und Interaktion – Interaktion als Prozess (Formen, Motivation, interpersonelle Attraktion) – Interaktion und Vertrauen – Konflikte und Interaktion - Interaktion und soziale Rolle (Geschlechterrollen, Rollen in Organisationen) – Interaktion und Verhandlungskompetenz – Interaktion als sozialer Austausch – Interaktion und Feldtheorie - Kommunikation im persönlichen Verkauf (verbal und nonverbal)</p> <p>Begriffliche Grundlagen des eProcurement (Abgrenzung zu E-Business, E-Ordering, E-Sourcing) - Ziele (u.a. Finanz-, Prozess- und Informationsziele) - technische Grundlagen (u.a. EDI) - Plattformen (Portale, elektronische Marktplätze) - Instrumente (Ausschreibungen, Auktionen, Katalog- und Bestellsysteme, Konsortien) - Erfolgsfaktoren (u.a. Direktbeschaffung, Unterbindung Maverick Buying)</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Backhaus, K.; Voeth, M.: Industriegütermarketing, München Bänisch, A. Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik, München Bruhn, M.; Homburg, C.: Handbuch Kundenbindungsmanagement, München Godefroid, P.; Pförtsch, W.: Business-to-Business Marketing, Herne Fischer, L./Wiswede, G., Grundlagen der Sozialpsychologie, München Hoffmann, A./Herstatt, C. Interaktionen zwischen Anbietern und Nachfragern bei der Vermarktung und Beschaffung innovativer Dienstleistungen, Wiesbaden Kollmann, T., E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Heidelberg Nerdinger, F., Psychologie des persönlichen Verkaufs, München Stoll, P., E-Procurement. Grundlagen, Standards und Situation am Markt, Wiesbaden Watzlawick, P./Beavin, J./Jackson, D., Menschliche Kommunikation, Bern

B2B Produkt- und Leistungspolitik (W3M10703)

B2B Product and Brand Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
B2B Produkt- und Leistungspolitik	W3M10703	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marc Kuhn

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, alle Prozesse der Produkt- und Markenpolitik von der Marktplanung über die Produkt-/Serviceplanung und Markenstrategiebildung zur dauerhaften Interaktion mit Kunden zu durchdringen und die Konsequenzen alternativer B2B-Marketingentscheidungen abzuschätzen. Im Fokus stehen dabei sowohl die unterschiedlichen Geschäftstypen industrieller Kunden (Anlagen-, Produkt-, System- und Zuliefergeschäft), als auch privater Endkunden. Die Auswahl und Bewertung der Marketingentscheidungen erfolgt in einer begründeten, interdisziplinär-wissenschaftlichen und kritischen Weise.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind fähig, das Instrumentarium der industriellen und B2B-bezogenen Leistungserstellung und Markenführung 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 Produkt- und Markenpolitik	42	108
<p>Geschäftstypenspezifisches B2B Produktmanagement: Geschäftstypen im B2B-Marketing (Anlagen-, Produkt-, Zuliefer-, Systemgeschäft) B2B Marktforschung Strategisches B2B-Marketing (Buying Center, Industrial Lifestyles, B2B Marktpositionierung, B2B-Marktplanung) B2B-Leistungserstellung (B2B-Innovationsmanagement, B2B-Produktplanung, B2B-Marktplanung)</p> <p>Industrielles Servicemanagement: Begriff und Wesen industrieller Serviceleistungen Service-Ziele und Service-Strategie Service-Engineering Service-Marketing Service-Controlling Integration industrieller Services in den Leistungserstellungsprozess</p> <p>B2B-Markenmanagement Besonderheiten und Relevanz von B2B-Marken Markenpositionierungen und Markenstrategien im B2B-Kontext Branding und Design von B2B-Marken Markenkommunikation und Markencontrolling</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
"Grundlagen des strategischen und operativen Marketings"

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Backhaus, K.; Voeth, M.: Industriegütermarketing, neueste Aufl., München. Baumgarth, C.; Schmidt, M.: B-to-B-Markenführung: Grundlagen - Konzepte - Best Practice, neueste Aufl., Wiesbaden. Bruhn, M.; Homburg, C.: Handbuch Kundenbindungsmanagement, neueste Aufl., München. Bullinger, H.-J.; Schneider, K.: Service Engineering: Entwicklung und Gestaltung innovativer Dienstleistungen, neueste Aufl., Heidelberg u.a. Casagrande, M.: Industrielles Servicemanagement, neueste Aufl., Wiesbaden. Godefroid, P.; Pförtsch, W.: Business-to-Business Marketing, neueste Aufl., Herne. Günther, C.: Das Management Industrieller Dienstleistungen: Determinanten, Gestaltung und Erfolgsaussichten, neueste Aufl., Heidelberg u.a. Homburg, C.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence – Vertriebsmanagement mit System, neueste Aufl., Wiesbaden. Kuhlmann, E.: Industrielles Vertriebsmanagement, neueste Aufl., München. Kuhn, M.; Zajontz, Y.: Industrielles Marketing, neueste Aufl., München. Masciadri, P., Zupancic, D.: Marken- und Kommunikationsmanagement im B-to-B-Geschäft, neueste Aufl., Heidelberg u.a. Lay, G.; Jung, P.: Produktbegleitende Dienstleistungen: Konzepte und Beispiele erfolgreicher Strategieentwicklung, neueste Aufl., Heidelberg u.a. Seiter, M.: Industrielle Dienstleistungen: Wie produzierende Unternehmen ihr Dienstleistungsgeschäft aufbauen und steuern, neueste Aufl., Heidelberg u.a.

Online und Social Media Marketing (W3M10704)

Online and Social Media Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Online und Social Media Marketing	W3M10704	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Rehme

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die besonderen Herausforderungen, die sich durch neue Medien im Marketing ergeben. Sie haben ein breites und differenziertes Verständnis für die Marketinginstrumente im Umfeld neuer Medien entwickelt (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 den Einsatz neuer Medien im Marketing auf der Grundlage dieses Wissens entwickeln.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente des Marketing im Kontext digitaler und 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 und Social Media Marketing	42	108
<p>Besonderheiten beim Einsatz neuer Medien im Marketing, insbesondere Gewinnung, Auswertung und Nutzung von Kundendaten (Internet-Marktforschung) als Basis für den Einsatz der Marketing-Instrumente</p> <p>Kundenintegration in den Wertschöpfungsprozess (z..B. Crowdsourcing, Personalisierungskonzepte, Mass Customization)</p> <p>Markenmanagement im Internet unter besonderer Berücksichtigung sozialer Netzwerke</p> <p>Kommunikationspolitik im Rahmen von Web 2.0: soziale Netzwerke, virales Marketing, Dialogorientierung, Blogs, Foren, User Groups, virtuelle Realitäten</p> <p>Preisstrategien und Bezahlverfahren im Internet</p> <p>Mobile Marketing</p> <p>Internet der Dinge</p> <p>Web Controlling</p> <p>Erfolgskontrolle durch Nutzeranalyse (z.B. Logfile-Analyse)</p> <p>Kennzahlen</p> <p>Technische Grundlagen bei der Nutzung von neuen Medien im Marketing (Cloud Computing, Big Data)</p> <p>Funktion von Google</p> <p>Search Engine Advertising (SEA)</p> <p>Search Engine Optimazation (SEO)</p> <p>Domainfragen - Marken- und Namensrecht im Internet</p> <p>Grundlagen des Urheberrechts und Besonderheiten im Internet</p> <p>IT-spezifische Werbeformen und die Geltung des Wettbewerbsrechts</p> <p>Rechtliche Rahmenbedingungen Social Media</p> <p>Rechtliche Aspekte des Vertriebs über das Internet</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Grundlegende Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bauer, H. H.; Große-Leege, D.; Rösger, J. (Hrsg.): Interactive Marketing im Web 2.0+: Konzepte und Anwendungen für ein erfolgreiches Marketingmanagement im Internet. München.

Hass, B.; Walsh, G.; Kilian, T. (Hrsg.): Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin, Heidelberg.

Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. Wiesbaden.

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.

Meier, A.; Stormer, H.: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette. Berlin, Heidelberg.

Stahl, E.; Krabichler, T.; Breitschaft, M. Wittmann, G.: E-Commerce-Leitfaden: Erfolgreicher im elektronischen Handel, Regensburg

B2B Vertriebs- und Preismanagement (W3M10705)

Sales and Pricing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
B2B Vertriebs- und Preismanagement	W3M10705	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Hardock

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>Die Studierenden kennen verschiedene Vertriebskonzeptionen/ -strategien im B2B-Bereich und sind in der Lage, ihr Wissen auf einschlägige Problemstellungen der betrieblichen Praxis anzuwenden. Sie können aktuelle Fragestellungen des Vertriebsmanagements theoriebasiert bearbeiten. Sie vermögen im Rahmen des Vertriebscontrollings die Konsequenzen der getroffenen Vertriebsentscheidungen abzuschätzen.</p> <p>Die Studierenden erkennen den Stellenwert des Preismanagements für den Vertriebs Erfolg. Sie können Preisentscheidungen unter Berücksichtigung der Orientierungspunkte der Preisfindung (Kunden, Kosten, Konkurrenz) und deren Zusammenspiel treffen. Zudem sind sie in der Lage, die Besonderheiten der Preisfindung in den unterschiedlichen Geschäftstypen im B2B-Bereich zu charakterisieren. Sie sind sich der Herausforderungen der internationalen Preispolitik im Spannungsfeld von Harmonisierung und Differenzierung bewusst und kennen die Prinzipien der Gestaltung stringenter Rabatt- und Konditionensysteme.</p>
Methodenkompetenz	Die Studierenden beherrschen wichtige Instrumente des Vertriebs- und Preismanagements. Sie können analytische Tools des Preismanagements einsetzen und deren Möglichkeiten und Grenzen 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 Kunden 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
B2B Vertriebs- und Preismanagement	42	108
Vertriebsmanagement Planung und Organisation des Vertriebs Auswahl, Entwicklung, Führung von Vertriebsmitarbeitern, Anreizsysteme Kennzahlenbasierte strategische und operative Vertriebsplanung, -steuerung und -kontrolle Aktuelle Herausforderungen im Vertrieb Preismanagement Messung der Zahlungsbereitschaft Vertiefung der Orientierungspunkte der Preisfindung (Kunden, Kosten, Wettbewerb) Preisdifferenzierung Besonderheiten des Preismanagements im B2B-Bereich Umsetzung: Organisation des Preismanagements, Preisverhandlungen, Rabatt- und Konditionenpolitik Internationale Preispolitik		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Albers, S.; Krafft, M.: Vertriebsmanagement. Organisation – Planung – Controlling – Support, Wiesbaden. Backhaus, K.; Voeth, M.: Industriegütermarketing, München. Homburg, C.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence, Wiesbaden. Kuhlmann, E.: Industrielles Vertriebsmanagement, München. Kuhn, M.; Zajontz, Y.: Industrielles Marketing, München. Pufahl, M.: Vertriebscontrolling, Wiesbaden. Siems, F.: Preismanagement, München. Simon, H.; Fassnacht, M.: Preismanagement, Wiesbaden.

Markenmanagement (W3M10706)

Brand Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Markenmanagement	W3M10706	Deutsch/Englisch	Prof. Peter Lehmeier

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen alle operativen und strategischen Prozesse der Markenführung (von der Eintragung bis zur Eliminierung). Sie verstehen die Möglichkeiten und Probleme der verschiedenen Markenformen und reflektieren die Konsequenzen von markenspezifischen Entscheidungen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden verwenden die einschlägigen Methoden des Brand Managements und wählen geeignete Verfahren situationsadäquat aus. Sie sind in der Lage, die Methoden des Markenmanagements in der beruflichen Praxis zu beurteilen und weiterzuentwickeln.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden reflektieren kritisch ihre ausgearbeiteten Konzepte. Dabei arbeiten sie teamorientiert und berücksichtigen die Interessen verschiedener Zielgruppen (Lieferanten, Absatzmittler, Kunden) situationsadäquat. Die Auswahl und Bewertung der Marketingentscheidungen erfolgt in einer begründeten, interdisziplinär-wissenschaftlichen Weise.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können in effizienter Arbeitsmethodik komplexe Entscheidungssituationen der Unternehmenspraxis zielorientiert bewältigen. 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
Markenmanagement	42	108
<p>Markenarten, insb. auch Hersteller- und Eigenmarken Markenidentität (Selbst-/Fremdbild) Markenpositionierung Ansätze der Markenführung Markenkommunikation. Markenlebenszyklus Markenstrategien Markenausdehnung, -anreicherung Markenallianzen Markenarchitektur und –portfolio Markenwert Operationalisierung des Markenwerts Anlässe für Markenbewertung Interdependenzen Marken-Management und Category Management Determinanten des Erfolgs von Marken Durchführung von Datenbank-Recherchen bei der Markeneintragung Nationaler und internationaler Markenschutz Abwehrstrategien gegenüber Nachahmung und Plagiaten Branded Entertainment Eintragungsfähigkeit von Marken und anderen Schutzrechten Patente und Gebrauchsmuster Designmuster Markenformen Verkehrsfähigkeit Abwehr von Ansprüchen Markenlizenzen</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Kenntnisse zum Markenmanagement auf Bachelorniveau

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Aaker, D. A., Building Strong Brands, New York/Aaker, D. A./Joachimsthaler, E., Brand Leadership, New York/Bingener, S., Handbuch der Markenpraxis: Markenverfahrensrecht, Markenvertragsrecht, München/Burmann, C.; Halaszovich, T.; Hemmann, F., Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen-Strategie-Umsetzung-Controlling, Wiesbaden/Berlit, W., Markenrecht, München/Bruhn, M., Handbuch Markenführung: Kompendium zum erfolgreichen Markenmanagement. Strategien-Instrumente-Erfahrungen, Wiesbaden/Esch, F.-R. (Hrsg.), Moderne Markenführung: Grundlagen. Innovative Ansätze. Praktische Umsetzungen, Wiesbaden/Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie/Florack, A. / Scarabis, M. / Primosch, E., Psychologie der Markenführung, München/Hacker, F., Einführung in das deutsche Markensystem, Köln/Hermanns, A. / Ringle, T. / van Overloop, P. (Hrsg.), Handbuch Markenkommunikation, München/Lange, P., Internationales Handbuch des Marken- und Kennzeichenrechts, München/Mayer, H./Illmann, T.: Markt- und Werbepsychologie, neueste Aufl., Wiesbaden/Meffert, H. u.a., Markenmanagement: Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, Wiesbaden/Schröder, H. (Hrsg.), Category Management: Aus der Praxis für die Praxis, Frankfurt

B2B Kommunikation (W3M10707)

B2B Communication

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
B2B Kommunikation	W3M10707	Deutsch/Englisch	Prof. Peter Lehmeier

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die Besonderheiten der Kommunikation im B2B-Markt. Sie sind in der Lage, die Kommunikationskanäle -inhalte an die heterogene Zielgruppen- bzw. Stakeholderstruktur im B2B Geschäft anzupassen. Ausgangspunkte sind die klassischen Medien und der multipersonale Dialog beim Entscheidungsprozess. Sie begreifen, dass der Austausch von Informationen im B2B ein zusätzlicher Wertschöpfungsfaktor auf der Basis von Kooperation und Kollaboration ist. Sie können die Chancen und Anwendungsszenarien der Neuen Medien, Plattformen, Vernetzung und Digitalisierung einschätzen 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 mitarbeiten oder diese 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
B2B Kommunikation	42	108
<p>Mediale B2B-Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">• Besonderheiten der klassischen B2B Kommunikation (Werbung, PR, Geschäftsbericht, usw.)• B2B-Kommunikationsinstrumente, z.B. Referenzen, Testimonials, Awards, Sponsoring• Besonderheiten des Einsatzes neuer Medien, z.B. Brand Communities/Social Media <p>Persönliche B2B-Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">• Modell der Nutzenkommunikation (z.B. FAM)• Eventmanagement• Messen• Weiterbildung/Akademie für Kunden <p>Vernetzte B2B-Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">• Interne und externe Kommunikation/Vernetzung entlang der Wertschöpfungskette (z.B. CIM, CAE, CAD, CAM, CAQ) <p>Stakeholderorientierte Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">• Kommunikation durch Qualitätsmanagement: Zertifizierungen, Kunden-/Lieferantenaudits• Social Responsibility: Issue Management, Transparenz, Umweltzertifikate, Nachhaltigkeit• Externe Rating Agenturen/-gutachten		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

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

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Baaken, Th./ Kesting, T. (Hrsg.), Business-to-Business-Kommunikation: Neue Entwicklungen im B-to-B-Marketing, Berlin/Baumgarth, C./Schmidt, M., B-to-B-Markenführung: Grundlagen - Konzepte - Best Practice, Wiesbaden/Beilharz, F., Social Media Marketing im B2B, Köln/Kreutzer, R./ Rumler, A. u.a., B2B-Online-Marketing und Social Media, Wiesbaden/Masciardi, P./ Zupancic, D., Marken- und Kommunikationsmanagement im B-to-B-Geschäft: Clever positionieren, erfolgreich kommunizieren, Wiesbaden/Oomens, W.J./ Fuchs, W., Management der Business-to-Business-Kommunikation: Instrumente - Maßnahmen – Fallbeispiele, Wiesbaden/Pförtisch, W./ Godefroid, P., Business-to-Business-Marketing, Herne/Schneider, D./ Schnetkamp, G., E-Market Strategien im Electronic B2B Commerce: Marktplätze Fachportale, Wiesbaden/Siegner, Th./ Sulzmaier, S., Reality Bites – BestPractices & Erfolgsfaktoren im B2B-Marketing, Freiburg

Kundenmanagement/ CRM (W3M10708)

Customer Management / CRM

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kundenmanagement/ CRM	W3M10708	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Rehme

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Kunden 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 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/ CRM	42	108
Situationsanalyse und Zielplanung des Kundenmanagement Prozess und Instrumente der Kundenbewertung Kundensegmentierung Konzept und Bedeutung der Kundenbindung Verhaltenswissenschaftliche Grundlagen zur Gestaltung von Kundenbeziehungen Instrumente zur Gestaltung von Kundenbeziehungen Personalisierte Kundenansprache Kundenintegration in den Wertschöpfungsprozess Kundenrückgewinnungsmanagement Besonderheiten des Kundenbeziehungsmanagement im Internet Elemente des CRM Kundeninformationen als Basis des CRM Analytisches CRM (Data Warehouse, Data Mining, OLAP) Operatives CRM: IT-Unterstützung von Marketing, Vertrieb und Services		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

Grundlegende 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., 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.

Premiummarkenführung und Produktmanagement (W3M10709)

Product Marketing and Luxury Branding

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Premiummarkenführung und Produktmanagement	W3M10709	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Verena König

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach dem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, entsprechende Strategien gemäß den Anti-Gesetzen und emotionale Storytelling-Konzepte zu entwickeln. Darüber hinaus können sie, Fehler in der Luxus-Markenführung identifizieren und analysieren sowie Entwürfe für Namen und Logo entwerfen.
Methodenkompetenz	Mithilfe der Strategien zur Premium- und Luxusmarkenführung können die Studierenden typische Fragestellungen der Praxis beurteilen. Sie sind in der Lage die Methoden bzw. Strategien vor dem Hintergrund der gegebenen Erfahrungen in der beruflichen Praxis zu beurteilen und weiterzuentwickeln.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind für die eigenen Stärken und Schwächen in Bezug auf die Premium- und Luxusmarkenführung sensibilisiert und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche Herausforderungen. Studierende setzen sich im Team mit ihrer Vorgehensweise bei der Bearbeitung von Lösungsoptionen zu einer Aufgabe reflexiv auseinander.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können Problemstellungen durch den Einsatz effizienter Arbeitsmethoden lösen. Sie können ihr Wissen auch in ungewohnten Situationen anwenden, dieses entsprechend der erlernten Methoden auf neue Arbeitsfelder 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
Premiummarkenführung und Produktmanagement	42	108
Identitätsbasierte Positionierung im Premium- und Luxussegment Kaufmotive und Segmentierung des Premium- und Luxussegments Logo- und Namensgestaltung im Premium- und Luxussegment Konzeption einer Premium- bzw. Luxusmarkenpersönlichkeit Markenarchitekturgestaltung im Premium- und Luxussegment Markenevolution im Premium- und Luxussegment Pricingstrategien im Premium- und Luxussegment Anti-Gesetze der Markenführung im oberen Preissegment „Ästhetik-Codes“ der Kommunikation im Premium- und Luxusmarkensegment Produktmanagement im Premium- und Luxusmarkensegment Designentwicklung im Premium- und Luxusmarkensegment Geschichte und zentrale Meilensteine des Designs „Ästhetik-Codes“ des Designs im Premium- und Luxusmarkensegment Product and Design Acceptance Tests für Premium- und Luxusmarken German Craftsmanship und Qualitätsmanagement Social Media und Digitalisierung im Premium- und Luxussegment		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Burmann, C.; Halaszovich, T.; Hemmann, F., Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen-Strategie-Umsetzung-Controlling, Wiesbaden. Burmann, C.; König, V.; Meurer, J., Identitätsbasierte Luxusmarkenführung. Grundlagen - Strategien – Controlling, Springer-Gabler Verlag. Dubois, B., Sandor Sz. and G. Laurent, Consumer Segments Based on Attitudes Toward Luxury (2005): Empirical Evidence from Twenty Countries", Marketing Letters, 16:2, 115–128. Heine, K.; B. Berghaus (2014), Luxury goes digital: how to tackle the digital luxury brand–consumer touchpoints, - Journal of Global Fashion Marketing, 2014. König, V., Grundlagen der Luxus- und Premiummarkenführung. Wiesbaden. Springer. Leibenstein, H. (1950), Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand. Quarterly Journal of Economics 64, 183-207. Wiedmann, K.-P., Hennigs, N., Siebels, A. and Rieger, D. (2007), Der Einfluss von Peer-Groups und Sozialen Netzwerken auf den Konsum von Luxusgütern, Schriftenreihe Marketing Management, Hannover. Wyrwa, U., Luxus und Konsum. Begriffsgeschichtliche Aspekte, in R. Reinhold, & T. Meyer. Luxus und Konsum. Eine historische Annäherung. Münster: Waxmann. Zec, P., German Design Standards, Köln: DuMont.

Business Development I (W3M10710)

Business Development I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Business Development I	W3M10710	Deutsch/Englisch	Prof. Peter Lehmeier

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die verschiedenen Möglichkeiten der Geschäftsmodellbeschreibung sowie die Prozesse zur Entwicklung von Geschäftsmodellen. Dabei berücksichtigen sie die aktuellen Einflussfaktoren und Werttreiber von digitalen Geschäftsmodellen.
Methodenkompetenz	Auf Basis einschlägiger Methoden der Ideengenerierung können sie Geschäftsmodell-Muster auf ihre Umsetzung hin bewerten und Standardverfahren zum Test und zur Evaluierung von Geschäftsmodellen anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben ihre Kompetenz durch die kritische Auseinandersetzung mit strategischen Konzepten dahingehend verbessert, dass sie ihre eigenen praktischen Erfahrungen mit Geschäftsmodellen in ihrem beruflichen Umfeld besser verstehen und relevante Informationen strategisch beurteilen und nutzen können. Sie sind in der Lage, effektiv in einer strategischen Planungsgruppe mitzuarbeiten oder diese zu leiten und 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.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden übertragen ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten im Bereich Business Development auf neue Situationen, um professionelle Problemlösungen zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Business Development I	42	108
Ideengenerierung für Geschäftsmodelle <ul style="list-style-type: none"> • Elemente und Funktion von Geschäftsmodellen • Trendforschung, Szenariotechnik, Frühwarnsysteme • Innovationsmanagement 		
Konzeptionelle Umsetzung von Geschäftsmodellen <ul style="list-style-type: none"> • (Innovative) Geschäftsmodellmuster (Businessmodel Navigator) • Gewinnmuster • Machbarkeitsanalyse • Business Plan/Business Model (Canvas) 		
Ausgewählte Instrumente zur Umsetzung <ul style="list-style-type: none"> • Unique value proposition in der Wertschöpfung • Architektur der Wertschöpfung (inkl. Design for Six Sigma; Service Excellence, Kooperationspartner) • QFD • Organisationsentwicklung 		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

-

Literatur

• Eckardt, G. H., Business-to-Business-Marketing. Eine Einführung für Studium und Beruf, Stuttgart • Godefroid, P., Business-to-Business-Marketing, 3. Auflage, Ludwigshafen • Kleinaltenkamp, M.; Saab, Samy, Technischer Vertrieb, Heidelberg • Kleinaltenkamp, M.; Plinke, W., Technischer Vertrieb, Grundlagen des Business-to-Business Marketing, Berlin-Heidelberg • Kleinaltenkamp, M., Strategisches Business-to-Business-Marketing, Berlin-Heidelberg • Löhr, K., Innovationsmanagement für Wirtschaftsingenieure, München • Buhse, W., Management by Internet, Kulmbach • Fink, D., Strategische Unternehmensberatung, München • Faschingbauer, M., Effectuation. Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln, Stuttgart • Gassmann, O. u.a., Geschäftsmodelle entwickeln, München • Grant, R. M., Moderne strategische Unternehmensführung. Konzepte, Analysen und Techniken, Weinheim • Kostka, C.; Mönch, A., Change Management, München • Koubek, A.; Pölz, W., Integrierte Managementsysteme. Von komplexen Anforderungen zu zielgerichteten Lösungen, München • Lunau, S. (Hrsg.), Design for Six Sigma + Lean Toolset, Wiesbaden • Moll, A.; Kohler, G. (Hrsg.), Excellence-Handbuch, Grundlagen und Anwendungen des EFQM Excellence Modells, Düsseldorf • Noé, Manfred, Vom Qualitätsmanager zum internen Managementberater, München • Osterwalder, A.; Pigneur, Y., Business Modell Generation, Frankfurt am Main, New York • Pufe, I., Nachhaltigkeitsmanagement, München • Sommerhoff, B., EFQM zur Organisationsentwicklung, München

Qualitative Marktforschung (W3M10711)

Qualitative Research Project

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Qualitative Marktforschung	W3M10711	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Rehme

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, unternehmenspraktische und marktrelevante Fragestellungen aus dem Marketing-Kontext mit Hilfe qualitativer, empirischer Methoden zu beantworten. Sie kennen Einsatzfelder sowie wichtige Methoden zur Durchführung von qualitativen Erhebungen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können qualitative Erhebungen planen, durchführen und mit Hilfe geeigneter Software systematisch auswerten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte professionell und zielorientiert zu handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Projektpartner sowie Probanden einzustellen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind fähig das erworbene Fach- und Methodenwissen auf unterschiedlichste forschungsbezogene und praxisbezogene Fragestellungen zu übertragen und im Sinne einer zielgerichteten Umsetzung zu adaptieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Qualitative Marktforschung	42	108
Evaluierung modelltheoretischer und theoretischer Grundlagen einer praxis- bzw. branchenorientierten Fragestellung Bildung von Untersuchungshypothesen bzw. von explorativen Grundannahmen Entwicklung eines qualitativen, empirischen Evaluierungsdesigns Operationalisierung von Untersuchungsvariablen Festlegung von qualitativen Erhebungskategorien Umsetzung von Befragungsleitfäden oder Beobachtungsstrukturen Durchführung der Feldarbeit Datenanalyse und Dateninterpretation		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, neueste Aufl. Hamburg.

Field, A.: Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. 4th ed, neueste Aufl., Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC.

Flick, Uwe: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, neueste Aufl, Hamburg.

Janssen, J. & W. Laatz: Statistische Datenanalyse mit SPSS, neueste Aufl., Heidelberg.

Mayring, P.: Qualitative Sozialforschung, neueste Aufl., Weinheim.

Porst, Rolf: Fragebogen: Ein Arbeitsbuch, neueste Aufl., Wiesbaden.

Schnell, Rainer; Hill, Paul; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung, neueste Aufl., Wiesbaden.

Welker, M., Werner, A. & Scholz, J.: Online-Research- Markt- und Sozialforschung mit dem Internet, neueste Aufl., Heidelberg.

Quantitative Marktforschung (W3M10712)

Quantitative Research Project

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Quantitative Marktforschung	W3M10712	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marc Kuhn

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, unternehmenspraktische und marktrelevante Fragestellungen aus dem Marketing-Kontext 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.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können im Rahmen angewandter, empirischer Forschungsprojekte professionell und zielorientiert zu handeln und sich dabei auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften ihrer Projektpartner und Probanden einstellen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, dass erworbene Fach- und Methodenwissen auf unterschiedlichste forschungsbezogene und praxisbezogene Fragestellungen zu übertragen und im Sinne einer zielgerichteten Umsetzung zu adaptieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Quantitative Marktforschung	42	108
Evaluierung modelltheoretischer und theoretischer Grundlagen einer praxis- bzw. branchenorientierten Fragestellung Bildung von Untersuchungshypothesen Entwicklung eines quantitativen, empirischen Evaluierungsdesigns Operationalisierung von Untersuchungsvariablen Recherche valider Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand Entwicklung eigener Skalen bezogen auf den Untersuchungsgegenstand Umsetzung von Fragebögen Durchführung der Feldarbeit Datenanalyse und Dateninterpretation		

Besonderheiten und Voraussetzungen	
Besonderheiten	
-	

Voraussetzungen
-

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen, neueste Aufl. Hamburg. Field, A.: Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. 4th ed, neueste Aufl., Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC. Flick, Uwe: Qualitative Forschung. Ein Handbuch, neueste Aufl, Hamburg. Janssen, J. & W. Laatz: Statistische Datenanalyse mit SPSS, neueste Aufl., Heidelberg. Mayring, P.: Qualitative Sozialforschung, neueste Aufl., Weinheim. Porst, Rolf: Fragebogen: Ein Arbeitsbuch, neueste Aufl., Wiesbaden. Schnell, Rainer; Hill, Paul; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung, neueste Aufl., Wiesbaden. Welker, M., Werner, A. & Scholz, J.: Online-Research- Markt- und Sozialforschung mit dem

Business Development II (W3M10713)

Business Development II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Business Development II	W3M10713	Deutsch/Englisch	Prof. Peter Lehmeier

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die iterativen Phasen des Entwicklungsprozesses eines neuen Geschäftsmodells. Sie erkennen die Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen und können entsprechende Hypothesentests durchführen. Auf der Basis einer Risikoanalyse und eines Business Cases können sie Entscheidungen über die Implementierung von Geschäftsmodellen fundiert vorbereiten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen die Prozesse der Entwicklung von Geschäftsmodellen. Auf Basis einschlägiger Methoden sind sie in der Lage, verschiedene Konzeptionen zu Geschäftsmodellen zu entwickeln. Sie kennen Standardverfahren zur Evaluierung von Geschäftsmodellen und können diese anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben durch die kritische Auseinandersetzung und Anwendung von Konzepten zur Entwicklung von Geschäftsmodellen die Kompetenz, das strategische Potenzial und die Weiterentwicklungsmöglichkeiten von Geschäftsmodellen generell sowie in ihrem beruflichen Umfeld beurteilen und nutzen können. Sie sind in der Lage, effektiv in einer strategischen Planungsgruppe für die Entwicklung von Geschäftsmodellen mitzuarbeiten oder diese zu leiten. Die Studierenden sind in der Lage, sich auf die Interessenslagen der beteiligten internen und externen Personen bzw. Marktpartnern einzustellen. Sie sind sensibilisiert für die wirtschaftlichen und sozialen Dimensionen der Entscheidungen und können mögliche Konflikte adäquat angehen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten im Bereich der Geschäftsmodellentwicklung eigenständig weiterzuentwickeln, auf neue Situationen zu übertragen und professionelle Problemlösungen zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Business Development II	42	108
Ideengenerierung für Geschäftsmodelle • Elemente und Funktion von Geschäftsmodellen • Trendforschung, Szenariotechnik, Frühwarnsysteme • Innovationsmanagement • Konzeptionelle Umsetzung von Geschäftsmodellen • (Innovative) Geschäftsmodellmuster (Businessmodel Navigator) • Gewinnmuster • Machbarkeitsanalyse • Business Plan/Business Model (Canvas) • Ausgewählte Instrumente zur Umsetzung • Unique value proposition in der Wertschöpfung • Architektur der Wertschöpfung (inkl. Design for Six Sigma; Service Excellence, Kooperationspartner) • QFD • Organisationsentwicklung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

Vertiefende theoretische Kenntnisse zum Business Development auf dem Niveau des Moduls WM10710 Business Development I.

Literatur

• Eckardt, G. H., Business-to-Business-Marketing. Eine Einführung für Studium und Beruf, Stuttgart • Godefroid, P., Business-to-Business-Marketing, 3. Auflage, Ludwigshafen • Kleinaltenkamp, M.; Saab, Samy, Technischer Vertrieb, Heidelberg • Kleinaltenkamp, M.; Plinke, W., Technischer Vertrieb, Grundlagen des Business-to-Business Marketing, Berlin-Heidelberg • Kleinaltenkamp, M., Strategisches Business-to-Business-Marketing, Berlin-Heidelberg • Löhr, K., Innovationsmanagement für Wirtschaftsingenieure, München • Buhse, W., Management by Internet, Kulmbach • Fink, D., Strategische Unternehmensberatung, München • Faschingbauer, M., Effectuation. Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln, Stuttgart • Gassmann, O. u.a., Geschäftsmodelle entwickeln, München • Grant, R. M., Moderne strategische Unternehmensführung. Konzepte, Analysen und Techniken, Weinheim • Kostka, C.; Mönch, A., Change Management, München • Koubek, A.; Pölz, W., Integrierte Managementsysteme. Von komplexen Anforderungen zu zielgerichteten Lösungen, München • Lunau, S. (Hrsg.), Design for Six Sigma + Lean Toolset, Wiesbaden • Moll, A.; Kohler, G. (Hrsg.), Excellence-Handbuch, Grundlagen und Anwendungen des EFQM Excellence Modells, Düsseldorf • Noé, Manfred, Vom Qualitätsmanager zum internen Managementberater, München • Osterwalder, A.; Pigneur, Y., Business Modell Generation, Frankfurt am Main, New York • Pufe, I., Nachhaltigkeitsmanagement, München • Sommerhoff, B., EFQM zur Organisationsentwicklung, München

Media Business und Marketing (W3M10801)

Media Business and Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Media Business und Marketing	W3M10801	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Radke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Konzepte der Ökonomie der Medien und der Werbung sowie der Kommunikationstheorie und können diese auf medien- und kommunikationswirtschaftliche Fragestellungen anwenden. Sie erkennen die zunehmende Relevanz der Medien auf klassischen Marketingfeldern wie insbesondere der Markenführung oder der Mediaplanung.
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 verwenden die Studierenden ausgewählte Methoden und deren Praxisrelevanz für Medien, Kommunikation und Marketing.
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 und sie gegen Missbrauch sichern. Sie sind zudem in der Lage, die eigenen juristischen Grenzen und die Notwendigkeit fachlicher Kooperation mit Spezialisten einzuschätzen sowie entsprechende Maßnahmen zu ergreifen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden 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.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Media Business und Marketing	42	108
<p>ÖKONOMIE DER MEDIEN UND DER WERBUNG: Analyse der Besonderheiten der Medien- und Werbebranche sowie einzelner Unternehmen Anwendung ausgewählter ökon. Methoden und Modelle (z.B. Mikroökonomie, Industrie- und Neue Institutionenökonomik) Analyse der Marktbeziehungen („Agenturdreieck“) Performance Measurement: Leistungsfähigkeit und Leistungsbewertung in der Medienökonomie Konvergenz / TIME-Märkte: Technische und gesellschaftliche Entwicklungen und deren Folgen für die Medienökonomie Veränderung von medienökonomischen Wertschöpfungsstrukturen und -prozessen im Zshg. mit Konvergenzprozessen MEDIENPERSPEKTIVE IM MARKETING: Bedeutung der Relevanz der Medien für das Marketing Ausgewählte und/oder vertiefte Aspekte des Medienmarketings Führung von Medienmarken und Markenführung mit Medien sowie Mediaplanung Einzelne Anwendungsfelder können durch Fallbeispiele vertieft werden, z.B. Mediaplanung mit MDS MEDIENRECHT: Aktuelle Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung (alle Bereiche) Urheberrecht in der digitalen Informationsgesellschaft (z.B. Werkbegriff, Streaming versus Vervielfältigung, Bilddatenbanken und vertragliche Nutzungsrechte, E-Learning, angemessene Vergütung) Aktuelle Werbeformen und UWG Grundzüge des Datenschutzrechts (BDSG), ausgewählte marketingorientierte Fragestellungen (z.B. Data-Mining, Data-Warehousing, Adresshandel, Web-Analyse) Recht des E-Commerce (Vertragsschluss, Fernabsatz/Informationspflichten, aktuelle Rechtsformen) Recht der Telemediendienste (Impressum, Haftung, Datenschutz)</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden, wenn ein wirtschaftswissenschaftlicher Bachelorabschluss vorliegt.

Voraussetzungen
Grundlegende ökonomische und medienrechtliche Vorkenntnisse

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. ÖKONOMIE DER MEDIEN UND DER WERBUNG; MEDIENPERSPEKTIVE IM MARKETING: Alison, A./ Owers, J./ Carveth, R.: Media Economics, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc. Beck, H.: Medienökonomie, Wiesbaden: Springer Gabler. Clement, R./ Schreiber, D.: Internetökonomie, Wiesbaden: Springer Gabler. Dewenter, R./ Rösch, J. Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte, Wiesbaden: Springer Gabler. Erlei, M./ Leschke, M./ Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. Gröppel-Klein, A. / Germelmann, C. (Hrsg.): Medien im Marketing, Wiesbaden: Springer Gabler. Heinrich, J.: Medienökonomie, Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt, Opladen: Westdeutscher Verlag. Heinrich, J.: Band 2: Hörfunk und Fernsehen, Opladen: Westdeutscher Verlag. Linde, F.: Ökonomie der Information, Göttingen: Universitätsverlag Göttingen. Nöcker, R.: Ökonomie der Werbung. Grundlagen - Wirkungsweise - Geschäftsmodelle. Wiesbaden: Springer Gabler. Picot, A./ Reichwald, R./ Wigand, Rolf (2003): Die grenzenlose Unternehmung, Wiesbaden: Springer Gabler. Regier, S./ Schunk, H./ Könecke, T. (Hrsg.): Marken und Medien, Wiesbaden: Springer Gabler. Schumann, M./ Hess, T./ Hagenhoff, S.: Grundfragen der Medienwirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler. Shapiro, C./ Varian, H.: Online zum Erfolg. München: Wirtschaftsverlag Langen Müller/Herbig. Unger, F./ Fuchs, W./ Michel, B.: Mediaplanung, Berlin/Heidelberg: Springer. Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler. MEDIENRECHT: Berens, H./ Engel, H.-P.: Wichtige Wirtschaftsgesetze für Bachelor, 2 Bände, nwb: Herne. Berlit, W.: Wettbewerbsrecht, beck: München. Härtling, N.: Internetrecht, Dr. Otto Schmidt Verlag: Köln. Heckmann, D.: Praxiskommentar Internetrecht, juris: Saarbrücken. Hoeren, T.: Skript Internetrecht, <http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/lehre/materialien> Köhler, H./ Bornkamm, J.: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Kommentar, beck: München. Lettl, T.: Urheberrecht, beck: München. Reh binder, M./ Peukert, A.: Urheberrecht, beck: München. Wandtke, A./ Bullinger, W.: Praxiskommentar zum Urheberrecht, beck: München.

Consumer Insights (W3M10802)

Consumer Insights

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Consumer Insights	W3M10802	Deutsch/Englisch	Prof.Dr. Andreas Vlastic

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden vertiefen ausgewählte theoretische Grundlagen sowie empirische Erkenntnisse zum Konsumenten- bzw. Nutzerverhalten sowie zur Zielgruppenforschung. Die Studierenden lernen, welche Faktoren die Entscheidungen und das Verhalten von Konsumenten beeinflussen, und welche Wirkungen dabei Kommunikation über klassische und neue Medien haben kann. Ferner lernen die Studierenden mittels Fallstudien und aktueller Beispiele auch die einschlägigen Methoden der Untersuchung menschlichen Verhaltens in diesem Themenfeld und ihre Anwendung in der betrieblichen Praxis kennen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Problemstellungen der verhaltenswissenschaftlichen Marketing- und Zielgruppenforschung sowie der Unternehmenspraxis zu durchdringen und diese kritisch zu reflektieren. Sie kennen die grundlegenden Methoden und Techniken der Konsumentenverhaltensforschung und können deren Reichweite einschätzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, marketingbezogene bzw. kommunikative Maßnahmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten, wobei sie ihre Urteile angemessen und nachvollziehbar begründen können.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, konkrete marketing- und kommunikationsspezifische Fragestellungen der Unternehmenspraxis unter Berücksichtigung relevanter Methoden und Theorien der Verhaltenswissenschaften, der Psychologie sowie der Marketingwissenschaft eigenständig zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Consumer Insights	42	108
<p>CUSTOMER BEHAVIOR: Perspektiven und Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung Modelle des Konsumentenverhaltens Überblick über die Disziplinen der Konsumentenverhaltensforschung Aktuelle Entwicklungen und Trends Arten von Kaufentscheidungen (extensive, limitierte, habitualisierte und impulsive Kaufentscheidungen) Ausgewählte Inhalte zu den Determinanten des Konsumentenverhaltens: TARGETING: Grundlagen der Zielgruppenforschung Alternativen und Methoden zur Identifikation von Zielgruppen Bewertung der Attraktivität potenzieller Zielgruppen Besonderheiten der Zielgruppenanalyse im Online-Marketing DIGITAL USER BEHAVIOR: Allgemeine Erkenntnisse zu Surf- und Suchverhalten Typologien von Nutzern und Zielgruppen Grundbegriffe der User Experience Moderierende Variablen des Verhaltens, wie Vertrauen, Involvement, Suchstile, Motivationen, Aufgaben und Ziele Nutzerverhalten in sozialen Netzwerken Methoden: z.B. Web-Analytics, Conversion Tracking, Landing Page Optimierung, A / B Testing und Multivariantentests, Eye-Tracking und Click Tracking, Übersicht Usability Evaluierung, Social Media</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden, wenn ein wirtschaftswissenschaftlicher Bachelorabschluss vorliegt.

Voraussetzungen

"Fachspezifisches Grundlagenwissen aus den Bereichen Marketing und Konsumentenverhaltensforschung."

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Ash, T.: Landing Page Optimization, John Wiley & Sons Inc.: New York. Batinic, B./ Appel, M.: Medienpsychologie, Springer: Berlin, Heidelberg. Bauer, C./ Greve, G./ Hopf, G. (Hrsg.): Online Targeting und Controlling, Wiesbaden: Gabler. Fogg, B. J.: Persuasive Technology, Morgan Kaufmann Publishers: Amsterdam. Franke, M.-K.: Hedonischer Konsum. Emotionen als Treiber im Konsumentenverhalten, Springer-Gabler: Wiesbaden. Foscht, T./ Swoboda, B./ Schramm-Klein, H.: Käuferverhalten, Springer-Gabler: Wiesbaden. Freter, H.: Markt- und Kundensegmentierung, Kohlhammer: Stuttgart. Friedrichsen, M./ Mühl-Benninghaus, W.: Handbook of Social Media Management. Springer: Berlin. Halfmann, H. (Hrsg.): Zielgruppen im Konsumentenmarketing, Wiesbaden: Gabler. Hoffmann, S./ Akbar, P.: Konsumentenverhalten, Springer-Gabler: Wiesbaden. Hoyer, W.D./ MacInnis, D.J./ Pieters, R.: Consumer Behavior, Cengage Learning: Mason (OH). Kroeber-Riel, W./ Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen: München. McDonald, M./ Dunbar, I.: Market Segmentation, Butterworth-Heinemann, Oxford. Pfister, H.-R./ Jungermann, H./ Fischer, K.: Die Psychologie der Entscheidung, Springer: Heidelberg, Berlin. Solomon, M.R.: Konsumentenverhalten, Pearson: München. Stapelkamp, T.: Interaction- and Interfacedesign, Berlin und Heidelberg: Springer. Sterne, J.: Social Media Metrics, John Wiley & Sons Inc., New York. Trommsdorff, V./ Teichert, T.: Konsumentenverhalten, Kohlhammer: Stuttgart.

Strategic Management in Dynamic Environments (W3M10803)

Strategic Management in Dynamic Environments

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Strategic Management in Dynamic Environments	W3M10803	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Radke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Komplexität von strategischen Entscheidungen in konvergierenden, innovativen (Plattform-)Märkten. Sie kennen die zunehmenden Vernetzungen in globalisierten Märkten und die veränderten Spielregeln im Wettbewerb. Sie sind in der Lage, in diesem dynamischen Unternehmensumfeld Managementprobleme zu analysieren und zu bewerten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können das strategische Entscheidungsverhalten von klassischen wie digitalen Unternehmen unter Berücksichtigung der Marktform sowie interdependenter Marktbeziehungen mit den Methoden der Industrieökonomik analysieren und modellieren. Vor dem Hintergrund der Erfahrungen in der beruflichen Praxis schätzen sie die Konzepte und Methoden auf deren Praxistauglichkeit ein, um sie gegebenenfalls unter Berücksichtigung spezifischer Branchenmerkmale weiterentwickeln und Lösungsvorschläge für ihr Unternehmen abzuleiten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden setzen sich im interdisziplinären Team mit den verschiedenen strategischen Entscheidungsalternativen unter Einschätzung der eigenen Stärken und Schwächen reflexiv auseinander. Sie können in gruppeninternen Abstimmungsprozessen sachangemessen argumentieren und wertschätzend Kritik an Ergebnissen äußern und annehmen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Nach Abschluss des Moduls können Studierende das strategische Entscheidungsverhalten von Unternehmen in komplexen Anwendungsfeldern analysieren, kritisch reflektieren und ein situationsangemessenes Handeln für die eigene berufliche Tätigkeit ableiten. Sie verstehen die Bedeutung des strategischen Managements für die Sicherung der Überlebens- und Entwicklungsfähigkeit von Unternehmen in einem dynamischen Umfeld, in dem traditionelle Denkmuster zugunsten neuer Innovationsmodelle aufgegeben werden müssen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Strategic Management in Dynamic Environments	42	108
KONZEPTE, MODELLE UND INSTRUMENTE: Managementkonzepte Strategietheoretische Ansätze Konzepte zur Gestaltung strategischer Prozesse in ausgewählten dynamischen Branchen Strategische Aspekte des Innovationsmanagements (z.B. Plattformstrategien, Patentstrategien) Business Cases mit Praxisvertretern ausgewählter Branchen Bei den praxisaktuellen Problemstellungen des strategischen Managements werden z.B. crossmediale sowie inter- und extramediale Themengebiete analysiert, bewertet und Handlungsempfehlungen abgeleitet.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

"Grundlegende Kenntnisse strategischer Ansätze und Prozesse, Innovationsmanagement

"

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Allen, W./ Doherty, N./ Weigelt, K./ Mansfield, E.: Managerial Economics, Norton and Company: New York. Besanko, D./ Dranove, D./ Shanley, M./ Schaefer, S.: Economics of Strategy, John Wiley and Sons: Hoboken. Dixit, A.K./ Nalebuff, B.J.: Thinking Strategically, Norton and Company, New York. Gläser, M.: Medienmanagement, Vahlen: München. Nalebuff, B.J./ Brandenburger, A.M.: Co-opetition, Profile Books Ltd., London. Pfähler, W./ Wiese, H.: Unternehmensstrategien im Wettbewerb, Springer: Berlin. Shy, O.: Industrial Organisation, Mit Press: Cambridge. Welge, M.K./ Al-Laham, A.: Strategisches Management, Springer-Gabler: Wiesbaden. Wirtz, B.: Medien- und Internetmanagement, Springer-Gabler: Wiesbaden.

Design Thinking (W3M10804)

Design Thinking

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Design Thinking	W3M10804	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Markus Rathgeb

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Im Modul werden die Studierenden mit Design Thinking als Methode und Denkhaltung vertraut gemacht. Sie erhalten dadurch die Kompetenz, Problemstellungen besser zu lösen. Die Studierenden sind in der Lage, in Teams, die sich aus Menschen unterschiedlicher Disziplinen zusammensetzen, gemeinsam zu beobachten und Fragestellungen zu entwickeln, die tatsächliche Bedürfnisse und Motivationen der Betroffenen berücksichtigen. Dadurch sollen tragfähige und nachhaltige Konzepte für Lösungsansätze entwickelt werden, die vor allem der gesellschaftlichen Entwicklung dienen. Die Studierenden sind vertraut mit verschiedenen Ansätzen aus der Theorie und Methodik des Designs umzugehen, die insbesondere mit einer fragenden Wahrnehmung sowie dem kreativen Umgang mit (unerwarteten) Diskrepanzen, Devianzen und Unbestimmtheiten arbeiten. Die Studierenden können spezifische Denkweisen kritisch auf deren Anwendbarkeit in der Praxis reflektieren und prüfen, sowie innovative und unerwartete, non-standardisierte Lösungsansätze skizzieren.
Methodenkompetenz	Durch die Teilnahme am Modul sollen die Studierenden auf die Übernahme verantwortungsvoller Tätigkeiten im Medien- und Marketingbereich vorbereitet werden, insbesondere hinsichtlich einer gesellschaftlichen Verantwortung bzw. Kontextualisierung. Die Studierenden sind in der Lage, herausfordernde Management- und Beratungsaufgaben zu bewältigen sowie die Entwicklung und Steuerung von nachhaltigen Innovationsprozessen zu gestalten. Ausgehend von dem Ansatz "Design ist unsichtbar" (Lucius Burkhardt) sollen Studierende begreifen, dass auch zwischenmenschliche Systeme gestaltet und entworfen sind (teiles historische, teils gegenwärtig). Diese (zunächst) unsichtbare Komponente des Designs soll in seiner institutionell-organisatorischen Zusammensetzung erkannt, und die Rolle des Designs in ihrer Ausgestaltung wahrgenommen werden.
Personale und Soziale Kompetenz	Das Modul soll interdisziplinäre Diskursfähigkeit stärken, nachhaltigkeits-konzeptuelles Denken, das auf Ökologie- und Ethikbilanzierung beruht, fördern.
Übergreifende Handlungskompetenz	Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die Bedeutung innovationsorientierten Prozessmanagements, basierend auf methodischen Ansätzen wie Interdisziplinarität, Ergebnisoffenheit oder Serendipität. Sie erkennen relevante Betätigungsfelder und können diese unter Einbezug (konsum-) soziologischer, medial-kommunikativer und gestalterischer Aspekte kontextualisieren.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Design Thinking	42	108
<p>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.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

<p>"Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Ahrendt, H.: Vita Activa, Piper Verlag: München Aicher, O.: Die Welt als Entwurf, Ernst&Sohn Arch+ Zeitschrift für Architektur und Städtebau, Aachen/Berlin, on-going. Birnbacher, D. (Hrsg.): Ökophilosophie, Reclam: Ditzingen. Bloch, E.: Das Prinzip der Hoffnung Borries, F.: Weltentwerfen – Eine politische Designtheorie, Suhrkamp 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. Erbedinger, 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, aedition: Stuttgart. Meinel, 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. (2014): „Design als Methode des Handelns“ in CmndE, DHBW Ravensburg Rathgeb, M. (2004): Otl Aicher, Phaidon Social Design: Geschichte, Praxis, Perspektiven, Tagungsbeiträge der Gesellschaft für Designgeschichte, Hamburg 2014, online: http://www.gfdg.org/tagung/beitraege/. Uebernickel, F. et al.: Design Thinking. Das Handbuch, Frankfurter Allgemeine Buch: Frankfurt a.M.</p>
--

User Centered Design (W3M10805)

User Centered Design

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
User Centered Design	W3M10805	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Wirth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden lernen aktuelle Methoden aus dem Umfeld des User Centered Design (UCD) und des User Requirements Engineering zur Entwicklung digitaler Produkte und deren konzeptionelle Hintergründe aus kognitiver Psychologie, Motivations- und Handlungspsychologie kennen. Schwerpunkte sind einerseits das Identifizieren und die fachgerechte Formulierung und Bewertung von Anforderungen, andererseits das Skizzieren und die iterative Verbesserung von Prototyp-Konzepten und die Evaluation von Produkten, Medien oder (auch mobiler) Web-Anwendungen. Zusammenhänge der Verfahren zu derzeit gültigen Standards und Normen, wie z.B. die ISO 9241-210, werden thematisiert. Teilnehmer/innen erhalten zudem vertiefende Einblicke in die einschlägige wissenschaftliche Fachliteratur. Eine besondere Berücksichtigung erfährt der strategische Zusammenhang von UCD-Methoden mit dem (auch agilen) Projektmanagement.
Methodenkompetenz	Die Studierenden erproben die UCD-Methoden (Personas, Value Proposition Canvas, User Story Mapping, Card Sorting, Usability Testing etc.) direkt an realistischen und praxisrelevanten Szenarien, von der konzeptionellen Vorbereitung, über die Durchführung und Auswertung bis hin zur Reflektion. Vor- und Nachteile der Methoden und Technologien sind dabei zu analysieren und kritisch zu bewerten. Somit werden Möglichkeiten und Grenzen des Transfers in die berufliche Praxis direkt thematisiert. Andererseits werden die Verfahren jedoch auch als wissenschaftliche Methoden vorgestellt und ihr möglicher Einsatz für die Bearbeitung spezifischer Forschungsfragen in der Praxis oder auch für eigene Forschungsprojekte verdeutlicht.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Veranstaltung qualifiziert durch ihren interdisziplinären Themenbereich für den Dialog zwischen verschiedenen beruflichen Rollen (Entwicklung, Design, Management). Die Studierenden verstehen, dass Anforderungen und Lösungen ganzheitlich aus Sicht von Anwendern und Kunden, Forschung und Entwicklung, Management und Markt entwickelt, bearbeitet und betrachtet werden müssen. Im Spannungsfeld zwischen der von Zeit- und Kostendruck bestimmten Projektplanung und den nachhaltigeren UCD-Zielen (Wartbarkeit und Langlebigkeit der Produkte, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung) können sie sich kompetent einbringen. Sie werden selbstverständliche Advokaten des mehrfachen Nutzens einer wissenschaftlich fundierten, auf Daten beruhenden und am Verbraucher/Kunden orientierten Vorgehensweise.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden werden befähigt, Ideen und Anforderungen für digitale Medienprojekte sach- und fachgerecht zu formulieren und entsprechende Arbeiten bzw. Angebote Dritter zu beurteilen. Eine besondere Berücksichtigung erfährt dabei das "fuzzy frontend", also die frühe Phase einer Ideen-Entwicklung, in der Ziele und Anforderungen oft noch im Unklaren und Fehlentscheidungen besonders gravierend sind. Sie können hier einerseits die Perspektive des Kunden/Benutzers frühzeitig und systematisch in Projekte einbringen, andererseits lernen sie, die relevanten Zusammenhänge und Prozesse übergreifend und in der notwendigen Komplexität zu verstehen und reflektiert und faktenorientiert zu argumentieren.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
User Centered Design	42	108
<p>REQUIREMENT ANALYSIS Hintergründe aus der allgemeinen Psychologie: Motivation, Handeln und Entscheiden Gesetzliche Grundlagen (z.B. Bildschirmarbeitsschutzgesetz, Barrierefreie Informationstechnikverordnung) Guidelines und Standards (z.B. ISO 9241) UCD im Projektzusammenhang (vom Wasserfall-Modell zum iterativen und agilen Vorgehen) Anforderungsdokumente aus UCD-Sicht (Lastenhefte, Angebote und Pflichtenhefte) Contextual Inquiry (Qualitative Analyse von Nutzern und Nutzungskontext) Zielgruppen und ihre Beschreibung (Nutzertypologien, Persona-Entwicklung) Use Cases und Szenarien Special Topics (z.B. Prototyping, Anforderungen für agile Projekte) USABILITY EVALUATION 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 Mehr als nur Usability: Zum Konzept der 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Albert, B./ Tullis, T.: Measuring the User Experience (Interactive Technologies), Elsevier: Amsterdam.
Cooper, A. / Reimann, R./ Cronin, D.: About Face: Interface and Interaction Design, mitp-Verlag: Heidelberg.
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, Springer-Vieweg: Wiesbaden.
Krug, S.: Don't Make Me Think!: Web Usability – Das intuitive Web, mitp-Verlag, Frechen.
Nielsen, J./ Budiu, R.: Mobile Usability für iPhone, iPad, Android, Kindle, mitp-Verlag, Frechen.
Richter, M./ Flückinger, M.D.: Usability Engineering kompakt, Springer Spektrum: Berlin, Heidelberg.
Rubin, J./ Chisnell, D.: Handbook of Usability Testing, John Wiley and Sons, Indianapolis.
Sarodnick, F./ Brau, H.: Methoden der Usability Evaluation, hogrefe Verlag, Bern.
Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 210: Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher interaktiver Systeme (ISO 9241-210:2010); Deutsche Fassung FprEN ISO 9241-210:2010.
U.S. Department of Health and Human Services Research based webdesign & usability guidelines, <http://guidelines.usability.gov/>
Wintersteiger, A.: Scrum Schnelleinstieg, entwickler.press: Frankfurt a.M.

Media Insights (W3M10806)

Media Insights

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Media Insights	W3M10806	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Simon Ottler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden besitzen einen fundierten Überblick über die wichtigsten Theorien, Modelle und Befunde der Medien- und Kommunikationspsychologie. Darüber hinaus erlangen die Studierenden vertiefte Kenntnisse der empirischen Kommunikationsforschung. Sie sind sich der Möglichkeiten und Grenzen der qualitativ-explorativen, quantitativen und apparativen Forschungsmethoden bewusst. Sie kennen und verstehen die wichtigsten klassischen und innovativen Forschungsdesigns.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind durch die intensive Auseinandersetzung mit medien- und kommunikationspsychologischen Problemstellungen analytisch sensibilisiert und erkennen die Bedeutung methodischer Zugänge. Vor dem Hintergrund der jeweiligen Entstehungsgeschichte und den damit verbundenen wissenschaftstheoretischen und historischen Implikationen sind sie in der Lage, die Reichweite und den Anwendungsbereich verschiedener Ansätze fundiert zu beurteilen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden erkennen, dass zur Frage der Wirkung von medialer Kommunikation einfache „Ursache-Wirkungs-Postulate“ zu kurz greifen. Sie sind sich der Dimensionen möglicher Kommunikationswirkungen im betrieblichen Kontext bewusst. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, die kurz- und langfristigen Wirkungen in der gesellschaftlichen Diskussion kritisch zu thematisieren und ihre Position innerhalb eines Teams sowie nach außen kompetent zu vertreten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können innovative Forschungsdesigns zur Lösung anwendungsorientierter Problemstellungen aus der Medien- und Kommunikationswirtschaft entwickeln bzw. von Anderen durchgeführte Studien reflektierend bewerten. Sie sind in der Lage, komplexe Forschungsprojekte selbst durchführen und die Auftraggeber im Rahmen von Präsentationen oder Berichten von der Ergebnisqualität überzeugen zu können. Die Studierenden sind in der Lage und bereit, Führungsverantwortung im Bereich der Werbe-, Medien- und Kommunikationsforschung zu übernehmen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Media Insights	42	108
<p>MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSPSYCHOLOGIE Medien- und Kommunikationswirkungen: Grundlagen, Wirkungsarten und -ebenen. Psychologisch orientierte Wirkungsforschung: z.B. Einstellungs- und Persuasionsforschung, Third-Person-Effekte, Elaboration Likelihood-Modell. Soziologisch orientierte Wirkungsforschung: z.B. Schweigespirale, Agenda Setting, Wissensklüft, Meinungsführer/interpersonale Kommunikation. Publikumsforschung: z.B. Paradigma des aktiven Publikums, Uses and Gratifications-Ansatz, standardisierte Publikums- und Medienforschung, kommerzielle Werbewirkungsforschung. Aktuelle Befunde zur Medien- und Werbepsychologie. ANGEWANDTE MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG Überblick Forschungsbereiche: Kommunikatorforschung, Inhaltsanalyse, Medienforschung, Publikums-/ Rezipientenforschung, Wirkungsforschung. Wirkungsebenen: Wahrnehmung, emotionale und kognitive Wirkungen, Einstellungen und Images, Verhalten. Forschungsdesigns: Experimentelle und quasi-experimentelle Designs (z.B. Werbemittel-Pretests, -Posttests, Werbe-Trackings), Problembereiche und Störfaktoren, externe und interne Validität. Methoden: Implizite vs. explizite Verfahren – Vertiefte Behandlung spezieller Verfahren (z.B. Eyetracking, reaktionszeitbasierte Verfahren), Mobile Research (online/offline), Besonderheiten der Online-Forschung. KOMMUNIKATIONS-CONTROLLING Entwicklung innovative Ansätze und praktische Umsetzung ausgewählter Problemstellungen aus den Bereichen: Werbeforschung, Programmforschung, Politikforschung, Verständlichkeit und Usability, Communication Performance Management</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Grundlagen des Konsumentenverhaltens (Relevanz, Modelle, Differenzierung von Kaufentscheidungen, psychologische Grundlagen), Methoden der Markt- bzw. Konsumentenverhaltensforschung (z.B. vermittelt im Modul 'Consumer Insights')

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Brosius, H.-B./ Haas, A./ Koschel, F.: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, Springer VS, Wiesbaden. Esch, T./ Langner, T./ Bruhn, M. (Hrsg.): Handbuch Controlling der Kommunikation, Springer Gabler, Wiesbaden. Katz, H.: The Media Handbook. A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying, Routledge, New York, London. Krämer, N./ Schwan, S./ Unz, D./ Suckfüll, M. (Hrsg.): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte, Kohlhammer, Stuttgart. Noelle-Neumann, E./ Wilke, J./ Schulz, W. (Hrsg.): Fischer-Lexikon Publizistik/Massenkommunikation, Fischer, Frankfurt a.M. Möhring, W./ Schlüt, D. (Hrsg.): Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft, - Springer VS, Wiesbaden. Schenk, M.: Medienwirkungsforschung, Mohr, Tübingen. Schweiger, W.: Theorien der Mediennutzung, Springer VS, Wiesbaden. Siegert, G./ Wirth, W./ Weber, P./ Lischka, J.A. (Hrsg.): Handbuch Werbeforschung, Springer VS, Wiesbaden.

Mobile Media I (W3M10807)

Mobile Media I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Mobile Media I	W3M10807	Deutsch/Englisch	Dr. Andreas Judt

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die technologischen Grundlagen mobiler Medien und haben nach Abschluss des Moduls einen Einblick in die aktuelle Entwicklung und anstehenden Trends. Sie können mobile Anwendungen in einem IT-Projektumfeld in wesentlichen Aspekten konzipieren.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können Technologieentscheidungen fachlich kompetent treffen und qualifiziert begründen. Sie können konkrete und wissenschaftlich fundierte Handlungsempfehlungen innerhalb der Branche aussprechen. Im Projektumfeld sind sie in der Lage, vorgegebene Technologieauswahlen technisch und wirtschaftlich zu bewerten. Bestehende mobile Anwendungen können von den Studierenden auf ihre Zukunftsfähigkeit untersucht und Aufwände und Kosten der Modernisierung geschätzt und für das Unternehmen bewertet werden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind sensibilisiert, die Entscheidungen beeinflussende rechtliche und gesellschaftliche Aspekte zu berücksichtigen (z.B. Datenschutz, öffentliche Wahrnehmung der Auswirkungen von IT-Konzepten). Sie kennen entscheidende Faktoren der Zusammenarbeit zwischen Technikern und Nicht-Technikern.
Übergreifende Handlungskompetenz	Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die technologischen Grundlagen mobiler Medien und verfügen über einen Einblick in die aktuelle Entwicklung und anstehenden Trends erhalten. Sie können mobile Anwendungen in einem IT-Projektumfeld in wesentlichen Aspekten konzipieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Mobile Media I	42	108
Grundlagen der Verteilung von Softwaresystemen Grundlagen und Trends mobiler Informationssysteme Auswahl von Kerntechnologien und Methoden Analyse, Planung und Kalkulation von Systemmigrationen Ausgewählte Themen aus der Modernisierung von Architekturen verteilter Softwaresysteme Bewertung der Entwicklung von Technologien und deren Anwendungsmöglichkeiten		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

Studierende dieses Moduls benötigen qualifizierte Vorkenntnisse im Bereich Grundlagen der Informatik, Grundlagen von Algorithmen und Datenstrukturen, Datenbanken sowie Basiswissen des Web Engineering. In der Veranstaltung wird von anwendbarem Know-how ausgegangen, wie z.B. Inhalte aus Gumm, Sommer: Einführung in die Informatik (vgl. Anpassungsmodul). Auszug aus dem erforderlichen Grundlagenwissen, Stand 3/2017 (wird an die technische Entwicklung angepasst): Grundkenntnisse einer Programmiersprache aus Java, C/C++, C#, Perl, Python Grundkenntnisse in der Erstellung von Webseiten, HTML5, JavaScript und CSS3 Es wird empfohlen, Informatikwissen auf den aktuellen Stand der Technik aufzufrischen.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Bengel, G.: Grundkurs Verteilte Systeme, Springer-Vieweg, Wiesbaden. Gumm, H.-P./ Sommer, M.: Einführung in die Informatik, De Gruyter-Oldenbourg: München. Judt, A.: Mobile Informatik - Auf dem Weg zum Internet der Dinge, Schriftenreihe „Technik“ der DHBW Ravensburg, Band 2014/01 ISBN 978-3-945557-00-6 ISSN 2199-238X DOI 10.12903/DHBW_RV_FN_01_2014_JUDT Kröner, P.: HTML5 und CSS3: Innovative Webseiten und Web-Apps entwickeln, open source press: Bonn. Tsiatsis, V. et. al.: From Machine-to-Machine to the Internet of Things, Academic Press: Oxford.

Krisen- und Nachhaltigkeitskommunikation (W3M10808)

Corporate Communication

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Krisen- und Nachhaltigkeitskommunikation	W3M10808	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Tobias Krohn

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, Unternehmenskommunikation im Lichte integrierten Managements für die Nachhaltigkeits- und Krisenkommunikation 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. Sie verstehen Ziele, Methoden sowie komplexe Wirkungszusammenhänge, um adäquate Strategien, Instrumente und Maßnahmen für ausgewählte Aufgabenstellungen der Kommunikatin zu konzipieren sowie deren Effizienz und Effektivität zu beurteilen. Ferner werden den Studierenden praxisrelevante Fertigkeiten zur Gestaltung und Befähigung konkreter Instrumente der Nachhaltigkeits- und Krisenkommunikation sowie ergänzendes Fachwissen dazu vermittelt.
Methodenkompetenz	Die Studierenden kennen Analyseverfahren zur Erkennung relevanter Stakeholder und Kommunikationsziele und können diese einordnen, vergleichen und bewerten. Sie sind in der Lage, Konzeptionsansätze zur Entwicklung von Kommunikationsstrategien einzusetzen und kritisch zu reflektieren. Den Studierenden ist bewusst, wie Methoden der Wirkungsforschung von Kommunikation die Konzeption beeinflussen und können diese hinsichtlich wissenschaftlicher Eignung und Praktikabilität für den Kommunikationsalltag einordnen und bewerten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden erwerben die Kompetenz, praktische Problemstellungen der Anwendung von Instrumenten integrierter Unternehmenskommunikation aufgrund theoretischer Erkenntnisse systematisch zu durchdringen, adäquate Kommunikationskonzepte zu entwickeln und diese crossmedial umzusetzen. Die Teilnehmer 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 unter Berücksichtigung ethischer Gesichtspunkte in einem gesamtgesellschaftlichen Kontext abschätzen zu können.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können Kommunikationsstrategien auch über Nachhaltigkeits- und Krisenkommunikation heraus situationsangemessen anwenden und in Verbindung zu Unternehmensstrategien, gesellschaftlichen Entwicklungen und politisch-rechtlichem Rahmen einordnen und bewerten. Sie sind in der Lage, kritisch Kommunikationswirkungen allgemein zu beurteilen und können auch nachhaltige Wirkungsmöglichkeiten erkennen und analysieren. Sie sind in der Lage, auf Basis des theoretischen Hintergrundes Kommunikation als Gesellschafts-strukturierendes Moment zu erkennen und ihre eigene soziale und persönliche Situation darin zu bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium		
Krisen- und Nachhaltigkeitskommunikation	42	108		
<p>Krisenkommunikation Typologie von Unternehmenskrisen Ziele, Aufgaben und Strategien der Krisenkommunikation Theoretische Erklärungsansätze sowie kommunikationsbezogene Wirkungsmechanismen Ausgewählte Instrumente der Krisenkommunikation und Schnittstellen, u.a. Reputation Management und unternehmens-bezogene Public Relations Erfolgskritische Faktoren der angewandten Krisenkommunikation Anregungen, wie eine aktive Krisenkommunikation im Unternehmen organisiert und durchgeführt werden kann Einblick in die Arbeitsweise von Journalisten, insbesondere im Hinblick auf Zeit- und Informationsdruck sowie auf sprachliche und inhaltliche Konventionen Fallstudien und Rollenspiele zur Vertiefung der Lehrinhalte Praktisches Medientraining im TV-Studio der Hochschule zur Sensibilisierung und Schulung im Umgang mit Pressevertretern; Erlernen des Umgangs mit „schwierigen Fragen“ Nachhaltigkeitskommunikation Bedeutung der strategischen Umorientierung von Unternehmen / Unternehmensführung im Wandel Ziele, Aufgaben und Funktionsbereiche des CSR-/Nachhaltigkeitsmanagements sowie der relevanten kommunikationstechnischen Grundlagen (branchenübergreifend) Aktuelle Trends sowie Entwicklungen von CSR / Nachhaltigkeit in der Praxis (branchenübergreifend) Theoretische Erklärungsansätze sowie kommunikationsbezogene Wirkungsmechanismen Instrumente der CSR-/Nachhaltigkeitskommunikation und Schnittstellen, u.a. Markenführung, Konsumentenverhalten und Stakeholder Management (branchenübergreifend) Best-Practice-Ansätze zur Förderung der CSR-Kommunikation in Unternehmen (branchenübergreifend) Grundlagen zum Greenwashing und Greenbuilding als weitere Ansätze im Rahmen nachhaltigen Handels von Unternehmen Soziales Unternehmertum als alternative Form des CSR-Engagements (Ziele, Aufgaben, Arten, Praxisbeispiele) Durchführung begleitender Fallstudienanalysen zur Vertiefung der Lerninhalte Praxisnahe Übungen und Einbindung von Experten bei Bedarf / begleitende Studienarbeit in Kleingruppen</p>				

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt
Balderjahn, I.: Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, München: UVK Verlagsgesellschaft
Brugger, F.: Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation. Bedeutung, Charakteristika und Herausforderungen, Wiesbaden: Gabler Honal, A.: Aktuelle Marketing- und Management-Trends. Das Beste aus Theorie und Praxis, Hamburg: Dr. Kovac
Loew, T.; Rohde, F.: CSR und Nachhaltigkeitsmanagement. Definitionen, Ansätze und organisatorische Umsetzung im Unternehmen, Berlin
Meffert, H.; Kenning, P.; Kirchgeorg, M.: Sustainable Marketing Management. Grundlagen und Cases, Berlin: Springer
Schneider, A.; Schmidpeter, R.: Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin: Springer
Wagner, R.; Lahme, G.; Breitbarth, T.: CSR und Social Media. Unternehmerische Verantwortung in sozialen Medien wirkungsvoll vermitteln, Berlin: Springer

Mobile Media II (W3M10810)

Mobile Media II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Mobile Media II	W3M10810	Deutsch/Englisch	Dr. Andreas Judt

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Reflexionsbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verstehen die Konzeption, Planung und Monetarisierung mobiler und digitaler Angebote auf Basis des aktuellen Entwicklungsstandes mobiler Technologien und beherrschen die Anwendung der Methoden des User Centered Designs auf praktische und unternehmerische Problemstellungen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, ein mobiles und digitales Angebot von der Technologieauswahl bis zur Kalkulation eines Geschäftsmodells zu konzipieren und zu führen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen im Sinne der User Experience zu evaluieren, zu analysieren, die Ergebnisse darzustellen und darauf aufbauend Managemententscheidungen zu treffen und Handlungsempfehlungen zu geben.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können Projekte die Projektentwicklung auf Basis mobiler und digitaler Medien fachlich betreuen und zukunftsichere Entscheidungen treffen. Sie können Geschäftsmodelle und Monetarisierung von Angeboten bewerten und in Projekten erfolgreich anwenden und praktische Problemstellung aus Nutzersicht lösen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls die Entwicklung und Monetarisierung eines mobilen und digitalen Angebots planen. Sie sind in der Lage, geeignete Kriterienkataloge auf neue Problemstellungen zu adaptieren und das Erlernte darauf anzuwenden. Im Projektumfeld können Studierende somit geeignete Technologieentscheidungen treffen bzw. vorgegebene ausgewählte Technologien technisch, wirtschaftlich und aus Nutzersicht bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Mobile Media II	42	108
Nutzung mobiler Medien für die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle Auswahl und Bewertung mobiler Technologien bezüglich der Zielgruppen eines Angebots Design von Systemarchitekturen für mobile Angebote Beispiele für die Entwicklung mobiler Angeboten Zusammenarbeit mit führenden Medienunternehmen beschreiben, analysieren, entwickeln und bewerten Studierenden-teams mobile und digitale Anwendungen unter spezieller Berücksichtigung der Anwendung der User Experience Forschungsansätze und des User Centered Designs. Die mobilen und digitalen Anwendungen definieren sich über aktuelle unternehmerische Problemstellungen sowie zukünftige Innovationen.		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

Voraussetzungen

Erfolgreicher Abschluss des Moduls User Centered Design oder inhaltlich vergleichbare Kenntnisse.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Aufgrund der Aktualität des Vorlesungsinhaltes werden relevante Information aus systematischen Internetrecherchen bei Technologieanbietern, Standardisierungsgremien und einschlägigen Konferenzpublikationen besorgt. Albert, B./ Tullis, T.: Measuring the User Experience (Interactive Technologies), Elsevier: Amsterdam. Cooper, A. / Reimann, R./ Cronin, D.: About Face: Interface and Interaction Design, Mitp-Verlag: Heidelberg. 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, Springer-Vieweg: Wiesbaden. Krug, S.: Don't Make Me Think!: Web Usability – Das intuitive Web, mitp-Verlag, Frechen. Nielsen, J./ Budiu, R.: Mobile Usability für iPhone, iPad, Android, Kindle, mitp-Verlag, Frechen. Richter, M./ Flückinger, M.D.: Usability Engineering kompakt, Springer Spektrum: Berlin, Heidelberg. Rubin, J./ Chisnell, D.: Handbook of Usability Testing, John Wiley and Sons, Indianapolis. Sarodnick, F./ Brau, H.: Methoden der Usability Evaluation, hogrefe Verlag, Bern. Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 210: Prozess zur Gestaltung gebrauchstauglicher interaktiver Systeme (ISO 9241-210:2010); Deutsche Fassung Fpr EN ISO 9241-210:2010. U.S. Department of Health and Human Services Research based webdesign & usability guidelines, <http://guidelines.usability.gov/> Wintersteiger, A.: Scrum Schnelleinstieg, entwickler.press: Frankfurt a.M.

Brand und Live Communication (W3M10811)

Brand and Live Communication

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Brand und Live Communication	W3M10811	Deutsch/Englisch	Prof. Stefan Luppold

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Studenten 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	108
<p>Brand Communication: Bedeutung, Funktion und Vorgehensweise der Marken- und Live Kommunikation im Rahmen der identitätsorientierten Markenführung und integrierten 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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

Data Analysis and Visualization (W3M10812)

Data Analysis and Visualization

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Data Analysis and Visualization	W3M10812	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Wirth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden machen auf der Grundlage von Fallstudien mit authentischem Zahlenmaterial Erfahrungen im Umgang mit etablierten Werkzeugen zur Auswertung und Visualisierung von Daten (z.B. Tableau Desktop, Rapidminer, PSPP). Sie lernen, die Qualität von Daten zu beurteilen und Zusammenhänge in Datensätzen nachzuspüren, ohne hierfür auf Programmierkenntnisse zurückgreifen zu müssen. Beispiele kommen aus den Bereichen Social Media Monitoring, Web-Analytics, Business Intelligence, Text- und Opinion Mining und aus internationalen Data Science Communities. Dabei steht die Kompetenz zur Beantwortung inhaltlicher Fragen im Kontext eines "datenorientierten Managements" im Vordergrund.
Methodenkompetenz	Die Studierenden erproben die Verfahren direkt an realistischen und praxisrelevanten Auswertungs-Szenarien. Dabei werden die typischen Phasen einer wissenschaftlichen Auswertung von der konzeptionellen Vorbereitung, den Grundlagen der Durchführung und Auswertung, der Auswahl geeigneter Visualisierungstypen bis hin zur Reflektion von Ergebnissen durchlaufen. Vor- und Nachteile der Methoden und möglicher Lösungsansätze sind dabei zu analysieren und kritisch zu bewerten. Somit werden auch die Möglichkeiten und Grenzen des Transfers in die berufliche Praxis thematisiert. Andererseits werden die Verfahren zur Datenauswertung und -visualisierung immer zugleich als wissenschaftliche Methoden verstanden. Ihr Einsatz für die Bearbeitung spezifischer Forschungsfragen in der Praxis kann also genauso eingeschätzt werden wie ihr möglicher Nutzen für eigene Forschungsprojekte.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden verstehen, dass an den Umgang mit Daten besondere Anforderungen zu stellen sind. Sie verstehen, dass Lösungen in diesem Bereich ganzheitlich betrachtet werden müssen und dass die allenthalben unter dem Label "Big Data" versprochenen Verheißungen ohne eine fundierte konzeptionelle Vorbereitung und eine sorgfältige und kritische Vorab-Analyse von Daten (z.B. deren Reliabilität, genauso aber auch die Validität der Indikatoren) gar nicht denkbar ist. Sie werden selbstverständliche Advokaten des Nutzens einer wissenschaftlich fundierten, auf Daten und Kennzahlen beruhenden Vorgehensweise, verstehen aber auch, dass hierfür eine kritische Haltung gegenüber den Datenquellen, Algorithmen und Werkzeugen unerlässlich ist.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden werden befähigt, Ideen und Anforderungen für die Datenauswertung sach- und fachgerecht zu formulieren und entsprechende Arbeiten bzw. Angebote Dritter zu beurteilen. Sie können einerseits die Perspektive des KPI-getriebenen Analysten verstehen, genauso können sie aber auch eine distanzierte und kritische Betrachtung gegenüber des Nutzens und der Gefahren der fehlerhaften Nutzung von Daten einnehmen. Sie können die relevanten Begriffe und Zusammenhänge übergreifend und in der notwendigen Komplexität verstehen und reflektiert und faktenorientiert argumentieren.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Data Analysis and Visualization	42	108
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
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).
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.
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.
Tuftte, E. R.: Visual explanations: images and quantities, evidence and narrative, Vol. 36, Cheshire (CT): Graphics Press.
Zelazny, G.: Wie aus Zahlen Bilder werden: der Weg zur visuellen Kommunikation. Berlin und Heidelberg: Springer-Verlag.

Arbeitsrechtlicher Gestaltungsrahmen und Flexibilisierung (W3M10901)

Labor law and flexible working arrangements

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Arbeitsrechtlicher Gestaltungsrahmen und Flexibilisierung	W3M10901	Deutsch/Englisch	Dr. Christopher Paul

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die Struktur des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts, um die Möglichkeiten und Grenzen der Flexibilisierung von Personalstrukturen, Personalanpassungen und Formen flexibler Beschäftigungsverhältnisse zu bewerten. Sie reflektieren die zentralen Gesetze, Methoden und Instrumente in diesen Themenfeldern.
Methodenkompetenz	Mithilfe der vermittelten Kenntnisse begreifen die Studierenden das Arbeitsrecht nicht vorrangig als restriktiven Rahmen, sondern können die darin liegenden Gestaltungsoptionen zur Bewältigung der unternehmerischen Herausforderungen im Human Resource Management beurteilen, auswählen und weiterentwickeln.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, arbeitsrechtliche Fragestellungen, insbesondere im Kontext einer Flexibilisierung der Personalstrukturen, offen und vertrauensvoll mit dem betrieblichen Sozialpartner zu erörtern. Sie sind befähigt, die persönlichen Auswirkungen von Personalflexibilisierungsmaßnahmen für die betroffenen Mitarbeiter reflektieren zu können.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können betrieblich-personale Problemstellungen im Kontext von Personalstrukturanpassungen durch den Einsatz ihres Wissens lösen. Durch das Verständnis der gesetzlichen Strukturen können sie ihr Wissen auch in ungewohnten Situationen anwenden, diese entsprechend der erlernten Systematiken auf neue Problemstellungen anpassen und vertreten.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Arbeitsrechtlicher Gestaltungsrahmen und Flexibilisierung	42	108
<p>Flexibilitätsanforderungen im Personalmanagement Personaldienstleister als Flexibilisierungspartner Flexibilisierung der Arbeitszeit: Dimensionen der Arbeitszeitflexibilisierung, Vollzeit- und Teilzeitmodelle, Arbeit auf Abruf, Vertrauensarbeitszeit, Lebensarbeitszeitkonten usw. Flexibilisierung des Arbeitsorts Flexibilisierung der Arbeitskosten Personalanpassungen aus personalwirtschaftlicher Perspektive: Aufhebungsvertrag; Kündigung; Betriebsänderung, Interessenausgleich und Sozialplan; Massenentlassung; Transfermaßnahmen Teilgebiete des Arbeitsrechts im Überblick: Individual- und Kollektivarbeitsrecht, Arbeitsschutzrecht und Arbeitsgerichtsbarkeit - ausgewählte Gesetze wie AGG und Pflegezeitgesetz Arbeitsvertragsrecht: Formen und Inhalte inkl. Direktionsrecht Arbeitsschutz und Fürsorgepflicht des Arbeitgebers; Datenschutz im Arbeitsrecht Betriebsverfassungsrecht: Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat Arbeitszeitgestaltung aus arbeitsrechtlicher Sicht: von der Vollzeit zur Vertrauensarbeitszeit Entgeltmanagement und Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall Personalanpassungen: Aufhebungsvertrag; Kündigung; Betriebsänderung, Interessenausgleich und Sozialplan; Massenentlassung; Transfermaßnahmen Koalitionsrecht: Tarifvertragsrecht und Arbeitskampf Arbeitsgerichtsbarkeit inkl. arbeitsgerichtliches Urteils- und Beschlussverfahren</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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
Dahl, H.; et. al.; Personaldienstleister in Deutschland. Die neuen Partner flexibler Personalarbeit, Köln
Deich, Svenja; et. al.; Innovative Arbeitsformen: Flexibilisierung von Arbeitszeit, Arbeitsentgelt, Arbeitsorganisation, Köln
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
Küttner, Wolfdieter; Röller, Jürgen (Hg.); Personalbuch 20XX: Arbeitsrecht - Lohnsteuerrecht - Sozialversicherungsrecht, München
Schaub, Günter et al.; Arbeitsrechts-Handbuch: Systematische Darstellung und Nachschlagewerk für die Praxis Gebundene Ausgabe, München
Wörten, Rainer; Kokemoor, Axel; Arbeitsrecht, München

Demografieorientiertes Personalmanagement (W3M10902)

Demographic-based HRM

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Demografieorientiertes Personalmanagement	W3M10902	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Denis Jdanoff

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	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 Arbeitnehmern mit der notwendigen Sensibilität zu erfassen und daraus demografieadäquate Personalstrategien zu entwickeln. Sie sind sich ihrer Verantwortung als HR-Manager für die demografische Stabilität und Konkurrenzfähigkeit ihres Unternehmens und die langfristige Beschäftigungsfähigkeit der Arbeitnehmer 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	42	108
<p>Gesundheitsmanagement- Mögliche Gesundheitsbelastungen am Arbeitsplatz- Gesundheitssystem und Instrumente des betrieblichen Gesundheitsmanagements- Bedeutung des präventiven Gesundheitsmanagement- Betriebliches Eingliederungsmanagement- Kennzahlen des betrieblichen GesundheitsmanagementsDiversity- 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 VerankerungLebensphasenorientiertes 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Organisationspsychologie und-soziologie	W3M10903	Deutsch/Englisch	Dr. Christopher Paul

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 die Kenntnisse in den Kontext des Personalmanagements einordnen und die Wirkung von Maßnahmen im Vorfeld und im Nachgang personalwirtschaftlicher Maßnahmen beurteilen. Sie erkennen die Bedeutung und Interdependenzen von Organisationsphänomenen wie bspw. Fluktuation, Motivation, Gruppenprozesse, Leistung, Widerstand, Mobbing oder Konflikte. 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. Darüber hinaus erhalten die Studierenden Einblick in die Konzepte, Verfahren und Forschungsergebnisse aus dem organisationspsychologischen und -soziologischen Kontext.
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	Die Studierenden sind für Konflikte, individuelles und kollektives Verhalten aus dem Kontext von Personal und Arbeit sensibilisiert, können diese mit den vermittelten Konzepten beschreiben und erkennen mögliche Lösungen und deren Grenzen aus psychologischer und organisatorischer Perspektive.
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 präsentieren.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Organisationspsychologie und-soziologie	42	108
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 Organisationssoziologie 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 Instrumente der Organisationsdiagnose: Befragung, Beobachtung Instrumente der Organisationsintervention: Coaching, Supervision, Mediation, Moderation, Mentoring, Beratung Konzeption: Fallbeispiele, Reflektion, Würdigung, Erhebung und Auswertung Rahmenbedingung: Ethik, Recht		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt
Schuler, H.: Lehrbuch der Organisationspsychologie, Huber-Verlag.
Nerdinger, F./W/Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer.
Preisendörfer, P.: Organisationssoziologie, VS-Verlag.
Müller-Jenisch, W.: Organisationssoziologie. Eine Einführung, campus-Verlag.
Abraham, M./Büschges, G.: Einführung in die Organisationssoziologie, VS-Verlag.
Buß, E.: Managementsoziologie, München
Bei einzelnen Schwerpunktsetzungen Literatur aus der Reihe Organisationssoziologie, Springer-Verlag.
Aktuelle Beispiele aus Fachzeitschriften: Zeitschrift für Arbeitswissenschaft, Organisationsentwicklung, Industrielle Beziehungen, Zeitschrift für Personalforschung, Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie.

Strategisches Personalmanagement (W3M10904)

Strategic Human Resource Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Strategisches Personalmanagement	W3M10904	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Stefan Huf

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls, 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. Sie können die Interdependenz der personalwirtschaftlichen Handlungsfelder verstehen, das SHRM in das Strategische Management einordnen und die theoretische Fundierung des SHRM nachvollziehen. Die Studierenden haben umfassende Kenntnisse zu unterschiedlichen SHRM-Ansätzen erworben und sind in der Lage, diese zu vergleichen sowie eine Synthese der Ansätze vornehmen zu können. Zudem verfügen Sie über umfassende Kenntnisse hinsichtlich der aufbauorganisatorischen Gestaltungsalternativen des Personalbereichs und haben sich umfassend und kritisch mit dem Business Partner Modell auseinandergesetzt. Auch besitzen sie ein fundiertes Wissen zu den Möglichkeiten der IT-Unterstützung personalwirtschaftlicher Prozesse sowie deren Einsatzmöglichkeiten im Unternehmen.
Methodenkompetenz	Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die Praktikabilität und die Grenzen personalstrategischer Ansätze, aufbauorganisatorischer Alternativen sowie der IT-Unterstützung personalwirtschaftlicher Prozesse einzuschätzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, konzeptionell das betriebliche Personalmanagement in strategischer, organisatorischer und informationstechnologischer Hinsicht unter Berücksichtigung weiterzuentwickeln. Sie sind in der Lage, soziale, rechtliche, politische, wirtschaftliche und technologische Entwicklungen hinsichtlich ihrer personalwirtschaftlichen Implikationen zu reflektieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, den organisationsinternen und unternehmensexternen Kontext als übergreifenden Handlungsrahmen des betrieblichen Personalmanagements zu verstehen. Zudem haben sie ihre kritische Urteilsfähigkeit hinsichtlich der inhaltlichen, organisatorischen und informationstechnologischen Ausgestaltung des betrieblichen Personalmanagements weiterentwickelt.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Strategisches Personalmanagement	42	108
<p>Stellung der HRM-Strategie im Rahmen des Strategischen Managements unternehmensexterne und -interne Kontextfaktoren des HRMtheoretische Grundlagen des Strategischen PersonalmanagementsStrategische Personalmanagementansätze: „Best-Practice-“ vs. „Best-Fit-Ansätze“ Möglichkeiten der Messung des Beitrags des HRM zum UnternehmenserfolgUnternehmensleitung, Führungskräfte, Personalabteilung, Betriebsrat sowie externe Dienstleister als Träger des betrieblichen PersonalmanagementsKompetenzverteilung zwischen Personal- und FachabteilungenSelbstverständnis und Rollenwahrnehmung des Personalbereichs als Business Partner Aufbauorganisatorische Gestaltungsalternativen des Personalbereichs Center-Konzepte: Personalbereich als Cost-, Service- oder ProfitcenterAufbauorganisatorische Einordnung des Personalbereichs in die UnternehmensorganisationIT-Unterstützung personalwirtschaftlicher Prozesse: IT-gestützte Personalplanung, Personalbeschaffung, Mitarbeiter Eintritt, -versetzung, -austritt, Entgeltabrechnung, Zeiterfassung, Stammdatenverwaltung, elektronische Personalakte, Employee Self Service, Personalentwicklung, PersonalcontrollingDigitalisierung des Personalmanagementsaktuelle IT-Entwicklungen und ihre Relevanz für das betriebliche Personalmanagement</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Basiskennntnisse 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. Bamberger, P.; Biron, M.; Meshoulam, I.: Human Resource Strategy, New York
Boselie, P.: Strategic Human Resource Management, London
Boxall, P.; Purcell, J.: Strategy and Human Resource Management, Basingstoke
Marchington, M.; Wilkinson, A.: Human Resource Management at Work, London
Schuler, R.; Jackson, S.: Strategic Human Resource Management, Oxford
Storey, J.; Wright, P.M.; Ulrich, D.: The Routledge Companion to Strategic Human Resource Management, Milton Park
Strohmeier, S.: Human Resource Intelligence and Analytics
Strohmeier, S.: Informationssysteme im Personalmanagement

Personaldiagnostik (W3M10905)

Personnel Assessment

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Personaldiagnostik	W3M10905	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse im Hinblick auf eignungsdiagnostische Verfahren zur Personalauswahl, zur Personalbeurteilung, zur Potenzialanalyse und zum Personaleinsatz. Darüber hinaus sind sie befähigt, diese Verfahren unter Berücksichtigung testtheoretischer Gütekriterien zu bewerten. Die Studierenden verfügen dafür über umfassende Kenntnisse im Bereich der Grundlagen zur Personaldiagnostik sowie zu einschlägigen Methoden und Verfahrensweisen. Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftlich nicht valide Diagnostikinstrumente fachlich kompetent zu bewerten und eine fundierte ablehnende Stellungnahme vorzulegen. Die gewonnene Fachkompetenz ermöglicht die Auswahl der im Sinne der Zielsetzungen passenden eignungsdiagnostischen Instrumente.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, personaldiagnostische Anforderungen in der beruflichen Praxis sachgerecht kritisch zu analysieren, um darauf aufbauend Methoden der Personaldiagnostik eigenständig zu bewerten, passende bestehende Verfahren auszuwählen und weiterzuentwickeln oder neue Vorgehensweisen den Anforderungen entsprechend selbst zu konzipieren. Sie führen eignungsdiagnostische Verfahren selbst zielsicher durch und analysieren deren Ergebnisse umfassend und zutreffend. Zu treffende Personalentscheidungen können systematisch nachvollzogen werden und sind mit hoher diagnostischer Qualität abgesichert.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden wissen andere an den Entscheidungen beteiligte Personen von den Ergebnissen der Personaldiagnostik zu überzeugen. Sie sind sensibilisiert für die weitreichenden Auswirkungen von personaldiagnostischen Analysen und haben die Chancen und Grenzen der eigenen diagnostischen Kompetenzen reflektiert. Eigene Wahrnehmungstendenzen erkennen sie und wissen daraus resultierende Beurteilungsfehler zu relativieren. Die Relevanz der verantwortungsvollen Kommunikation von eignungsdiagnostischen Ergebnissen ist reflektiert und in das berufliche Selbstverständnis integriert.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden transferieren das im Modul gelernte Wissen in komplexe berufliche Alltagssituationen, sie vertiefen und adaptieren es eigenständig. Neue Situationen reflektieren sie zielführend und entwickeln zukunftsorientierte Problemlösungen. Personelle Entscheidungen begründen sie anhand passend gewählter personaldiagnostischer Methoden. Damit leisten sie einen nicht unerheblichen Beitrag für die zukünftige und nachhaltige Entwicklung ihrer Unternehmen. Ethische Grundsätze personaldiagnostischer Aktivitäten sind genauso handlungsleitend wie die Einhaltung hoher qualitativer Standards in der Anwendung und Kommunikation personaldiagnostischer Instrumente.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Personaldiagnostik	42	108
<p>Grundlagen der Personaldiagnostik- Anwendungsfelder der Personaldiagnostik: von der Beurteilung zur Potenzialanalyse- Messtechnische Grundlagen: Messtechniken im Überblick, Messfehler - Gesamtprozess der Personaldiagnostik im Überblick - Diagnostikprozess aus arbeitsrechtlicher Perspektive- Psychologischer Diagnostikprozess: von der Wahrnehmung zum Urteil- Gütekriterien der klassischen Testtheorie und allgemeine Qualitätskriterien inkl. DIN 33430 in der neuesten Version (2016): Standards für berufsbezogene Eignungsbeurteilung- Anforderungsprofil als Ausgangspunkt der Diagnostikverfahren der Personaldiagnostik- Verfahren im Gesamtzusammenhang- Verfahren: Unterlagenanalyse, biografische Fragebogen, Interview, Arbeitsproben, Testverfahren, Assessment Center- Pseudowissenschaftliche Verfahren: von der Graphologie zur Namenspsychologie- Körpersprache zwischen ernsthafter Forschung und Alltagspsychologie- Matching und Online-Diagnostik</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Umfang der Seminararbeit: 10-15 Seiten; Dauer der Präsentation: 10-15 Min.

Voraussetzungen
Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten der Eignungsdiagnostik anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage 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. Schuler, H.; 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. DIN (2016): DIN 33430: Anforderungen an berufsbezogene Eignungsdiagnostik, Berlin. Erpenbeck, J.; Rosenstiel v., L. (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.: Das Einstellungsinterview, Göttingen. Schuler, H.: Psychologische Personalauswahl, Göttingen

Talentmanagement (W3M10906)

Talentmanagement

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Talentmanagement	W3M10906	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ernst Deuer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Experten 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 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
Talentmanagement	42	108
<p>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, Potenzialanalyse Instrumente, 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Internationales Personalmanagement	W3M10907	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thorsten Krings

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	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 kennen die wesentlichen Instrumente internationaler Personalarbeit und die Grenzen der Adaptierbarkeit zwischen einzelnen Kulturen.
Methodenkompetenz	Auf Basis des GLOBE Modells reflektieren die Studierenden ihre eigenen 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 Vertretern verschiedener Kulturkreise angemessen und empathisch umgehen.
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Internationales Personalmanagement	42	108
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. Karriere-systeme und -management Personalbedarfsanpassungen planen und umsetzen Unternehmenskultur und Changeprozess im M&A-Prozess		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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
Gerdtts, 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

Anreizsysteme und Personalcontrolling (W3M10908)

Compensation Management and HR Analytics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Anreizsysteme und Personalcontrolling	W3M10908	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Klaus-Jürgen Jeske

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die strategische Bedeutung und Einbindung von Verfahren zur Arbeitsbewertung, Entgeltfindung und Leistungsbeurteilung im personalwirtschaftlichen Instrumentarium ist den Studierenden nach Abschluss des Moduls bewusst. 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. Die Studierenden wissen, 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.
Methodenkompetenz	In methodischer Hinsicht können die Studierenden die Rolle von Leistungsmessung und Entgelt im Rahmen des organisationalen Führungsprozesses kritisch reflektieren und erkennen die wesentliche Rolle einer Führungskraft im Leistungsmanagement. Bezogen auf Kennzahlen und Kennzahlensysteme identifizieren sie deren Möglichkeiten und Grenzen. Sie lernen, dargebotene Kennzahlen kritisch in Bezug auf deren Erklärungsinhalt zu hinterfragen und gerade bei firmenübergreifenden Benchmarks die Aussagekraft für eigene betriebliche Fragestellungen zu prüfen.
Personale und Soziale Kompetenz	Als ordnungspolitische Vertreter einer betrieblichen und/oder tariflichen Entgeltsystematik können sie im Dialog mit Fachbereichen (Führungskräfte und ihre Mitarbeiter), Kollegen aus den Personalbereichen und Arbeitnehmervertretern entsprechende Entscheidungen begründen, fachlich vertreten und im Rahmen eines Konfliktmanagements Lösungen herbeiführen. Sie diskutieren vor der Anwendung von Instrumenten und Kennzahlen des Personalcontrollings deren Eignung für den spezifischen Anwendungsfall mit Vertretern anderer Fachbereiche, insbesondere des Finanzbereiches, sowie der Unternehmensleitung.
Übergreifende Handlungskompetenz	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 Arbeitnehmervertretern, dem Personalbereich und dem jeweiligen Fachbereich. Bei Instrumenten und Kennzahlen des Personalcontrollings können sie deren verschiedene Anwendungsbereiche fachlich differenzieren. Sie stellen Instrumente und Kennzahlen bedarfsgerecht zusammen und sorgen für eine Integration in das Steuerungssystem des Unternehmens.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Anreizsysteme und Personalcontrolling	42	108
<p>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 Personalcontrolling Inhaltliche und organisatorische Einbindung des Personalcontrollings in die Planung, Steuerung und Kontrolle des Gesamtunternehmens Ziele, Aufgaben und konzeptionelle Grundlagen des Personalcontrollings Rechtliche Rahmenbedingungen des Personalcontrollings Instrumente des Personalcontrollings: Personal-Portfolios, Balanced Scorecard, Benchmarking und Verfahren der Kostenrechnung Kennzahlen des Personalcontrollings für die verschiedenen Elemente des personalwirtschaftlichen Instrumentariums: u.a. Personalplanung, Personalbeschaffung, Personaleinsatz und Personalentwicklung Aufbau von Kennzahlensystemen und Integration in Management Cockpits oder Dashboards Personalkostenplanung, Personalrisikomanagement und Human Capital Management Unterstützung des Personalcontrollings durch Personalinformationssysteme</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

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.
Krause, Ulrich H.: Zielvereinbarungen und leistungsorientierte Vergütung – Gestaltungsmöglichkeiten und Restriktionen im Tarifbereich, Deutscher Universitäts-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.
Wucknitz, Uwe D.: Handbuch Personalbewertung: Messgrößen, Anwendungsfelder, Fallstudien für das Human Capital Management, Schäffer-Poeschel Verlag: Stuttgart.

Digitale Transformation und Big Data in Organisationen (W3M10909)

Digital Transformation and Big Data in Organisations

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Digitale Transformation und Big Data in Organisationen	W3M10909	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Michael Lindemann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, sich mit der Digitalen Transformation und verwandten Konzepten wie Industrie 4.0 und Arbeiten 4.0 in analytischer sowie empirischer Hinsicht kritisch auseinanderzusetzen. Sie verstehen die konzeptionellen Grundlagen der Digitalen Transformation und die besondere Bedeutung von Big Data sowie der verwandten Technologien Machine Learning und Artificial Intelligence. Sie kennen beispielhafte Anwendungen dieser Technologien in Forschung, Vertrieb und anderen Unternehmensfunktionen. Sie sind in der Lage die Entstehung und den Wandel von Geschäftsmodellen durch die digitale Transformation kritisch zu reflektieren.
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. Durch die Prüfungsform der Seminararbeit haben die Studierenden Ihre Fähigkeit zur selbständigen Erschließung neuer Wissensfelder weiterentwickelt.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die unter den Begriffen Digitalisierung und Big Data zusammengefassten Veränderungen kritisch in Bezug auf ihre Chancen und Risiken für den einzelnen als Privatperson und Arbeitnehmer, für Unternehmen, für die öffentliche Verwaltung und für die Gesellschaft im Ganzen einzuschätzen. Sie sind in der Lage sich kritisch in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Diskurs einzubringen. Sie reflektieren dabei nicht nur die Chancen, sondern auch die Risiken z.B. in den Bereichen Datenschutz und Datensicherheit. Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, unterschiedliche Interessenslagen in Bezug auf die Nutzung digitaler Technologien zu erkennen und Konflikte zwischen den unterschiedlichen Anspruchsgruppen konstruktiv zu lösen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, den Einfluss der digitalen Transformation auf die Wertschöpfung ihres Unternehmens zu analysieren und die digitale Transformation in ihren Unternehmen aktiv mitzugestalten. Sie können den Nutzen von Big Data und Digitalisierung für die Lösung unternehmerischer Fragestellungen in ihren Unternehmen beurteilen. Auf dieser Basis sind sie in der Lage, geeignete Projekte zu initiieren. Sie kennen die besonderen Herausforderungen von Projekten der Digitalen Transformation und sind in der Lage diese durch geeignete Maßnahmen des Projekt- und Change Managements zu unterstützen.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Digitale Transformation: Big Data, Artificial Intelligence und Digital Leadership in Organisa	42	108
<p>Digitale Transformation als Konzept: Entstehung und aktuelle Interpretation Cloud Computing Industrie 4.0 Entstehung und Wandel von Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation Auswirkungen auf Führung und Organisation Arbeiten 4.0 Neue Formen der Zusammenarbeit innerhalb und zwischen Unternehmen Rechtliche Aspekte von Digitalisierung und Arbeiten 4.0 Wechselwirkungen von Digitaler Transformation und Unternehmenskultur Rolle und Wertbeitrag verschiedener Abteilungen wie Informations- und Personalmanagement Vorgehensmodelle und Erfolgsfaktoren für Big Data Projekte Quellen von Big Data Analyse und Visualisierung von Big Data Anwendung in der biomedizinischen Forschung Anwendung im betrieblichen Gesundheitsmanagement Anwendung in der Vertriebssteuerung Anwendung in der Organisationsentwicklung Umgang mit sensitiven Daten Datenschutz und Datensicherheit in Big Data Projekten</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zum Informationsmanagement, zum strategischen Management, Organisationsentwicklung und Change Management anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen:- Doppler, K.: Lauterburg, C.: Change Management, Frankfurt a.M.- Krcmar, H.: Informationsmanagement, Berlin- Linde, F.: Ökonomie der Information, Göttingen- Müller-Stewens, G.; Lechner, C.: Strategisches Management, Stuttgart- Vahs, D.: Organisation, StuttgartFür Studierende im Master of Business Management ist Modul W2M10002 Strategisches Management eine zwingende Voraussetzung vor der Belegung dieses Moduls. Für Studierende im Master Wirtschaftsingenieurwesen werden äquivalente Vorkenntnisse vorausgesetzt.

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.Brandes, U.; Gemmer, P.; Koschek, H.; Schültken, L.: Management Y, FrankfurtBrynjolfsson, E.; McAfee, A.: The Second Machine Age, New YorkDavenport, T.; Horvath, P.: big data@work, MünchenDenning, S.: The Leader's Guide to Radical Management, San FranciscoJones, B.: Communicating Data with Tableau, SebastopolMayer-Schönberger, V.; Cukier, K.: Big Data, MünchenStrohmeier, S.; Piazza, F.: Human Resource Intelligence und Analytics, WiesbadenPentland, A.: Social Physics, New YorkProvost, F.; Fawcett, T.: Data Science for Business, SebastopolWesterman, G.; Bonnet, D.; McAfee, A.: Leading Digital, Boston

Politik und Emotionen in Organisationen (W3M10910)

Organizational Politics and Emotions

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Politik und Emotionen in Organisationen	W3M10910	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Stefan Huf

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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	108
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 von Emotionen in Organisationen 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, Stress, Personalabbau)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

-

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 Robbins, S.P.; Judge, T.A.: Essentials of Organizational Behavior, Boston Schermerhorn, J.R. u.a.: Organizational Behavior, Hoboken

Supply Chain Management: Strategien, Ziele und Trends (W3M11001)

Supply Chain Management: Strategies and Objectives

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Supply Chain Management: Strategien, Ziele und Trends	W3M11001	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Laforsch

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	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. 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 brachen-, unternehmens- und abteilungsübergreifenden Wertschöpfungsketten zu nutzen. Sie können damit einen sichtbaren Beitrag zur Erreichung eines überlegenen Kundenwerts und zur Erzeugung von Wettbewerbsvorteilen leisten.
Methodenkompetenz	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 tradierten Mustern noch weiter intensiviert werden.
Personale und Soziale Kompetenz	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). Vor dem Hintergrund knapper werdender Ressourcen und globalen Umweltwirkungen verstehen die Studierenden die Notwendigkeit der Entwicklung der Wertschöpfungskette weg vom linearen Konzepten (Cradle-to-Grave) hin zu einer Kreislaufwirtschaft (Cradle-to-Cradle).
Übergreifende Handlungskompetenz	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	108
<p>RAHMENBEDINGUNGEN, ZIELE UND STRATEGISCHE LEITLINIEN IM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (Prof. Dr. Laforsch, Mosbach)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 Managements globaler Wertschöpfungskette, insbesondere Globalisierung, Dynamik der Märkte, Individualisierung, steigende Kundenanforderungen, Beschleunigung von Innovationszyklen, Wertschöpfungsorientierung und Wertschöpfungsketten, Internet der Dinge und Selbststeuerung (Industrie 4.0), Nachhaltigkeit, 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 (Prof. Dr. Emmert)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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden. 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, WiesbadenBock, D./Weingarten, U./Laforsch, M., et.al.: BVL-Studie: „Supply Chain Collaboration – Unternehmensübergreifende Zusammenarbeit“, Bundesvereinigung Logistik (Hrsg.), Bremen, 2003Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management, New JerseyEißig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, MünchenJacobs, F.R./Chase, R.B.: Operations and Supply Chain Management, BerkshirePfohl, H.-C.: Logistiksysteme, Berlin, HeidelbergPfohl, H.-C. (Hrsg.): Sicherheit und Risikomanagement in der Supply Chain: Gestaltungsansätze und praktische Umsetzung, HamburgSchulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, MünchenSimchi-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, MünchenWerner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, WiesbadenWildemann, 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Supply Chain Management: Methoden und Tools	W3M11002	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Karsten Junge

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Teilnehmer kennen Modelle und Methoden im Supply Chain Management, in der Logistik und Produktion und können deren Operationalisierbarkeit bewerten
Methodenkompetenz	Die Teilnehmer 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 Experten verschiedener Fachgebiete und betrieblicher Funktionen zu diskutieren und kreative Ansätze zu entwickeln.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Teilnehmer 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 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	108
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 und Voraussetzungen

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 Stadler, 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./Weihsrauch, 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kernprozess SOURCE: Beschaffungsmanagement	W3M11003	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dirk Horst Hartel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 strategische und operative 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	108
<p>Beschaffungstrends: Vertikale Integration, Outsourcing, Lieferantenintegration, zunehmende Bedeutung der Beschaffungsaufgabe, Modular Sourcing, Global Sourcing Beschaffungsorganisation und strategisches Beschaffungsmanagement: Organisatorische Verankerung der Beschaffungsaufgabe, International Procurement Offices, 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kernprozess MAKE: Produktionsmanagement	W3M11004	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Laforsch

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden erhalten vertiefte Kenntnisse der Theorien und Konzepte zur Gestaltung von operativen und planerischen Prozessen der Produktion von Sachgütern als Bestandteil der Wertschöpfungskette. Die Studierenden wissen, wie und unter welchen Voraussetzungen diese Kompetenzen auf die Produktion von immateriellen Leistungen (Dienstleistungen) übertragen werden können. Darüber hinaus sind sie mit den Herausforderungen vertraut, die sich aus dem Transfer von hybriden Wettbewerbsstrategien in fortschrittliche Produktionsplanungs- und Produktionsplanungs- und steuerungsprozesse (PPS) ergeben (z.B. Mass Customization, Modularisierung, Mass Customization, Digitalisierung und Industrie 4.0, Out-sourcing & Gestaltung der Planungstiefe und Kundenauftragsentkopplungspunkte, Assemble-to-Order, Push-/Pull-Grenze, etc.).
Methodenkompetenz	Für die Bewertung der Leistung und die zielorientierte Gestaltung von Produktions- und PPS-Prozessen können die Studierenden eine Vielzahl von geeigneten Methoden, Werkzeugen und Best-Practice-Lösungen anwenden. Durch die Betrachtung von Aufgaben, Zielen sowie entsprechenden Kennzahlen des Supply Chain Managements werden die Studierenden dazu befähigt, zielorientiert und strategisch zu denken und zu handeln. Gleichzeitig wird den Studierenden durch passende Übungen und Planspiele ein Zugang zur sicheren Anwendung einer Vielzahl von Lösungsmustern, Methoden, Rechenwerkzeugen und IT-Tools ermöglicht (z. B. Prozessmanagement-Tools, Analyse- und Simulationstools, Optimierungstools, ERP- und PPS-Lösungen etc.). Dadurch werden sie dazu befähigt, im Unternehmen Potenziale und Schwachstellen zu identifizieren, Prozesse zu analysieren sowie die Produktion und PPS zu optimieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden lernen, kundenorientierte Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren. Sie liefern damit einen Beitrag zur Vermeidung / zur Entspannung von für das gesamte Unternehmen schädlichen Zielkonflikten (z.B. zwischen der Produktion und anderen Unternehmensbereichen wie Vertrieb oder Marketing). Durch gemeinsame Analyse von Optimierungspotenzialen und deren praktische Umsetzung im Rahmen von Planspielen und Fallstudien (insb. Planspiel – Inkshop) reflektieren und verbessern die Studierenden ihre Fähigkeiten bei der Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden verfügen über überlegenes prozessuales Wissen zur Realisierung von Potenzialen zur Kostensenkung bzw. zur Erhöhung des Kundenwerts. Sie haben den Zusammenhang zwischen Durchlaufzeiten und Bestand verinnerlicht und managen beide Parameter in Abhängigkeit von Kunden-, internen Budget- und Kostenanforderungen. Die Studierenden kennen die wesentlichen Kosten- und Wertreiber im Produktionsprozess, als Grundlage für die Erhöhung des Kundennutzens. Die Studierenden lernen, "schlanke" Produktionsprozesse zu gestalten, in denen der Fokus allein auf Aktivitäten gerichtet ist, die einen Wert für den Kunden darstellen, bzw. die Verschwendung vermeiden.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Kernprozess MAKE: Produktionsmanagement	42	108
Logistik- und produktionsgerechte Produktentwicklung: Design for Production, Design for Logistics, Produkttypen, Varianten- und Komplexitätsmanagement, Modularisierung und Produktplattformen, Produktinnovationszyklen, Time-to-Market, PostponementProduktionstypen und Produktionsorganisation: Produktionskonzepte, Produktionstypen, Produktionsstrukturen, Organisationsformen der Produktion, Layout und FabrikplanungGestaltung von modernen Produktionssystemen: Industrie 4.0, Lean Management, Six Sigma, Business Process Reengineering, Vertikale Integration und Outsourcing, Mass Customization, Modularisierung, IndustrieparksValue 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		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Dickersbach, J. T./Keller, G./Weihrach, K.: Produktionsplanung und -steuerung mit SAP, BonnEngel, K./Nippa, M.: Innovationsmanagement – Von der Idee zum erfolgreichen Produkt, Heidelberg, New YorkGoldratt, E. M.: Production the TOC way (revised edition), Great BarringtonGoldratt, E. M./Cox, J.: Das Ziel – Höchstleistung in der Fertigung, HamburgGünther, H.-O.; Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, BerlinHammer, M./Champy, J.; Künzel, P.: Business Reengineering. Die Radikalkur für das Unternehmen, Frankfurt, New YorkJacobs, F. R./Chase, R. B.: Operations and Supply Chain Management, BerkshireJodlbauer, H.: Produktionsoptimierung – Wertschaffende sowie kundenorientierte Planung und Steuerung, St. FlorianPorter, M. E.: Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten, Frankfurt, New YorkSchuh, G.: Produktionsplanung und -steuerung – Grundlagen, Gestaltung und Konzepte, Berlin, HeidelbergSchulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, MünchenStadler, H./Kilger, C.: Supply Chain Management and Advanced Planning – Concepts, Models, Software and Case Studies, BerlinTakeda, H.: Das synchrone Produktionssystem: Just-in-time für das ganze Unternehmen, mi-Wirtschaftsbuch, MünchenThonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, MünchenVahrenkamp, R.: Produktionsmanagement, MünchenVollmann, T. E. et al.: Manufacturing Planning and Control for Supply Chain Management, New YorkWiendahl, H. P.: Belastungsorientierte Fertigungssteuerung – Grundlagen, Verfahrensaufbau, Realisierung, HannoverWieneke, F.: Produktionsmanagement, Haan-GruitenWildemann, H.: Produktionssysteme – Leitfaden zur methodengestützten Reorganisation der Produktion, MünchenWomack, 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kernprozess DELIVER: Distributionsmanagement	W3M11005	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietrich Emmert

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die wesentlichen strategischen und operativen Anforderungen an den Kernprozess Liefern. Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Konzepten, Methoden, Werkzeugen und Best-Practice-Lösungen für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung des Lieferprozesses und Distributionssystemen. Insbesondere werden prozessbezogen Aufgaben, Ziele und Kennzahlen der Warendistribution diskutiert.
Methodenkompetenz	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. Dies erfordert die Fähigkeiten, Themen sachlich zu erarbeiten und Werthaltungen dazu auszubilden. Hinzu kommt die Weiterentwicklung analytischer Methodenkompetenz zur Prozessgestaltung und Prozessmodellierung. Die Studierenden finden sich hier in der Vielfalt und Tiefe der Methoden zurecht.
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, Lieferant 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	Die Handlungskompetenz liegt auf der strategischen Herausforderung, einen überlegenen Lieferservicegrad bei möglichst niedrigen Bestandshöhen in Industrie- und Handelsunternehmen zu erreichen. Die Studierenden begreifen und lernen die Logistikleistung als Differenzierungsmerkmal insbesondere in Branchen mit vergleichbarem Waren- und Dienstleistungsangebot sowie Preisen zu verstehen und zu nutzen (beispielsweise auf Kunden- und Produktgruppen abgestimmten Lieferservice- oder Versorgungsklassen).

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium		
Kernprozess DELIVER: Distributionsmanagement	42	108		
<p>- 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 WM 11008 „Management internationaler Transportketten“)- Demand Creation: qualitative und quantitative Absatzprognoseplanung (fortgeschrittene Methoden: Regressionsanalyse, exp. Glättung, in Ergänzung zum Modul WM 11002 „Supply Chain Management: Quantitative Methoden und Tools“), Integrative Planungsmodelle, Collaborative Planning and Forecasting, Vendor Managed Inventory (VMI), in Ergänzung zum Modul WM 11003 „Supply Chain Management: Kernprozess Source“)- Distribution Channels and Structures - Entscheidungsbereiche der Distributionspolitik: Multi, Cross u. Omni Channel, 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</p>				

Besonderheiten und Voraussetzungen

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Einkaufsmanagement des Handels	W3M11006	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Oliver Janz

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Lieferanten 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 Lieferanten und Dienstleister kennen. Sie können diese Interessen bewerten und kennen kooperative Strategien, mit deren Hilfe die Supply Chain zwischen Lieferant 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	108
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 und Voraussetzungen

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.

Management internationaler Transportketten (W3M11008)

International Transport Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Management internationaler Transportketten	W3M11008	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Michael Schröder

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	<p>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 Verlager und der Logistikdienstleister kennen und verstehen. Für die Verlager geht es um optimierte Logistikprozessen einschließlich ihrer Infrastruktur. Für die Logistikdienstleister geht es um die Gewinnung neuer Kunden durch Bereitstellung von Mehrwert bringenden Dienstleistungen.</p> <p>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 Logistikkösungen konzipieren.</p>
Methodenkompetenz	<p>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 Studierende 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 Studierende lernen Messverfahren des Energieverbrauches und der Treibhausgasemissionen, Emissionsanteile der Güterverkehre sowie Grundkonzepte und Bewertungsansätze der Nachhaltigkeit kennen. Die Studierende 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.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Studierenden können einer breiten Öffentlichkeit die Notwendigkeit und die Bedeutung der Logistik für eine Volkswirtschaft vermitteln, kritische Einstellungen entkräften und innovative Lösungsansätze aufzeigen.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>Die Studierenden kennen die Notwendigkeiten einer zielführenden Logistikklösung. Auf dieser Basis können sie aktuelle Anfragen und Projektierungen verstehen, Erklärungen formulieren und Lösungsmöglichkeiten entwerfen.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Management internationaler Transportketten	42	108
<p>ANPASSUNGSEINHEIT VERKEHRSLOGISTIK (Prof. Dr. Stoller, Lörrach)- Grundstrukturen und Akteure in der Verkehrslogistik- Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen- Güterverkehrliche Anforderungen und Unternehmensstrategien- Grundlagen der VerkehrsträgerINTERNATIONALE TRANSPORTRECHT UND ZOLLABWICKLUNG (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 TransportdienstleisternSEEHAFENHINTERLANDVERKEHR (Prof. Dr. Hoffmann, Heidenheim)- Rahmenbedingungen, Herausforderungen, Akteure- Geschäftsmodelle im Seehafenhinterlandverkehr- Management von Transportketten im Seehafenhinterlandverkehr- Qualitätsmanagement, Auftragsabwicklung- Frachtkostenelemente- Leercontainerversorgung und DienstleistungenMULTIMODALE 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 GüterverkehrssystemeTRANSPORTRECHT 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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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
Hde, 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Supply Chain Finance und Controlling	W3M11009	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dirk Horst Hartel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	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 Mitarbeitern haben können. Sie sind sich bewusst, dass eine erfolgreiche Bearbeitung der behandelten Aufgabenfelder voraussetzt, sich auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften der Partner 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	108
<p>SUPPLY CHAIN CONTROLLING Charakteristik der Supply Chain ControllingsLogistikleistungen und Kennzahlen Logistikkosten und Logistikkosten- und -leistungsrechnungssysteme, z. B. ProzesskostenrechnungAusgewählte Instrumente, z. B. Balanced Scorecard, Target Costing, Zero-based Budgeting, selektive Kennzahlen Entwicklung (unternehmensübergreifender) Supply-Chain-Controlling-KonzeptenTotal-Cost-of-Ownership-BetrachtungenWert- und Werteorientierung im Supply Chain ControllingSUPPLY CHAIN FINANCE Akteure des Supply Chain FinanceElemente des Supply Chain Finance, z. B. Pay-on-Production-Ansätze, Leasing und RechnungslegungWorking-Capital-FinanzierungBestandsmanagement, -finanzierung und Lieferantenfinanzierung (Supplier Finance)Tax Supply Chain ManagementGeschäftsmodelle von Finanzdienstleistungsinstituten und LogistikdienstleisternPlattform-Lösungen mit Multi-Banken-Programmen</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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 StudienBraun, M. (Hrsg.): Logistikverträge: Interessen sichern – Rechte wahren, MünchenHofmann, E./Belin, O.: Supply Chain Finance Solutions: Relevance – Propositions – Market Value, Berlin, HeidelbergHofmann, E. et al.: Wege aus der Working-Capital-Falle: Steigerung der Innenfinanzierungskraft durch modernesSupply Management, Berlin, HeidelbergLocker, A./Grosse-Ruyken, P. T.: Chefsache Finanzen in Einkauf und Supply Chain, WiesbadenPulverich, M./Schietinger, J.: Service Levels in der Logistik: Mit KPIs und SLAs erfolgreich steuern, MünchenTemplar, S./Hofmann, E./Findlay, C.: Financing the End-to-End Supply Chain, LondonWeber, J./Wallenburg, C. M.: Logistik- und Supply-Chain-Controlling, StuttgartWerner, H.: Kompakt Edition: Supply Chain Controlling: Grundlagen, Performance-Messung und Handlungsempfehlungen, Heidelberg

Outsourcing und Ausschreibungsmanagement (W3M11010)

Outsourcing Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Outsourcing und Ausschreibungsmanagement	W3M11010	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Michael Schröder

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen

Fachkompetenz	<p>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.</p>
Methodenkompetenz	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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, Bauunternehmen, Mieter und Betreiber) 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.</p>
Personale und Soziale Kompetenz	<p>Die Studierenden erkennen – neben den eigenen ökonomischen Erfordernissen – gleichzeitig die Erwartungen der beteiligten Vertragspartner im Allgemeinen sowie insbesondere die Sicht der von Outsourcing-Maßnahmen betroffenen Arbeitnehmer 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.</p>
Übergreifende Handlungskompetenz	<p>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.</p>

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Outsourcing und Ausschreibungsmanagement	42	108
<p>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 Frachtmatrixen 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</p>		

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) Mülhencoert, 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Entscheidungsfindung in komplexen Situationen	W3M11011	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Harald Hartmann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Prüfung - Projekt - bzw. Forschungsskizze und Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	42	108	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-Experten 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 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	108
CASE STUDIES „SUPPLY CHAIN MANAGEMENT“ (Prof. Dr. Junge, Karlsruhe)- Übermittlung der zu bearbeitenden Case Studies an die Teilnehmer- Selbständige 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- Selbständige Vorbereitung durch die Teilnehmer- Lösungsentwicklung in Teams- Präsentationen der Lösungskonzepte- Reflexion von Planungsmethoden am Beispiel der Cases- Kritische Diskussionen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

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 Cases 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.

Projektarbeit I (W3M12001)

Project Report I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Projektarbeit I	W3M12001	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Andreas Mitschele

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Individualbetreuung
Lehrmethoden	Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
450	4	446	15

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse zu spezifischen Fachthemen sowie die 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 komplexe Praxisherausforderungen unter Anwendung angemessener Methoden umsichtig und strukturiert lösen. Die Möglichkeiten, die Praktikabilität sowie die Grenzen der eingesetzten Methoden hinterfragen sie jederzeit kritisch.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind vorbereitet, Verantwortung in Führungspositionen zu übernehmen. Sie gehen an ihre Aufgaben planerisch und lösungsorientiert heran und zeichnen sich dabei durch Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit aus. Neuerungen und Innovationen gegenüber sind sie aufgeschlossen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse entwickelt. Auch in unklaren Situation sind in der Lage, den Überblick zu behalten und unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen angemessen und eigenverantwortlich zu handeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Projektarbeit I	4	446
Die Projektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen und / oder öffentlicher Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
Die Projektarbeit hat einen Umfang von 20-30 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Es kann eine begleitende Lehrveranstaltung angeboten werden, um die Studierenden an die methodischen Besonderheiten dualer wissenschaftlicher Arbeiten heranzuführen. Die Modulprüfung erfolgt mit folgender Gewichtung: schriftliche Ausarbeitung (70 %) und Präsentation (30 %). Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt Bänsch, Axel/ Alewell, Dorothea; Wissenschaftliches Arbeiten, München/ Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich

Projektarbeit II (W3M12002)

Project Report II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Projektarbeit II	W3M12002	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Andreas Mitschele

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Individualbetreuung
Lehrmethoden	Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
450	4	446	15

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse zu spezifischen Fachthemen sowie die 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 komplexe Praxisherausforderungen unter Anwendung angemessener Methoden umsichtig und strukturiert lösen. Die Möglichkeiten, die Praktikabilität sowie die Grenzen der eingesetzten Methoden hinterfragen sie jederzeit kritisch.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind vorbereitet, Verantwortung in Führungspositionen zu übernehmen. Sie gehen an ihre Aufgaben planerisch und lösungsorientiert heran und zeichnen sich dabei durch Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit aus. Neuerungen und Innovationen gegenüber sind sie aufgeschlossen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse entwickelt. Auch in unklaren Situation sind in der Lage, den Überblick zu behalten und unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen angemessen und eigenverantwortlich zu handeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Projektarbeit II	4	446
Die Projektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen und / oder öffentlicher Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
Die Projektarbeit hat einen Umfang von 20-30 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von zwei Monaten erstellt. Die Modulprüfung erfolgt mit folgender Gewichtung: schriftliche Ausarbeitung (70 %) und Präsentation (30 %). Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur
Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt Bänsch, Axel/ Alewell, Dorothea; Wissenschaftliches Arbeiten, München/ Wien Kornmeier, M.: Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, München

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W3M12003)

Principles of Business Administration

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	W3M12003	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas B. Berger

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden bekommen einen umfassenden Überblick über das System der Unternehmung. 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. Sie verstehen die Wechselwirkungen zwischen konstituierenden Elementen, dem Leistungsprozess, dem Finanzmanagement und dem Personalmanagement.
Methodenkompetenz	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, betriebliche Sachverhalte systematisch und quantitativ zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können erlernte Methodiken selbstständig auf konkrete Problemstellungen anwenden und neue anforderungsgerechte Lösungen im Rahmen der Unternehmung konzipieren.
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 Mitarbeiter/innen im Speziellen. Die Studierenden können zudem einer breiten Öffentlichkeit die Notwendigkeit und die Bedeutung betrieblicher Prozesse aus einer makro- wie auch mikroökonomischen Sichtweise vermitteln und kritische Einstellungen entkräften.
Übergreifende Handlungskompetenz	Absolventen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge arbeiten sich ein in die grundlegende Denkweise der Betriebswirtschaftslehre und in die betrieblicher Entscheider. Studierende können nach Abschluss dieses Moduls und der vier anderen grundlegenden Weiterbildungsmodule den Master in Business Management auch ohne wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschluss erfolgreich durchlaufen. Sie sind sie in der Lage, auftretende Kenntnislücken selbstständig zu schließen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	42	108
WIRTSCHAFTEN IM UNTERNEHMEN- Begriffliche Grundlagen- Die Betriebswirtschaftslehre im System der Wissenschaften- Das Zielsystem der Unternehmung- Planung im Unternehmen- Entscheidung im Unternehmen DER LEISTUNGSPROZESS: REAL- UND NOMINALGÜTERSTROM- Bestimmungsfaktoren und Merkmale des wirtschaftlichen Strukturwandels- Beschaffung, Produktion, Absatz- Bilanzgliederung, Investition, Finanzierung KONSTITUTIVE ELEMENTE DER UNTERNEHMUNG- Die betriebliche Standortwahl- Ausgewählte Arten von Rechtsformen- Führung und betriebliche Mitbestimmung- Organisation der Unternehmung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt. Pepels, W.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, UTBVahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Schäffer-PoeschelWöhe, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlen

Grundlagen der Investition und Finanzierung (W3M12004)

Principles of Investing and Financing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Investition und Finanzierung	W3M12004	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas B. Berger

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	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 im Detail bewerten. Zudem verstehen sie, wie in der Praxis verschiedene Finanzierungsformen zusammen wirken, um die finanzielle Stabilität von Unternehmen sicherstellen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, betriebliche Sachverhalte finanziell quantifiziert zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können erlernte Methodiken z.B. der Investitionsrechnung selbstständig auf konkrete Problemstellungen anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können die allgemeinen Themen der Betriebswirtschaft auch aus dem Blickwinkel der Finanzwelt verstehen, entsprechende Argumentationen einordnen, selbstständig eigene Argumente zielgruppengerecht einbringen und die Auswirkungen auf die Akteure innerhalb und außerhalb der beteiligten Unternehmen kritisch einschätzen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Absolventen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studien arbeiten sich ein in die grundlegende Denkweise der Betriebswirtschaftslehre sowie Basiswissen zu deren Instrumentarium. Studierende können nach Abschluss der drei grundlegenden Weiterbildungsmodule BWL den Master in Business Management auch ohne wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschluss erfolgreich durchlaufen. Sie sind sie in der Lage, auftretende Kenntnislücken selbstständig zu schließen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen der Investition und Finanzierung	42	108
Grundlagen der Investitionsrechnung und Finanzierung – Grundlagen der Finanzmathematik - Statische Verfahren der Investitionsrechnung – Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung – Wirtschaftlichkeitsrechnung unter Unsicherheit - Finanzierungsformen – Finanzierungssurrogate – Kapitalstruktur – Finanzplan - Finanz- und Liquiditätskennzahlen – Rating - Finanzmärkte		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grundes gelegt
Beike, R./ Schlütz, J.: Finanznachrichten lesen-verstehen-nutzen. Ein Wegweiser durch Kursnotierungen und Marktberichte, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
Ermschel, U./ Möbius, C./ Wengert, H.: Investition und Finanzierung, Reihe BA Kompakt, Berlin et al.: Springer Gabler
Kruschwitz, L.: Investitionsrechnung, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
Vahs, D./ Schäfer-Kunz, K.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
Wöhe, G./ Bilstein, J./ Ernst, D./ Häcker, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München: Vahlen

Grundlagen des Rechnungswesens und Controllings (W3M12005)

Fundamentals of Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen des Rechnungswesens und Controllings	W3M12005	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Roman Macha

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen

Fachkompetenz	Die Absolventen wissen um die Bedeutung des Rechnungswesens für alle wesentlichen Entscheidungen im Unternehmen. Sie kennen die Aufgaben und Zielsetzungen des internen und externen Rechnungswesens und des Controllings. Sie können die Organisation des betrieblichen Rechnungswesens sowie die Schnittstellen und Vernetzungen aller Teilbereiche erläutern. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Bedeutung der Kosten- und Leistungsrechnung für die quantitative Abbildung der leistungswirtschaftlichen Prozesse einer Unternehmung einzuschätzen. Die Absolventen kennen die GoBs und beherrschen grundsätzlich die Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisregelungen nach HGB. Sie kennen die Funktionen von Bilanz, GuV, Anhang und Lagebericht. Sie verstehen die Auswirkungen von bilanzpolitischen Maßnahmen auf den Jahresabschluss und sind sich der Bedeutung für die Aussenkommunikation bewusst. Sie verstehen die wesentlichen Unterschiede zwischen den Anforderungen einer Bilanzierung nach der HGB-Rechnungslegung und der IFRS-Bilanzierung und können deren Konsequenzen für den Konzernabschluss analysieren. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer kompetent Controlling als Führungsfunktion sowie dessen Dimensionen und ausgewählte Instrumente anzuwenden und zu analysieren. Neben der Übermittlung von Wissen soll die Vorlesung die Studierenden zu selbstständigem unternehmerischen Denken anregen.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können Daten und Informationen aus diversen internen wie externen Quellen sammeln, nach vorgegebenen Kriterien aufbereiten und bewerten. Sie kennen die Bedeutung der Fachbegriffe und wissen um die Änderungsgeschwindigkeit in den behandelten Themengebieten. Die Absolventen sind in der Lage, sich mit den laufenden Veränderungen der Normen zu befassen, erkennen deren Auswirkungen und wissen, mit welchen Mechanismen sie ggf. gegensteuern können. Sie können auf gutem fachlichem und persönlichem Niveau mit außenstehenden Gesprächspartnern (insbesondere Gesellschafter, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwälte, Bankenvertreter, Mitarbeiter der Finanzverwaltung) kommunizieren. Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämisse der einzelnen erlernten Verfahren vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen im Unternehmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Absolventen sind in der Lage, ihre Kompetenz im Hinblick auf das Rechnungswesen und Controlling einzuschätzen und Wissenslücken eigenständig zu beheben. Durch Aufgaben und Fallstudien werden Lösungsmöglichkeiten selbstständig und eigenverantwortlich erarbeitet sowie die erworbenen Kenntnisse teamfähig und zielorientiert umgesetzt. Die Absolventen haben nach Abschluss des Moduls die Fähigkeit erworben, die Auswirkungen der verfolgten betrieblichen Handlungen auf Stake- und Shareholder einzuschätzen. Sie können sich auf unterschiedlichste Gesprächspartner, wie Mitarbeiter, Gläubiger, Kapitalgeber, aber auch Abschlussprüfer einstellen, deren Erwartungen erkennen und zwischen Interessensgruppen moderieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über einen fundierten Überblick über die quantitative Abbildung des betrieblichen Wertschöpfungsprozesses eines Unternehmens. Sie erwerben die Handlungskompetenzen in der Anwendung praktisch erprobter Systeme der Technik des betrieblichen Rechnungswesens (Finanzbuchhaltung, Kosten- und Leistungsrechnung) und des Controllings. Sie können die verschiedenen Perspektiven des Wertschöpfungsprozesses in der Logik und Sprache des externen und internen Rechnungswesens abbilden, bewerten und analysieren sowie grundlegende Empfehlungen zur strukturellen Ausgestaltung des jeweils geeigneten Rechnungswesenssystems aussprechen und begründen. Die Teilnehmer erwerben ein methodisches Instrumentarium, das in verschiedenen Situationen und bei unterschiedlicher Informationsversorgung angewandt werden kann.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen des Rechnungswesens und Controllings	42	108
Betriebliches Rechnungswesen - Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung – Entscheidungen mit Kostenrechnungsdaten – Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung Ziele und Aufgaben des Jahresabschlusses – Bilanzielle Rechtsgrundlagen – Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften – Unterschiedliche Berichterstattungsinstrumente – Das System der internationalen Rechnungslegungsregeln (IFRS) – Grundzüge der Jahresabschlussanalyse – Grundzüge und Aufgaben des Konzernabschlusses Konzeptionen, Aufgaben, Instrumente und Organisation des Controllings – Exemplarische Vertiefungen und aktuelle Probleme des Controllings		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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 Coenenberg, A. G. / Fischer, Th. M. / Günther, Th.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel Fischer, R.: Dienstleistungs-Controlling, Wiesbaden Haberstock, L.: Kostenrechnung I und II, Berlin Horváth, P.: Controlling, München Küpper, H.-U.: Controlling. Konzeption, Aufgaben und Instrumente, Stuttgart Pellens, B./ Fülbier, R./ Gassen, J.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools, München Schweitzer, M. / Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung. München: Vahlen

Grundlagen des Marketing (W3M12006) Principles of Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen des Marketing	W3M12006	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Asche

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen haben ein strategisches und konzeptionelles Wissen zum interdisziplinären Ansatz des Marketing erworben. Sie können relevante Informationen unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse interpretieren. Sie kennen die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Marketinginstrumente und setzen sie zieladäquat und unternehmensspezifisch ein. Sie sind routiniert in der Umsetzung des Planungsprozesses und der Koordinierung verschiedener Maßnahmen der unterschiedlichen Mixbereiche
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.
Personale und Soziale Kompetenz	-
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Absolventinnen und Absolventen zeigen Handlungskompetenz in der Priorisierung von vermarktungsorientierten Maßnahmen sowie die Einbindung von Mitarbeitern in die vorgeschlagenen und verabschiedeten Lösungsansätze. In dem Verständnis, dass Marketing 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
Grundlagen des Marketing	42	108
Märkte als Bezugsgröße des Marketing – Prozess der Marketingplanung – Überblick über Marketing-Strategien – Marketingorganisation – Produkt- und Programmpolitik – Kontrahierungspolitik – Distributionspolitik – Kommunikationspolitik – Koordination des Marketing-Mix – Grundlagen des Industriegütermarketing – Grundlagen des Dienstleistungsmarketing		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt
Becker, J.: Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements, München
Homburg, Ch.; Krohmer, H.: Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden
Kotler, Ph.; Armstrong, G; Wong, V.; Saunders, J.: Grundlagen des Marketing, München, Boston u.a.
Meffert, H.; Burmann, Ch.; Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden
Scharf, A.; Schubert, B.; Hehn, P.: Marketing: Einführung in Theorie und Praxis, Stuttgart

Grundlagen Personal und Organisation (W3M12007)

Principles of Human Resource Management and Organizational Behavior

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen Personal und Organisation	W3M12007	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ernst Deuer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	42	108	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die Relevanz personalpolitischer und organisationaler Entscheidungen für das Gesamtunternehmen zu würdigen. Sie verfügen im Bereich der betrieblichen Personalarbeit über fundierte Kenntnisse und haben einen Überblick über sämtliche relevanten personalwirtschaftlichen Prozesse, von der Personalplanung bis zur Personalfreisetzung. Darüber hinaus kennen sie die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Die unterschiedlichen Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sind ihnen vertraut.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können reale Organisationskonzepte sowie reale personalwirtschaftliche Prozesse analysieren und bewerten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, alternative organisationale Gestaltungsoptionen zu unterscheiden und zu bewerten. Gleichmaßen haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt. Darüber hinaus können sie ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation begründen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Grundlagen Personal und Organisation	42	108
Betriebliche Personalarbeit Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit – Personalbedarfsplanung – Personalbeschaffung – betriebliche Entgeltspolitik – Personalentwicklung – Personalfreisetzung – Grundzüge des Personalmarketings Grundzüge der Unternehmensorganisation Organisationstheorie und Organisationspraxis – Formen der Aufbau- und Ablauforganisation – Neuere Entwicklungen der Unternehmensorganisation – Neuere Formen interorganisationaler Zusammenarbeit		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Bea, F. X.; Göbel, E.: Organisation. Theorie und Gestaltung, Stuttgart: Lucius & Lucius

Bergmann, R.; Garrecht, M.: Organisation und Projektmanagement, Heidelberg: Springer

Bröckermann, R.: Personalwirtschaft: Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
Jung, H.: Personalwirtschaft, München, Wien: Oldenbourg

Lindner, D.; Lindner-Lohmann, F.; Schirmer, U. Personalmanagement. Heidelberg: Springer

Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Schirmer

Seminararbeit (W3M12008)

Term Paper

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminararbeit	W3M12008	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Matthias Rehme

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	-

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150	8	142	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden können eine wissenschaftliche Themenstellung theoretisch einordnen. Sie sind in der Lage, eine systematische Problemanalyse durchzuführen und eine präzise Problemstellung zu formulieren. Sie erkennen Ursachen und Ursache-Wirkungsketten für beobachtete Symptome und können wichtige Ursachen identifizieren. Die Studierenden sind dabei in der Lage, passende Referenzmodelle und Methoden aus der Theorie zu finden und auf die Problemstellung anzuwenden. Sie erarbeiten Handlungsempfehlungen und schätzen deren Vor- und Nachteile ein.
Methodenkompetenz	Die Studierenden bauen ihre Fähigkeit zu analytischem und kritisch-konstruktivem Denken aus und wenden Arbeits-, Problemlösungs- und Projektmanagementtechniken situativ an. Sie sind somit in der Lage, betriebswirtschaftliche Problemstellungen der Funktionsbereiche zu analysieren und theoretisch reflektierte Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind offen für Anregungen und haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer betriebswirtschaftlichen Argumentation zu begründen und zu verteidigen. Sie können mit Kritik umgehen und adäquat kritisieren.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden sind imstande, grundlegendes betriebswirtschaftliches Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten in realen Situationen oder Problemstellungen professionell anzuwenden. Die Studierenden sind weiterhin in der Lage, die erarbeiteten Themen überzeugend zu präsentieren und konstruktiv mit kritischen Fragen umzugehen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, eine wissenschaftliche Aufgabenstellung auf Basis der erworbenen Grundlagen aus den vorhergehenden Theoriemodulen unter Verwendung wissenschaftlicher Methoden kritisch-konstruktiv zu analysieren, begründete Lösungsvorschläge zu erarbeiten, diese zu dokumentieren, zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Seminararbeit	8	142
<p>Die Seminararbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen und / oder öffentlicher Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.</p> <p>In einer begleitenden Lehrveranstaltung können die Studierenden an die methodischen Besonderheiten dualer wissenschaftlicher Arbeiten herangeführt werden.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

-

Literatur

-

IT-Governance & IT-Strategy (W3M20001)

IT-Governance & IT-Strategy

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
IT-Governance & IT-Strategy	W3M20001	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marcus Vogt

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Prüfung - Klausur und Seminararbeit (geplante Gewichtung: 50% - 50 %)	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 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 Werkzeugen 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 Studierende können mit den Methoden der IT-Governance und des strategischen IT-Managements komplexe Fragestellungen und Probleme in der fachlichen Domäne analysieren und identifizieren sowie adäquate Lösungsansätze entwickeln und bewerten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden werden sich ihrer sozialen Verantwortung als strategische Entscheider im Unternehmen bewusst und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche Herausforderungen.
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
IT-Governance & IT-Strategie	48	102
<p>Einführung und Grundlagen zu Unternehmerischen Entscheidungen, IT-Governance und IT-Strategie</p> <p>Erweiterte Aspekte der Unternehmensarchitektur, Unternehmensstrategie und Corporate Governance im Bezug auf IT-Governance & IT-Strategie, z.B:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 <p>Erweiterte Aspekte des IT-Managements im Bezug auf IT-Governance und IT-Strategie, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
IT Project and Project Portfolio Management	W3M20002	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	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	48	102
IT Project Management and Project Management Systems • Definition von Projekt und Projektmanagement • Grundlagen Projektmanagement • Projektisiko, statistische Betrachtung • Projektmanagement Werkzeuge • Schätzmethode für IT und Softwareprojekte • aktuelle Methoden im Projektmanagement (agile Methoden, SCRUM, PRINCE2) • Projektportfoliomanagement, Programmanagement • Multiprojektmanagement • Fallbeispiele		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Business Process Management & Modelling	W3M20003	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Rainer Hoch

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 erlernen verschiedene Möglichkeiten der Geschäftsprozessmodellierung und kennen wichtige Eigenarten, so dass Sie die für einen Einsatzzweck passende Option auswählen können. Für spezielle IT-Systeme, z.B. Workflow Management 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 zur Architektur und Methoden der Geschäftsprozessmodellierung 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 Geschäftsprozessmanagements für Unternehmensanwendungen 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 & Modeling	48	102
Typische Prozessstrukturen in Organisationen, Dokumentation von Prozessen Überblick zu Managementtechnologien (GP, IM, DMS, WFM) Architektur von DMS und WFMS, Aufgaben und Funktionen, Dokumentformate (z.B. XML) Geschäftsprozesse und deren Modellierung Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK), Business Process Model and Notation (BPMN), Unified Modeling Notation (UML) Herausforderungen unternehmensweiter Prozessmodellierung Praxisbeispiele und Übungen zur Umsetzung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Keine Programmierkenntnisse notwendig.

Literatur

Allweyer, T. (2005): Geschäftsprozessmanagement – Strategie, Entwurf, Implementierung, Controlling. W3L AG.

Freund J. und Götzer, K. (2008): Vom Geschäftsprozess zum Workflow. Hanser.

Gadatsch, A. (2013): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis: Eine Einführung für Studenten und Praktiker. 7., aktualisierte Auflage. Vieweg+Teubner Verlag.

Götzer, K., Schmale, R., Maier, B. und Komke, T. (2013): Dokumenten-Management: Informationen im Unternehmen effizient nutzen. 5., vollständig überarbeitete Auflage. Dpunkt.verlag GmbH.

Schmelzer, H. J. und Sesselmann, W. (2007): Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. 6. Auflage. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.

Seidlmeier, H. (2015): Prozessmodellierung mit ARIS: Eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis in ARIS 9. 4., aktualisierte Auflage. Springer Vieweg.

Business Process Analytics, Simulation, and Mining (W3M20004)

Business Process Analytics, Simulation, and Mining

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Business Process Analytics, Simulation, and Mining	W3M20004	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden der Prozessanalyse, -simulation und -optimierung. Dabei sind sie sich den möglichen Problemen bei der Optimierung selber und beim Einsatz der Methoden bewusst. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Daten in größeren integrierten IT-Systemen zu identifizieren, mit denen Prozessabläufe rekonstruiert werden können. Die gewonnenen Rohdaten nutzen die Studierenden, um wichtige oder typische Prozessabläufe zu generieren.
Methodenkompetenz	Um Prozesse analysieren und optimieren zu können, wenden die Studierenden systematisch Analyse-, Modellierungs- und Simulationswerkzeuge an.
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	48	102
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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.
Sterman, John. D.: Business Dynamics. Systems Thinking and Modelling for a Complex World. McGraw-Hill Education.
Weikiens, 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 Business Processes (W3M20005)

Strategic Management of Business Processes

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Strategic Management of Business Processes	W3M20005	Deutsch	Prof. Dr. Frank Wolff

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen die Möglichkeiten einer kontinuierlichen Steuerung und Verbesserung der Prozesse. 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. Die Digitalisierung wird als wichtiger Faktor und Treiber des Geschäftsprozessmanagements aktiv genutzt.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, auf Basis der Unternehmensstrategie strategische Entscheidungen für die Prozessstrategie zu formulieren und die Umsetzung im Rahmen des Prozessmanagements voranzutreiben. Dabei können sie eine unternehmensweite Prozessmodellierung im Unternehmen gestalten und in kontinuierliche Verbesserungsprozesse einbetten. Die Studierenden 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 komplexen Abhängigkeiten zwischen Geschäftsprozessen und IT-Systemen erkennen die Studierenden und berücksichtigen diese bei Ihrer Arbeit. Sie 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 Business Processes	48	102
Strategisches Alignment von Geschäftsprozessen - Corporate Process Governance und Leadership Prozesscontrolling - Performance Management Digitalisierung von Prozessen - Collaborative Business Process Management Prozessmanagement-Methoden und Werkzeuge – Auswahl, unternehmensweite Einführung und ihre produktive Nutzung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Gute Kenntnisse im Bereich Geschäftsprozessmodellierung, z.B. durch die Veranstaltung Geschäftsprozesse I oder aus dem Bachelorstudium

Literatur

Besanko, David, Dranove, David, Schaefer Scott und Shanley, Mark: Economics of Strategy. John Wiley & Sons

Brocke, Jan vom und Rosemann, Michael: Handbook on Business Process Management 1. Introduction, Methods and Information Systems (International Handbooks on Information Systems). Springer.

Brocke, Jan vom und Rosemann, Michael: Handbook on Business Process Management 2. Strategic Alignment, Governance, People and Culture (International Handbooks on Information Systems). Springer.

Franz, Peter: Value-driven Business Process Management: The Value-Switch for Lasting Competitive Advantage. McGraw-Hill Professional. New York.

Freund, Jakob: Vom Geschäftsprozess zum Workflow. Ein Leitfaden für die Praxis. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG. München.

Hanschke, Inge und Lorenz, Rainer: Strategisches Prozessmanagement. Einfach und effektiv. Ein praktischer Leitfaden. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG. München.

Mintzberg, Henry und Quinn, James Brian: The Strategy Process. Concepts, Contexts, Cases. Pearson Education Limited

Integrierte Informationsverarbeitung (W3M20006)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Integrierte Informationsverarbeitung	W3M20006	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dirk Uwe Palleduhn

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 kennen den historischen und wissenschaftlichen Kontext, in welchem das Konzept der Integrierten Informationsverarbeitung entstanden ist sowie die theoretischen Grundlagen der Integrierten Informationsverarbeitung. Darüber hinaus sind sie mit den IT-technischen Anwendungen und Lösungen zur Realisierung einer Integrierten Informationsverarbeitung und deren methodisch sinnvolle Verknüpfung und praktische Ausprägung im Rahmen einer betrieblichen IT-Systemlandschaft vertraut.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, Konzepte und Systeme der Integrierten Informationsverarbeitung auf einer theoretisch-abstrakten sowie auf einer sachlich-konkreten Ebene kritisch zu betrachten und zu kommunizieren. Die besonderen Probleme in diesem Bereich können sie identifizieren und mit wissenschaftlich fundierten Ansätzen lösen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden können ihr theoretisches Fach- und praktisches Erfahrungswissen nutzen, um auch in problematischen Situationen angemessen, authentisch und erfolgreich zu agieren. Demtensprechend sind sie in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit einem Gremium zu präsentieren und dieses von den Lösungsansätzen und der Qualität der Arbeit zu überzeugen.
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Integrierte Informationsverarbeitung	48	102
<p>(1) Allgemeine Grundlagen (u.a. System- und Kommunikationstheorie, domänen-übergreifende Termini)</p> <p>(2) Geschichte der betrieblichen Informationsverarbeitung</p> <p>(3) Wissenschaftsdisziplin "Wirtschaftsinformatik" im deutschsprachigen Raum:</p> <p>a) Historische Entwicklung</p> <p>b) Forschung und Lehre ("Design Science" versus "Rigor")</p> <p>c) Grand (academic) Challenges</p> <p>(4) Theoretische Grundlagen der Integrierten Informationsverarbeitung (u.a. Ziele und Probleme, Integrationsmodelle und Informationsarchitekturen)</p> <p>(5) Funktionen und Prozesse in den Bereichen des Industriebetriebs</p> <p>a) Sektoren in Industrieunternehmen (u.a. "Forschung sowie Produkt- und Prozessentwicklung", "Vertrieb", "Produktion")</p> <p>b) Funktionsbereich- und prozessübergreifende Integrationskomplexe und IT-Anwendungen</p> <p>(6) Rahmenbedingungen der Integrierten Informationsverarbeitung (u.a. IT-Governance, Herausforderungen beim Projektmanagement)</p> <p>(7) Realisierung der Integrierten Informationsverarbeitung</p> <p>a) Allgemeine Aspekte und Grundlagen (u.a. Implementierung und Migrationsstrategien, Daten-Import und -übernahme aus Alt-Systemen)</p> <p>b) Grundlagen von ERP (Enterprise Resource Planning)-Systemen</p> <p>c) Marktübersicht und Lösungsanbieter</p> <p>(8) Praktische Übungen an einem ERP-System (z.B. SAP S/4HANA):</p> <p>a) Systemarchitektur</p> <p>b) Programmiermodelle</p> <p>c) Abwicklung von Geschäftsprozessen</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die akademische Lehrveranstaltung "Integrierte Informationsverarbeitung (IIV)" kann als theoretische Grundlage für den Besuch des Praxis-Kurses "SAP ERP - Integration of Business Processes" (= SAP TERP10 (Training Enterprise Resource Planning in 10 days)) 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

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: Enterprise Resource Planning. Architektur, Funktionen und Management von ERPSystemen. DeGruyter Oldenbourg, München u.a.
- Kurbel, Karl: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie. 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, 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, Heidelberg.
- Mertens, Peter; Meier, Marco C.: Integrierte Informationsverarbeitung 2. Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Palleduhn, Dirk Uwe; Neudorf, Herbert: Geschäftsprozessmanagement und Integrierte Informationsverarbeitung. Oldenbourg, München u.a.
- Scheer, August-Wilhelm: Wirtschaftsinformatik. Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse. Springer, Berlin u.a.

Advanced Aspects in EBusiness & Digitalization (W3M20007)

Advanced Aspects in EBusiness & Digitalization

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Advanced Aspects in EBusiness & Digitalization	W3M20007	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Marcus Vogt

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 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	Mit den erlernten Methoden und Techniken können die Studierenden komplexe Fragestellungen und Probleme in der fachlichen Domäne analysieren und identifizieren sowie adäquate Lösungsansätze entwickeln und bewerten.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden werden sich ihrer sozialen Verantwortung als strategische Entscheider im Unternehmen bewusst und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche Herausforderungen.
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	48	102
<ul style="list-style-type: none">- 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 und Voraussetzungen

Besonderheiten
Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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

<p>Chaffey, Dave: Digital Business and E-Commerce Management. Financial Times Prent.</p> <p>Frost, Markus: E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler</p> <p>Graf, Alexander und Schneider, Holger: Das E-Commerce Buch. Marktanalysen – Geschäftsmodelle – Strategien. Deutscher Fachverlag</p> <p>Hoffmeister, Christian: Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern. Carl Hanser Verlag</p> <p>Kollmann, Tobias: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. Springer Gabler</p> <p>Laudon, Kenneth C. und Guercio Traver, Carol: E-Commerce 2018: Business, Technology, Society. Pearson</p> <p>Wirtz, Bernd W.: Electronic Business. 6. Auflage. Springer Gabler</p>

Enterprise Software Infrastructure (W3M20008)

Enterprise Software Infrastructure

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Enterprise Software Infrastructure	W3M20008	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Kessel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 erhalten einen Überblick über die verschiedenen Kategorien einer Enterprise Software Infrastruktur. Außerdem sollen die Studierenden verstehen, welche typischen Problem oder Fragestellungen zu den einzelnen Softwarekategorien führen. Sie sollten sich hierbei die verschiedenen Paradigmen von klassischer Middleware, über EAI bis zu Workflow- Systemen erarbeiten und diese jeweils voneinander abgrenzen. Die Vor- und Nachteile der verschiedenen Ansätze und Werkzeuge werden von den Studierenden untersucht bzw. diskutiert. Die für die jeweilige Softwarekategorie typischen Architekturen, Entwurfsmuster und Anwendungsfälle erarbeiten die Studierenden in Fallbeispielen aus der Literatur und der Praxis. Dabei beschreiben und analysieren sie die jeweiligen Märkte, die führenden Produkte und ihre technologischen Standards.
Methodenkompetenz	Die Studierenden haben eine vertiefte Reflexions- und Handlungsfähigkeit erworben, die es ihnen erlaubt, die verschiedenen Aspekte bei der Entwicklung und dem Einsatz dieser Unternehmensanwendungen kritisch zu hinterfragen und zu reflektieren. Dabei sind sie in der Lage, alle verfügbaren Lernmittel effizient einzubinden, sowie eine systematische Methodik für den Themenbereich auszuwählen und anzuwenden. Die Studierenden können eine Methodik für den betreffenden Problem- oder Themenbereich auswählen und anwenden.
Personale und Soziale Kompetenz	-
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
Enterprise Software Infrastructure	48	102
<p>Grundlagen und Paradigmen von IT Plattformen/Frameworks zur Entwicklung von Unternehmenssoftware Allgemeine Überlegungen und Prinzipien beim Systementwurf Typische Systemarchitekturen für jeweilige Softwarekategorie (z.B. Architektur, Kommunikation und Koordination bei verteilten Systemen, Rest/Webservices, Microservices) Kategorien von verfügbarer IT Infrastruktur/Plattformen: · JEE Applikationsserver (Standards vs Frameworks, Einordnung in Theorie verteilter Systeme u. Softwareentwicklung, Architekturen) · andere Ansätze im Vergleich: z.B. SOA, .NET Framework · Workflow-Management-Systeme + BPEL · Model-Driven Architectures (MDA) · Message-orientierte Architekturen: Design Prinzipien und Patterns, Kommunikation / Zustandsbehandlung, Verteilung / Nebenläufigkeit, Grundlagen Messaging-Systeme · Erläuterung anhand z.B. von Enterprise Application Integration, Enterprise Service Bus · Abgrenzung der Entwurfsprinzipien/philosophien Analyse der jeweiligen Marktführer</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Gute Kenntnisse in Softwareentwicklung und -architekturen

Literatur

Gharbi, Mahbouba und Koschel, Arne et al.: Basiswissen für Softwarearchitekten. Aus-und Weiterbildung nach ISAQB-Standard zum Certified Professional for Software Architecture. Foundation Level. dpunkt
Hanschke, Inge: Enterprise Architecture Management einfach und effektiv: Ein praktischer Leitfaden für die Einführung von EAM. Hanser
Starke, Gernot: Effektive Softwarearchitekturen. Ein praktischer Leitfaden. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG
Toth, Stefan: Vorgehensmuster für Softwarearchitektur: Kombinierbare Praktiken in Zeiten von Agile und Lean. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG

Development of Mobile Business Applications (W3M20009)

Development of Mobile Business Applications

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Development of Mobile Business Applications	W3M20009	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	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 Gesamapplikation einordnen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Development of Mobile Business Applications	48	102
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

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

Design Patterns for Enterprise SW (W3M20010)

Design Patterns for Enterprise SW

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Design Patterns for Enterprise SW	W3M20010	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Herbert Neuendorf

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Labor
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 insbesondere nachrichten-orientierter Design Patterns und integrativer Strukturen im Bereich komplexer Enterprise-SW-Architekturen bezüglich deren Stabilität, Robustheit und Erweiterbarkeit. Sie können komplexe Geschäftslogik auf Design Patterns (als Grundlage entsprechender konkreter Implementierungen) abbilden und modulare, komponenten-basierte, asynchron-nebenläufige und nachrichtenbasierte Lösungen für das betriebliche Umfeld entwickeln. Die Studierenden erwerben dadurch Einsichten in aktuelle architektonische Problemstellungen im Bereich des Software Engineering und die Fähigkeit zu deren Bewältigung beim Entwurf komplexer Software-Systeme beizutragen.
Methodenkompetenz	Mit Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, typische Probleme, Ziele, Methoden und Technologien im Kontext von Enterprise-Architekturen fachlich fundiert zu beurteilen und lösungsorientiert zu verknüpfen. Zugleich erwerben sie die Fähigkeit, sich auf dem betreffenden Gebiet auch in Zukunft aktuelle Zusammenhänge anzueignen und diese bewerten zu können.
Personale und Soziale Kompetenz	In den Studierenden soll ein Bewusstsein für die Verantwortung geweckt werden, die mit ingenieurmäßigem Software Engineering im Unternehmenskontext (bezüglich stabiler, sicherer und nachhaltiger Softwarearchitekturen) verbunden ist. Dazu gehört auch die Fähigkeit, über komplexe Software-Architekturen fachlich kompetent zu kommunizieren.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden können Theorien und Modelle auf die Unternehmenspraxis anwenden und zugleich die praktische Relevanz dieser Theorien und Modelle hinterfragen. Auf diese Weise soll die grundlegende Praxisrelevanz der theoretischen und modellbasierten Durchdringung technologischer Sachverhalte vermittelt werden. Damit können sie ihr theoretisches Fachwissen und ihr praktisches Erfahrungswissen nutzen, um angemessen, authentisch und erfolgreich zu agieren.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Design Patterns for Enterprise SW	48	102
<p>Grundlegende integrative Strukturen im Bereich nebenläufiger, verteilter, lose gekoppelter Anwendungssysteme. (Darstellung auf Basis problemspezifischer visueller Modellierungsnotationen, jedoch auch mittels Open Source Frameworks durch rudimentäre Java-Codierungsbeispiele).</p> <p>Themenfelder:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Grundlegende Begriffe: Monolithische versus verteilte Systeme Entkopplung durch Separation of Concerns Schichten- und Modul-Bildung Skalierbarkeit Nebenläufigkeit und Synchronisation Transaktionalität und Konsistenz: ACID versus BASE, CAP-Theorem Synchrone versus Asynchrone Kommunikation Stateless versus Stateful Client-Server versus Peer-to-Peer versus Pipelining / Streaming Request-Response versus Message-basierter Kommunikation2. Lokale Verteilungs- und Nebenläufigkeitsmuster: Asynchrones, nicht-blockierendes Multithreading Consumer-Producer-Muster: Queues, Dispatcher-Worker-Pools, Staged Event Driven Architecture (SEDA) Proxy, Adapter, Fassade, Mapper, Data Access Objects Dependency Injection3. Protokoll- und Netzwerk-basierte Verteilungs- und Nebenläufigkeitsmuster: Gateway, Load Balancing, Caching Verteilte Server und deren Konsistenzmechanismen Verbindungsorientierte, synchrone Protokolle versus verbindungslose, asynchrone Protokolle Client-Pull/Poll versus Server-Push Restful Webservices Microservices4. Asynchrone Messaging Architekturen und Frameworks Message Oriented Middleware (MOM) Point-to-Point versus Publish & Subscribe Message Broker, Message Queue, Message Topics5. Enterprise Integration Patterns: Content Based Routing & Filtering (Transformator, Splitter, Aggregator etc.) Messaging Channels, ESB EAI versus SOA versus Microservices6. Workflow-Ebene: Complex Event Processing Event Driven Architecture Executable BPMN Message-basierte Architektur des Internet of Things		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Grundkenntnisse einer objektorientierten Programmiersprache - bevorzugt Java.

Literatur

Bien, A.: Real World Java EE Patterns Rethinking
Daigneau, R. (2011): Service Design Patterns Fundamental Design Solutions for SOAP/WSDL and RESTful Web Services. AddisonWesley.
Fowler, M. (2002): Patterns of Enterprise Application Architecture. Addison Wesley.
Hohpe, G. und Woolf, B. (2003): Enterprise Integration Patterns. Addison Wesley.
Knoernschild, K. (2012): Java Application Architecture. Addison Wesley.

Advanced Data Management (W3M20011)

Advanced Data Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Advanced Data Management	W3M20011	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Christoph Sturm

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 Funktionen und Komponenten eines Datenbankmanagementsystems sowie ihr Zusammenspiel und können die grundlegenden Techniken des Query Processings, des Database Tunings und des Clusterings erklären. Die aktuellen Ansätze der Datenbankentwicklung (In-Memory Datenbanken, Column Stores, Triple Stores etc.) und deren Verortung innerhalb bereits bestehender Systeme ist den Studierenden bekannt. Dabei können sie alternative Datenbankmodelle (objektorientiert, XML, RDF) und die zugehörigen Anfragesprachen anwenden. Die entsprechenden Daten können sie in NoSQL Datenbanken verwalten und NoSQL Datenbanken in entsprechende Anwendungen integrieren. 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	48	102
<p>Vertiefende DB Technologien</p> <ul style="list-style-type: none">- Query Processing (Parse, Compile and Execute Queries) <p>Query Optimizing Database Tuning</p> <ul style="list-style-type: none">- In Memory Datenbanken (IMDB) <p>Column Stores</p> <p>Datenkompression</p> <p>Anfrageverarbeitung</p> <ul style="list-style-type: none">- Temporalisierung- Anbindung relationaler Datenbanken in objektorientierten Programmiersprachen <p>Verteilte Datenbanksysteme</p> <ul style="list-style-type: none">- Verteilungsentwurf- Datenintegration- Datenreplikation- Parallele Datenbanken- Clustering- DB as a Service / Cloud DBs <p>Datenbankprogrammierung</p> <ul style="list-style-type: none">- Entwurf und Entwicklung von Datenbankanwendungen- Implementierung einfacher Applikationen <p>Alternative Datenbankmodelle und NoSQL-Datenbanken</p> <ul style="list-style-type: none">- Flexible Schemas in RDBMS (XML- und JSON-Datenmodelle)- Key-Value Stores- Document Stores- Graph Databases- Time Series Databases- RDF Stores <p>Datenhaltung und Datenverarbeitung im Big Data-Umfeld</p> <ul style="list-style-type: none">- Horizontale Skalierbarkeit- Distributed Data Storage- Distributed Logs- Code Pushdown (Distributed Batch- and Stream-Processing)		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

Voraussetzungen

Grundlegende Kenntnisse über relationale Datenbanken, Basiskenntnisse in Programmieren

Literatur

Bauer, C., King, G und Gregory, G. (2008): 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.

Plattner, H. und Zeier, A. (2012): In-Memory Data Management. 2. Auflage. Springer.

Saake, G. und Heuer, A. (2013): Datenbanken: Implementierungstechniken. 3. Auflage. MITP.

Sadalage, PJ. 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 Business Software Lifecycle Management (W3M20012)

Advanced Business Software Lifecycle Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Advanced Business Software Lifecycle Management	W3M20012	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Kessel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	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	Die Studierenden klassifizieren die verschiedenen Ansätze zur Softwareentwicklung betrieblicher Informationssysteme (z.B. Vorgehensmodelle, Testverfahren) und können diese ausführen. Sie differenzieren die Verfahren nach deren Voraussetzungen, Randbedingungen und Ergebnisse für eine anschließende Evaluation oder Diskussion. Um die Software eigenständig weiterzuentwickeln oder anzupassen, wenden die Studierenden die einschlägigen Verfahren an und bewerten diese.
Personale und Soziale Kompetenz	-
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Advanced Business Software Lifecycle Management	48	102
Implementierung (Paradigmen z.B. TestFirst, Coding Styles, Dokumentation, ...) Test (Testarten, Testprozesse, Testfallerstellung, Black-Box/White-Box-Tests, Testüberdeckung) Integration und Auslieferung (Integration, Deployment, Migration, incl. Continuous Integration & Deployment) Wartung (Pflege und Refactoring) Qualitätsmanagement(statische und dynamische Verfahren, Fehlerverfolgung, Wirtschaftliche Aspekte, Dokumentation) Versionsmanagement (Konfigurationsmanagement) Werkzeuge für die Softwareentwicklung Neuere Technologien/Konzepte: z.B. Model Driven Development, Domain Specific SE, ServiceOriented Architectures, Large Software Development Projects, Critical Systems SE, Usability Engineering Schwerpunktbildung möglich		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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.

Information Security and Information Security Systems (W3M20013)

Information Security and Information Security Systems

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Information Security and Information Security Systems	W3M20013	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Tobias Straub

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Klausur und Referat (geplante Gewichtung: 75% - 25 %)	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 kennen die Grundbegriffe sowie die zentralen Fragestellungen und Konzepte der IT-Sicherheit. Dementsprechend verstehen sie die Ursachen typischer Sicherheitsprobleme und haben einen Überblick über konkrete Bedrohungen, Sicherheitsmechanismen und operative Maßnahmen gewonnen. Die wesentlichen Standards, gesetzlichen Regelungen und Vorgehensmodelle sind ihnen bekannt. Die Studierenden haben ein Bewusstsein für Sicherheitsrisiken und die Notwendigkeit eines IT-Sicherheitsmanagements entwickelt und beispielhaft Tools im Labor praktisch eingesetzt.
Methodenkompetenz	Die Studierenden sind in der Lage, die Methoden und Technologien der IT-Sicherheit fallbezogen zu bewerten und einzusetzen.
Personale und Soziale Kompetenz	Die Erfordernisse der IT-Sicherheit und des Datenschutzes können die Studierenden gegeneinander abwägen und miteinander in Einklang bringen. Sie lernen, Werkzeuge zur Sicherheitsanalyse verantwortungsvoll und rechtskonform einzusetzen.
Übergreifende Handlungskompetenz	Mit Abschluss des Moduls können sich die Studierenden selbstständig in weiterführende Konzepte einarbeiten, sich über Fachfragen austauschen und bei Bedarf zusätzliche Fertigkeiten erwerben.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Information Security and Information Security Systems	48	102
Information Security		
<ul style="list-style-type: none">• Einführung in Informationssicherheit• Common Criteria• Bedrohungsszenarien• Risiken• Designprinzipien• Evaluation und Vertrauen, Zusicherung von Eigenschaften der IS• Formale Verifizierung• Evaluierungskriterien im Designprozess• Authentifizierung• Grundlagen, Auditing und Assessment• Containment und Recovery• Grundlagen der Kryptographie, symmetrische und asymmetrische Verschlüsselung, Public Key Verfahren, digitale Signaturen		
Information Security Systems		
<ul style="list-style-type: none">• Buffer Overflows• Struktur von Würmern und Viren• Software Security• Systeme zur Sicherstellung von Datenintegrität und Authentisierung• Schutz vor üblichen Angriffsvektoren• Firewalls, IDS/IPS, Virens Scanner• Sicherheit auf Betriebssystem und Netzwerkebene• Security Information Management Systeme• Zugangskontrollen• Biometrie• Rechenzentrumsstrukturen		
Besonderheiten		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.
Voraussetzungen
-

Literatur

Bishop, M.: Computer Security. Art and Science. Boston (Mass.)
BSI: IT-Grundschutz Standards. [https://www.bsi.bund.de/cln_165/DE/Themen/ITGrundschutz/itgrundschutz_node.html[23.01.2010]](https://www.bsi.bund.de/cln_165/DE/Themen/ITGrundschutz/itgrundschutz_node.html[23.01.2010]).
BSI: Leitfaden Informationssicherheit. [https://www.bsi.bund.de/cln_165/DE/Themen/ITGrundschutz/itgrundschutz_node.html[23.01.2010]](https://www.bsi.bund.de/cln_165/DE/Themen/ITGrundschutz/itgrundschutz_node.html[23.01.2010]).
Northcutt, S.: Inside Network Perimeter Security. Indianapolis.
Pfleeger, C. P und Pfleeger, S. L.: Security in Computing. Upper Saddle River (N.J.).
Schmeh, K: Cryptography and Public Key Infrastructure on the Internet. New York.
Zusätzlich empfohlene Literatur:
Anderson, R.: Security Engineering: A Guide to Building Dependable Distributed Systems. Hoboken (N.J.).
Cole, E.: Hackers Beware: The Ultimate Guide to Network Security. Sams Publishing Pearson Education.
Skoudis, E.: Insider Threat. Syngress.
Spitzer, L.: Honeypots: Tracking Hackers. Boston (Mass.)/München.
The Honeypot Project: Know Your Enemy: Revealing the Security Tools, Tactics, and Motives of the Blackhat Community. Boston (Mass.)/München.
Es werden ergänzend weitere Fachartikel herangezogen. Die für das jeweilige Jahr ausgewählte Teilmenge der o.g. Literatur wird über das Learning Management System rechtzeitig vor Modulbeginn bekannt gegeben.

IT-Security Cryptography and Secure Communications (W3M20014)

IT-Security Cryptography and Secure Communications

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
IT-Security Cryptography and Secure Communications	W3M20014	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 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	48	102
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		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

Voraussetzungen

-

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Information Security Management	W3M20015	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 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 Risikermittlung 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	48	102
<p>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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
IT-Security Secure Software Engineering in Business Computing	W3M20016	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Tobias Straub

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Klausur und Programmwurf (geplante Gewichtung: 50% - 50 %)	Siehe Prüfungsordnung	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 Rolle der IT-Sicherheit im Entwicklungsprozess und können typische Schwachstellen identifizieren und im eigenen Programmcode erkennen und vermeiden.
Methodenkompetenz	Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken des sicheren Software-Engineerings können sie lösungsorientiert verknüpfen und diese bei der Erstellung von Software anwenden. Eine Vermittlung der Prinzipien an andere Personen z.B. Entwickler/innen, Administrator/innen) ist Ihnen ebenso möglich, wie die Überprüfung der entsprechenden Einhaltung.
Personale und Soziale Kompetenz	Der Verantwortung im Umgang mit sensitiven Daten sind sich die Studierenden bewusst.
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
IT-Security Secure Software Engineering in Business Computing	48	102
<ul style="list-style-type: none">- 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- TechnologieundMethodenauswahl- Formale Methoden- Prinzipien der SoftwareSicherheit- SoftwareAudits- BufferOverflowProblematik- Offene Software gegenüber proprietären Lösungen- Zugangsschutz gegenüber Nutzbarkeit- Angewandte Kryptographie- Vertrauen und dessen ITseitigeAbbildung- Validierung von Eingaben- Sicherheit in Datenbanken- Passwörter und andere Verfahren- Zufallsverfahren und PseudoRandomness		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

Voraussetzungen
-

Literatur

Bishop, Matt: Computer Security: Art and Science. Current edition. Addison Wesley. Boston, MA.
Howard, Michael and LeBlanc, David C.: Writing Secure Code. Microsoft Press. Current edition.
Pfleeger, Charles, P., Pfleeger, Shari Lawrence: Security in Computing. Upper Saddle River. Current edition; NJ: PrenticeHall.
Viega, John and McGraw, Gary (2002): Building Secure Software: How to Avoid Security Problems the Right Way. Current edition. AddisonWesley. Boston, MA.

IT-Security Attack and Defense (W3M20017)

IT-Security Attack and Defense

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
IT-Security Attack and Defense	W3M20017	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	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 kennengelernt. Im Kontext der Unternehmens-IT erkennen Studierende die Verwendung der gelehnten Methoden und Techniken durch Angreifer.
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.
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	-

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
IT-Security Attack and Defense	48	102
<p>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.</p> <p>Sie können die Spuren eines Einbruchsvorfalles lesen, Schutz- und Abwehrmaßnahmen ergreifen und Beweise für eine Strafverfolgung sichern.</p> <p>Sie haben in diesem Zusammenhang Unterschiede und Gemeinsamkeiten von typischen Systemumgebungen und deren Schwachstellen (Windows/Unix, Router und Switche, ausgewählte Anwendungssoftware) im Rahmen der Informationssicherheit kennengelernt und können jeweils geeignete Maßnahmen zur Sicherung vornehmen.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

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.

Data Science & Big Data (W3M20018)

Data Science & Big Data

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Data Science & Big Data	W3M20018	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Christoph Sturm

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Laborarbeit (Gewichtung 50%) und Klausur (Gewichtung 50%)	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 erhalten einen fundierten Überblick über die Anwendungsgebiete von Big Data. Sie verstehen Big Data Architekturen und können sich mit deren Einsatzgebieten, Stärken und Schwächen reflektiert auseinandersetzen. Die Studierenden können Big Data Processing Frameworks zur Datenverarbeitung selbstständig auf betriebliche Problemstellungen übertragen und reflektieren. Sie verstehen die Funktionsweise spezifischer Algorithmen zur Analyse großer Datenmengen und können die Erfolgswahrscheinlichkeit ihres Einsatzes bewerten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden können die üblichen Methoden und Techniken von Big Data und Data Science in ihrem Unternehmen selbstständig einsetzen und reflektiert weiterentwickeln. Sie haben die Fähigkeit die Grenzen der Methoden für das Vorhaben ihres Unternehmens einzuschätzen. Die Studierende können die Methode der datengetriebenen Informations- und Wissensgewinnung zur Lösung von Problemen oder Beantwortung von Frageneinsetzen und diese auf beliebige Einsatzgebiete adaptieren. Dies beinhaltet die Auswahl der richtigen Algorithmen für die jeweilige praktische Fragestellung, die für den jeweiligen Algorithmus erforderliche Datenstrukturierung und die Bewertung des Ergebnisses.
Personale und Soziale Kompetenz	-
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden verstehen die datengetriebene und datenzentrierte Entscheidungsfindung.

Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Data Science & Big Data	48	102
<p>Big Data</p> <ul style="list-style-type: none">- Small vs. Big Data <p>Chancen und Auswirkungen von Big Data</p> <ul style="list-style-type: none">- Big Data Use Cases- Communication Cost Model- Architekturen (Lambda-/Kappa-Architekturen)- Datenverarbeitung großer Datenmengen <p>Cloud (IaaS/PaaS/SaaS)</p> <p>Big Data Transfer / Storage</p> <ul style="list-style-type: none">- Big Data Processing Frameworks <p>Code Pushdown</p> <p>Batch Processing</p> <p>Stream Processing</p> <p>Data Science</p> <ul style="list-style-type: none">- Definition / Einführung Data Science <p>CRISP-DM Prozess / Knowledge Discovery (KDD) Prozess</p> <p>Data Mining Basistechniken</p> <p>Data Science Use Cases</p> <ul style="list-style-type: none">- Datenvorverarbeitung <p>Datenarten, Datenverständnis, Datenvisualisierung</p> <p>Datenqualität</p> <p>Datenintegration</p> <p>Datenreduktion</p> <p>Datentransformation</p> <ul style="list-style-type: none">- Analyse großer Datenmengen <p>Supervised Segmentation</p> <p>Overfitting</p> <p>Linear / Logistic Regression</p> <p>Support Vector Machines (SVM)</p> <p>Similarity Search and Distance Measures</p> <p>Clustering (KMeans)</p> <p>Dimensionality Reduction (SVD, PCA)</p> <p>Large Scale Machine Learning</p> <p>Evaluation der Modelle</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.
Die Prüfungsleistung besteht aus einem Laborbericht und einer Klausur.

Voraussetzungen

DB Kenntnisse, Programmierkenntnisse

Literatur

Cleveland, William S. (1993): Visualizing Data. Hobart Press.
Cleveland, William S. (1994): The Elements of Graphing Data. Hobart Press.
Few, Stephen (2006): Now You See It: Simple Visualization Techniques for Quantitative Analysis. Analytics Press.
Leser, Ulf und Naumann, Felix (2006): Informationsintegration. dpunkt.verlag.
Leskovec, Jure, Rajaraman, Anand und Ullman, Jeff (2014): Mining of Massive Datasets. 2. Auflage. Cambridge University Press.
Provost, Foster und Fawcett, Tom (2013): Data Science for Business. O'Reilly.
Schmarzo, Bill (2013): Big Data: Understanding How Data Powers Big Business. Wiley.
Segaran, Toby und Hammerbacher, Jeff (2009): Beautiful Data. O'Reilly.
Tufté, Edward R (2001): Visual Display of Quantitative Information. 2. Auflage. Bertrams.

Social Software (W3M20019)

Social Software

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Social Software	W3M20019	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	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	48	102
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

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 drfolgreicher 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Internet of Things	W3M20020	Deutsch/Englisch	Dr.rer.pol Julian Reichwald

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	48	102	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	48	102
<p>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.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Dieses Modul kann im Zertifikatsprogramm belegt werden.

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 Schleupner 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.
- Taegeer, Jürgen (Hrsg.): Internet der Dinge: Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft. OIWIR Verlag für Wirtschaft, Informatik und Recht.
- Tanenbaum, Andrew S. und van Stehen, 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			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Information Technology Law and Ethics	W3M20021	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Tobias Straub

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Seminararbeit und mündliche Prüfung (geplante Gewichtung: 50% - 50 %)	Siehe Pruefungsordnung	ja

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 kennen die für den betrieblichen Kontext maßgeblichen Rechtsgrundlagen und sind hinreichend sensibilisiert, um beim Einsatz von IT-Systemen oder der Durchführung von IT-Projekten rechtliche Risiken und Gestaltungsmöglichkeiten frühzeitig erkennen zu können.
Methodenkompetenz	-
Personale und Soziale Kompetenz	Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden bei der Gestaltung der IT- und Prozesslandschaft den rechtlichen Rahmen sowie die sozialen Aspekte von Mitarbeitern 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.
Übergreifende Handlungskompetenz	Mit den Methoden der Vorlesung können sie die Ausgestaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen (Verträgen, Nutzungsbedingungen etc.) beeinflussen und auf eine adäquate Umsetzung in betrieblichen Prozessen und technischen Systemen hinwirken. Im Hinblick auf das Datenschutzrecht oder die Lizenzierung von Software helfen sie so, mögliche Risiken für das Unternehmen zu minimieren und eine Haftung durch Rechtsverstöße zu vermeiden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Information Technology Law and Ethics	48	102
Begriffe und Konzepte des ITRechts: 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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

Voraussetzungen

-

Literatur

Aktuelle Gesetzestexte

Fischer, Peter, Hubig, Christoph und Koslowski, Peter (Hrsg.): Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy. Heidelberg.

Trevino, Linda; Nelso, Katherine: Managing Business Ethics: Straight Talk About How To Do It Right. Danvers.

Software Engineering in a Business Context (W3M20022)

Software Engineering in a Business Context

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Software Engineering in a Business Context	W3M20022	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Rainer Hoch

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 können nach Abschluss des Moduls die Ansätze zum Software-Engineering verstehen und umsetzen. Darüber hinaus sind Sie in der Lage, IT-Problemstellungen zu analysieren und prinzipielle Lösungen zu erarbeiten.
Methodenkompetenz	Die Studierenden analysieren einfache IT-Problemstellungen, um rechnergestützte Lösungen spezifizieren und umsetzen zu können. Die Ergebnisse der jeweiligen Projektphasen können Sie in ihren Inhalten und Zielrichtungen erfassen und dokumentieren. Zur Modellierung von Daten und Ablaufstrukturen verwenden Sie standardisierte Beschreibungsmethoden der Softwareentwicklung (UML).
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden setzen sich im Team mit ihrer Vorgehensweise bei der Bearbeitung von Lösungsoptionen zur Softwareentwicklung reflexiv auseinander, um problemlösend und kooperativ zu arbeiten.
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse in den angegebenen Fachgebieten dieses Moduls und können sich an fachlichen Gesprächen und Diskussionen in der Softwareentwicklung beteiligen sowie eigene Beiträge in deutscher und englischer Sprache beisteuern.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Software Engineering in a Business Context	48	102
Grundlagen und Einführung in die Softwareentwicklung Vorgehensmodelle (Klassische Modelle, VModell, RUP u.a.), Phasen der Softwareentwicklung, Abgrenzung zu agilen Methoden (z.B. XP, Scrum), Definition und Ziel von Systemanalyse und Systementwurf, Requirements Management, Notwendigkeit eines strukturierten Vorgehens, Grundkonzepte der Objektorientierung, Objektorientierte Analyse und objektorientierter Entwurf Einführung in die Unified Modeling Notation (UML), Grundlegende Diagrammtypen in UML, Statische und Dynamische Diagramme in UML Grundlegende Entwurfsprinzipien (Abstraktion, Strukturierung, Bindung und Kopplung, Hierarchisierung, Modularisierung) Praxisbeispiele und Übungen zur Umsetzung		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm nach Freigabe durch die Wissenschaftliche Leitung belegt werden.

Vertiefung der Grundlagen durch praktische Übungen in Kleingruppen

Voraussetzungen

-

Literatur

Bächle, M. und Kolb, A. (2012): Einführung in die Wirtschaftsinformatik. OldenbourgVerlag.

Balzer, H. (2009): Lehrbuch der Softwaretechnik. Basiskonzepte und Requirements Engineering. 3. Auflage. Spektrum Akademischer Verlag.

Balzert, H.: Lehrbuch der Objektmodellierung: Analyse und Entwurf mit der UML 2. Spektrum Akademischer Verlag.

Hansen, H.R. und Neumann, G.: Wirtschaftsinformatik I: Grundlagen betrieblicher Informationsverarbeitung. UTB. Stuttgart.

Oestereich, B. und Bremer, S.: Analyse und Design mit UML 2.3: Objektorientierte Softwareentwicklung. Oldenbourg. München.

Blockchain-Technologie, Smart Contracts und digitale Plattformen (W3M20023)

Blockchain technology, smart contracts and digital platforms

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Blockchain-Technologie, Smart Contracts und digitale Plattformen	W3M20023	Deutsch	Prof. Dr. Sebastian Richter

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Mündliche Prüfung + Transferbericht (Gewichtung: 50% / 50%)	Siehe Pruefungsordnung	ja

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 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 untern anderem wichtig, auf theoretischer Basis die Problemlösungsdimensionen der Technologiekategorie 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 Technologiekategorie, 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 Technologiekategorie verbundenen innovativen Weiterentwicklung.
Übergreifende Handlungskompetenz	-

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Blockchain-Technologie, Smart Contracts und digitale Plattformen	48	102
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 und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul kann im Zertifikatsprogramm und von Studierenden anderer Studiengänge belegt werden.

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 Intelligence²

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Anwendungen der Künstlichen Intelligenz	W3M20024	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Kessel

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

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
150	48	102	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	48	102
<p>Anwendungsszenarien und Nutzungsmodelle von Technologien aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz darunter z.B.</p> <ul style="list-style-type: none">- Abbildung/Nachbildung menschlicher Sensorik und kognitiver Fähigkeiten (z.B. Objekterkennung)- Kommunikationsunterstützende Systeme (Text und Sprachverständnis (NLP))- Lernen aus Daten und Unterstützen von Entscheidungen- Wissensrepräsentation und Reasoning- Assistenzsysteme- Autonomie (Drohnen, Fahrerlose Systeme, Autonome Automaten) <p>Technologieauswahl, Geschäftsmodelle und Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen anhand von Fallstudien, Paradigmen, Turing-Test</p> <p>Dabei sollen ausgewählte Technologien betrachtet werden, wie z.B.</p> <p>Agentensysteme und ihre Umgebungen</p> <p>Klassische Suchverfahren zur Problemlösung: Tiefen- und Breitensuche</p> <p>Problemlösung durch informierte und heuristische Suche, z.B. A*</p> <p>Adversariale Suche bei Spielen/Entscheidungen (d.h. unter Berücksichtigung der Züge des Gegners): z.B. Alpha-Beta-Ansatz</p> <p>Problemlösung unter Randbedingungen (Constraints): Backtracking und seine Verbesserungen</p> <p>Logisch-basiertes Problemlösen: Wissensmodellierung, Inferenzen, Vorwärts- und Rückwärtsverkettung</p> <p>Planung: z.B. klassische Planung, nicht-hierarchische Planung, Multi-Agenten-Planung</p> <p>Wissensrepräsentation: Formalismen der Darstellung von Wissen und darauf aufbauende Verfahren des Schließens, z.B. probabilistisches Wissen und Schließen, Frame-Sprachen</p> <p>Maschinelles Lernen (Lernmodelle und -verfahren: z.B. Lernen von Beispielen, überwachtes Lernen, statistisches Lernen)</p> <p>Verarbeitung natürlicher Sprache und visueller Daten</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul kann sowohl im Zertifikatsprogramm als auch von Studierenden anderer Studiengänge belegt werden (polyvalent).

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

Alpaydin, Ethem: Maschinelles Lernen. De Gruyter

Buxmann, Peter und Schmidt, Holger: Künstliche Intelligenz: Mit Algorithmen zum wirtschaftlichen Erfolg. Springer

Ertel, Wolfgang: Grundkurs Künstliche Intelligenz. Springer

Géron, Aurélien: Hands-on Machine Learning with Scikit-Learn, Keras and TensorFlow: Concepts, Tools and Techniques to Build Intelligent Systems. O'Reilly

Russell, Stuart und Norvig, Peter: Artificial Intelligence: A Modern Approach. Pearson

Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik (W3M20030)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik	W3M20030	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	blended-learning

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Projektskizze (40%) und mündliche Prüfung (60%)	Siehe Prüfungsordnung	ja

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 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	48	102
<p>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</p> <p>LV2 (Forschungsmethoden der Wirtschaftswissenschaften): Grundlagen der empirischen Forschung - Definition und Einordnung - idealtypischer Prozess - Qualitätskriterien: Objektivität, Reliabilität, Validität; Fehlertypologie</p> <p>Datenerhebung - Datenerhebungsmethode (Primärdaten: Beobachtung, Befragung, Experiment, Panelforschung; Sekundärdaten) - Stichprobenauswahl (Auswahlverfahren, Repräsentativität) - Gestaltung des Erhebungsinstruments (Skalierung und Skalenniveaus, Grundlagen zu Befragungsmethoden und Fragebogengestaltung, Pretest)</p> <p>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</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten

Das Modul ist parallel zur Forschungsprojektarbeit I zu belegen. 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 I (W3M20031)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik I	W3M20031	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Projektarbeit (70%) und mündliche Prüfung (30%)	Siehe Prüfungsordnung	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 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 I	24	126
<p>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.</p> <p>Projektseminar: Einordnen der ausgewählten wissenschaftlichen Theorien und Methoden Austausch und Diskussion über</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 <p>Wissenschaftliche Präsentation von</p> <ul style="list-style-type: none">• Fragestellung,• methodischen Ansätzen,• Zwischenergebnissen und• Ergebnissen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
<p>Von den beiden Modulen Forschungsprojektarbeit I und II soll eine eher betriebswirtschaftliche, die andere eine eher informationstechnische Fragestellung behandeln. Das Modul WM20030 Forschungsmethoden ist parallel zur FPA I zu belegen. 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. zwei Monaten erstellt. Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilprüfungen, die wie folgt gewichtet sind: Projektarbeit 70 % und Präsentation 30 %.</p> <p>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. Das Modul WM20030 Forschungsmethoden der Wirtschaftsinformatik ist in der Regel parallel zu belegen.</p> <p>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.</p>

Voraussetzungen
-

Literatur

Die Literatur richtet sich stets nach dem jeweiligen Forschungsgegenstand und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren.
--

Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik II (W3M20032)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik II	W3M20032	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Kombinierte Modulprüfung - Projektarbeit (70%) und mündliche Prüfung (30%)	Siehe Prüfungsordnung	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
<p>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.</p> <p>Projektseminar: Einordnen der ausgewählten wissenschaftlichen Theorien und Methoden Austausch und Diskussion über</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 <p>Wissenschaftliche Präsentation von</p> <ul style="list-style-type: none">• Fragestellung,• methodischen Ansätzen,• Zwischenergebnissen und• Ergebnissen		

Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
<p>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 Teilprüfungen, die wie folgt gewichtet sind: Forschungsprojektarbeit 70%, Präsentation 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.</p> <p>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.</p>

Voraussetzungen
WM20030 und WM20031

Literatur

Die Literatur richtet sich stets nach dem jeweiligen Forschungsgegenstand und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren.
--

Studienarbeit (W3M20033)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Studienarbeit	W3M20033	Deutsch/Englisch	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen	
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrmethoden	Lehrvortrag, Diskussion

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
150	0	150	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	150
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 und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
Das Modul WM20030 Forschungsmethoden muss erfolgreich abgeschlossen sein.

Literatur
Die Literatur richtet sich stets nach dem jeweiligen Forschungsgegenstand und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren.