

Modulhandbuch

Fachbereich Wirtschaft

gültig ab 01.10.2025



Forschungsmethoden (W3M10001)

Applied Research

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsmethoden	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Theoretische Grundlagen der Wirtschafts- und Sozialforschung

- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen und Erkenntnistheorien
- Modellentwicklung und resultierende Theoriebildung sowie Theoriebewertung

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Prozesse der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung

- Formulierung von Fragestellungen

Hypothesenbildung

- Auswahl des Forschungsdesigns

- Datenerhebung

- Datenanalyse und -interpretation

Ausgewählte Verfahren der Wirtschafts- und Sozialforschung

- Beobachtung, Befragung und experimentelle Verfahren

- Psychometrische und apparative Verfahren

- Uni-, bi- und multivariate Verfahren

- Qualitative Inhaltsanalyse

Anwendungsorientierte Forschungsprojekte

- Sammlung potentieller Forschungsthemen

- Skizze für das Design eines exemplarischen Forschungsthemas

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (Bachelor niveau) und Grundlagen der deskriptiven Statistik.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Baur, N.; Fromm, S.: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene - Ein Arbeitsbuch, Wiesbaden

Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin

Barker, G., Kicher, P.: Philosophy of Science: A new introduction, Oxford

Berekoven, L.; Eckert, W.; Ellenrieder, P.: Marktforschung - Methodische Grundlage und praktische Anwendung, Wiesbaden

Fantapie-Altobelli, C. – Marktforschung, Stuttgart

Hey, B.: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, Heidelberg

Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg

Kuhn: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, Berlin

Kuckartz U. et al.: Statistik - Eine verständliche Einführung, Wiesbaden

Kuckartz, U.: Qualitative Inhaltsanalyse, Weinheim

O'Brian, D.: An introduction to the Theory of Knowledge, Cambridge

Saunders, M.: Research Methods for Business Students, Harlow

Schnell, R.; Hill, P. B.; Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München

Stickel-Wolf, C.; Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden

Stier, W.: Empirische Forschungsmethoden, Berlin

Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München

Lehrforschungsprojekt: Aktuelle Managementthemen (W3M10002)

Student Research Project: Contemporary Management Topics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

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

BESONDERHEITEN

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

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

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

Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss des Moduls Forschungsmethoden bzw. entsprechende Vorkenntnisse.

LITERATUR

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

Forschungsprojektarbeit I (W3M10011)

Research Project I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit I	8	127

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

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

BESONDERHEITEN

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

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

zzgl. themenspezifische Literatur

Forschungsprojektarbeit II (W3M10012)

Research Project II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit II	8	127

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

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

BESONDERHEITEN

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

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

zzgl. themenspezifische Literatur

Masterarbeit (W3M10013)

Master Thesis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Individualbetreuung	Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mastermodul	8	532

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Die Masterarbeit stellt eine selbständige und nach wissenschaftlichen Prinzipien gestaltete schriftliche Ausarbeitung zu einer geeigneten Fragestellung dar. Sie greift prinzipiell anwendungsorientierte Problemstellungen auf und löst diese unter Nutzung von methodisch-analytischen Kompetenzen und Techniken innerhalb einer vorgegeben Zeit. Die mündliche Prüfung beinhaltet die Präsentation und Diskussion der Masterarbeit. Der*die Studierende zeigt dabei, dass er*sie Fragestellungen fächerübergreifend problem- und methodenorientiert sowie selbständig bearbeiten und in einen weiteren betriebswirtschaftlichen Kontext einordnen kann.
Ein Begleitseminar unterstützt die Studierenden bei der Themenabgrenzung und Entwicklung des Forschungsdesigns und fördert darüber hinaus das gemeinschaftliche Lernen.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Kolloquium

0

0

BESONDERHEITEN

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

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

Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

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

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

zzgl. themenspezifische Literatur

Jahresabschluss nach IFRS und HGB im Vergleich (W3M10101)

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

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse der Finanzbuchführung und der handelsrechtlichen Rechnungslegung sollten vorhanden sein.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Lehrbücher:

Baetge/Kirsch/Theile: Bilanzen, Düsseldorf

Buchholz: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München

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

Pellens u.a.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart

Kommentare:

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

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

Heuser/Theile: IFRS-Handbuch, Köln

Lüdenbach/Hoffmann: IFRS-Kommentar, Freiburg

Wertorientiertes Management und Controlling (W3M10102)

Value based Management and Controlling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

Theoretische Grundlagen & Kennzahlen der Wertorientierung

- Wertorientierung als Managementkonzept

- Theoretische Grundlagen der Wertorientierung: Theorem der neoklassischen

Finanzierungstheorie, Fisher-Separation, Neo-Institutionalismus und Behavioral Finance

- Begründung des Shareholder Value als Oberziel der Unternehmensleitung

- Bewertung von Investitionsalternativen unter Unsicherheit

- Portfolio Selection Theory als Ansatz für Entscheidungen unter Unsicherheit über Investitionsprogramme

- Capital Asset Pricing Model (CAPM) und Arbitrage Pricing Theory (APT)

- Renditeforderung der Kapitalgeber und die Kapitalkostenkonzeption des WACC

- Wichtige Kennzahlen der Wertorientierung: Economic Value Added (EVA), Market Value Added

(MVA), Cash Flow Return on Investment (CFROI), Cash Value Added (CVA), Earnings Before

Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (EBITDA), Cash-Burn Rate

- Portfolio Management in der Praxis

Wertorientiertes Controlling

- Zusammenhang zwischen Wertorientierung und Controlling: Beeinflussung des Unternehmenswertes durch Controlling, Grenzen traditioneller Kennzahlen

- Ausgestaltung eines wertorientierten Controllings: Zielsystem, daraus abgeleitete Aufgaben, geeignete Instrumente und Methoden, erforderliche Informationen

- Umsetzung eines wertorientierten Controllings: z. Bsp.: Shareholder Value-Netzwerk, Werttreiber-Modelle, CFROI-Schema, Balanced Scorecard, Performance Measurement-Ansätze

- Zahlungsstromorientiertes Controlling

- Verknüpfung von kurz- und langfristigen wertorientierten Verfahren

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Coenenberg, A.G., Salfeld R.: Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, Stuttgart

- Rappaport, A.: Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren, Stuttgart.

- Wagenhofer/Hrebicek (Hrsg.): Wertorientiertes Management -Konzepte und Umsetzung zur Unternehmenswertsteigerung, Stuttgart

- Weber, J. u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden

- Young, S. D. /O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al.

- Baum, H.-G./ Coenenberg, A. G., Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart

- Böhl, S.: Wertorientiertes Controlling: Eine ganzheitliche führungsprozessorientierte Konzeption zur Unterstützung der Implementierung einer wertorientierten Unternehmensführung Hamburg

- Camphausen, B.: Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling, München

- Mensch, G.: Finanz-Controlling: Finanzplanung und -kontrolle. Controlling zur finanziellen Unternehmensführung, München

- Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Sternenfels

- Schierenbeck, H./ Lister, M.: Value Controlling: Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung, München

- Schröder, R. W./ Wall, F.: Controlling zwischen Shareholder Value und Stakeholder Value: Neue Anforderungen, Konzepte und Instrumente, München

- Coenenberg, A.G./ Salfeld R.: Wertorientierte Unternehmensführung: Vom Strategieentwurf zur Implementierung, Stuttgart

- Rappaport, A.: Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren, Stuttgart.

- Wagenhofer/Hrebicek (Hrsg.): Wertorientiertes Management - Konzepte und Umsetzung zur Unternehmenswertsteigerung, von, Stuttgart,

- Weber, J. u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden

- Young, S. D. /O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al.

- Baum, H.-G./ Coenenberg, A. G., Günther, T.: Strategisches Controlling, Stuttgart

- Böhl, S.: Wertorientiertes Controlling: Eine ganzheitliche führungsprozessorientierte Konzeption zur Unterstützung der Implementierung einer wertorientierten Unternehmensführung Hamburg

- Camphausen, B.: Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling, München

- Mensch, G.: Finanz-Controlling: Finanzplanung und -kontrolle. Controlling zur finanziellen Unternehmensführung, München

- Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Sternenfels

- Schierenbeck, H., Lister, M.: Value Controlling: Grundlagen Wertorientierter Unternehmensführung, München

- Schröder, R. W./ Wall, F.: Controlling zwischen Shareholder Value und Stakeholder Value: Neue Anforderungen, Konzepte und Instrumente, München

Konzernrechnungslegung nach IFRS und HGB (W3M10107)

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

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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

Strategisches und operatives Controlling (W3M10112)

Strategic Controlling and Operations Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

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

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

BESONDERHEITEN**VORAUSSETZUNGEN****LITERATUR**

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Alter, R.: Strategisches Controlling: Unterstützung des strategischen Managements, Berlin/Boston
Ehrmann, H.C.: Marketing-Controlling, Ludwigshafen
Ewert, R./Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, Berlin/Heidelberg
Graumann, M.: Fallstudien zum Controlling - Strategisches und operatives Controlling, Herne
Hierl, L./Batz, T. (2019): Impulse für Ihr Vertriebs-Controlling, in: Zeitschrift Controlling & Management Review, Ausgabe 1 (Vol. 63), Springer Gabler Verlag Wiesbaden, S. 8-15.
Horvath, P./Gleich, R./Voggenreiter, D.: Controlling umsetzen – Fallstudien, Lösungen und Basiswissen, Stuttgart
Küpper, H.-U. et al.: Controlling – Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Stuttgart
Troßmann, E./Baumeister, A./Werkmeister, C.: Fallstudien im Controlling - Lösungsstrategien für die Praxis, München
Waniczek, M./Feichter, A./Schwarzl, P./Eisl, C.: Management Reporting - Berichte wirksam und adressatengerecht gestalten, Wien
Weber, J./Schäffer, U./Binder, C.: Einführung in das Controlling - Übungen und Fallstudien mit Lösungen, Stuttgart
Weitere Unterlagen: u.a. Internationaler Controller Verein (ICV) sowie Veröffentlichungen in wissenschaftlichen Zeitschriften

Führungsorientierte Kosten- und Leistungsrechnung (W3M10116)

Management Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

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

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Umsatzsteuer und Verkehrsteuer (W3M10117)

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

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Umsatzsteuer und Verkehrsteuer

PRÄSENZZEIT

42

SELBSTSTUDIUM

93

Umsatzeuer:

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

Grunderwerbsteuer:

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

Erbschaft- und Schenkungsteuer:

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

BESONDERHEiten

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Ertragsteuern und Steuerbilanz (W3M10118)

Profit Taxation and Tax Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Ertragsteuern und Steuerbilanz	42	93

Ertragsteuern

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

Steuerbilanz

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

Internationales Steuerrecht

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

BESONDERHEiten

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Data-driven Controlling and Reporting (W3M10119)

Data-driven corporate management and data-driven corporate reporting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur (50%) und Mündliche Prüfung (50%)	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Studierende können Geschäftsprozesse im Rechnungswesen mit informationstechnologischen Potenzialen verbinden. Die Studierenden kennen verschiedene Vorgehensweisen, Technologien und Architekturen zur Analyse, Nutzung, Sammlung, Verwertung und Visualisierung digitaler Massendaten. Sie erlangen insbesondere Fachkompetenzen in der Analyse von Daten und deren Nutzbarmachung im Unternehmenskontext zur Fortentwicklung von Unternehmenssteuerung und -berichterstattung. Sie können die grundlegenden Begriffe und Gegenstände von Business Intelligence erklären. Sie erkennen die Probleme im Umgang mit großen Datenmengen und deren Analyse sowie Interpretation. Die Problematik der Datenvalidität und die des Datenschutzes sind den Studierenden bekannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen gängige Tools zur Analyse und Visualisierung von Daten. Ebenfalls kennen sie die Möglichkeiten zur Automatisierung von Analyse- und Auswertungsaufgaben im Accounting und Reporting. Die Studierenden sind in der Lage, betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen unter Nutzung existierender Frameworks aus dem Big Data-Umfeld zu lösen. Dabei sind sie in der Lage, die komplexe Verzahnung von datengetriebenen Technologien und betrieblichen Anforderungen zu analysieren und innovative Lösungen im Big Data-Umfeld zu verstehen. Das Erkennen von Datenanomalien mit Hilfe entsprechender Analyse-Tools stellt eine weitere Methodenkompetenz dar. Die Potenziale, die sich durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Umfeld betriebswirtschaftlicher Fragestellungen ergeben, sind den Studierenden bekannt.

Die Studierenden sind technisch ausreichend auf die sich schnell ändernden Aufgaben im Accounting und Reporting vorbereitet.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Notwendigkeit des lebenslangen Lernens und der ständigen Weiterentwicklung der eigenen Fähigkeiten aufgrund der sich weiter entwickelnden technischen Möglichkeiten sind den Studierenden voll umfänglich bewusst und sie verfügen über ausreichend Resilienz, sich den schnell wachsenden Anforderungen anzupassen. Die Studierenden können bei der Bewertung und dem Einsatz digitaler Lösungen und Werkzeuge auch gesellschaftliche und ethische Rahmenbedingungen berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können als betriebswirtschaftliche Moderatoren die Diskussion über finanzwirtschaftliche Fragestellungen in einem zunehmend digitalen Umfeld mit allen betroffenen Parteien im Unternehmen vorantreiben und dabei sowohl beratend als auch unterstützend wirken. Sie erwerben die Fähigkeit, in interdisziplinären Teams aus den Bereichen IT, Data Science und Rechnungswesen zusammenzuarbeiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Data-driven Controlling and Reporting	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- Prozesssicht auf Unternehmensprozesse im Accounting/- Reporting
 - Prozessmodellierung von Massensachverhalten
 - Betrachtung einzelner Prozesse
 - Automatisierung von Prozessen und Prozessteilen
 - Automatisierung des Rechnungseingangs und der Vorkontierung
 - Automatisierung im Bereich der Rechnungsprüfung
 - Big Data im Rechnungswesen
 - Bedeutung des Begriffs
 - Business Intelligence-Systeme
 - Datenanalyse und Visualisierung
 - Erkennen von Datenanomalien
 - Datenschutz und ethische Aspekte
 - Zukunft des Rechnungswesens mit Big Data
-
- KI Einsatzgebiete in der Unternehmenssteuerung und der -berichterstattung
 - KI im Bereich Planung und Forecasting
 - Einsatz von KI bei der Berichterstattung im internen Rechnungswesen
 - KI zur Mitarbeiterunterstützung und Weiterbildung im Rechnungswesen (u.a. Einsatz von Chatbots und virtuellen Assistenten)
 - Datenbasierte KI-Anwendungsszenarien in der Unternehmenssteuerung
 - Einsatz von KI bei der Berichterstattung im externen Rechnungswesen
-
- KI im Risikomanagement
 - KI im M&A Kontext und in der Unternehmensbewertung
 - KI in der externen Unternehmensanalyse

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- ? Caldarola, M. C. und Schrey, J. (2019): Big Data und Recht, Einführung für die Praxis, C.H. Beck
- ? Marr, B. (2015): Big Data: Using Smart Big Data, Analytics and Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance, John Wiley & Sons
- ? Kalke, M. et al. (2023): Self-Service BI & Analytics, Planung, Implementierung und Organisation, dpunkt.verlag
- ? Matzka, S (2021): Crashkurs KI im Unternehmen: Alles, was Sie über Data Science wissen müssen, Haufe-Lexware
- ? Munro, K. et al. (2025): Handbuch Data Science und KI: Mit Machine Learning und Datenanalyse Wert aus Daten generieren, Hanser
- ? Provost, F. und Fawcett, T. (2017): Data Science für Unternehmen: Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden, mitp
- ? Schön, D. (2022): Planung und Reporting im BI-gestützten Controlling. Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI, Big-Data-Analytics und KI, Springer
- ? Serra, J. (2024): Datenarchitekturen: Modern Data Warehouse, Data Fabric, Data Lakehouse und Data Mesh richtig einsetzen, O'Reilly

Mergers & Acquisitions, Beteiligungsmanagement (W3M10120)

Mergers & Acquisitions, Corporate Portfolio Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

M&A:

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

Beteiligungsmanagement:

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

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

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

M&A:

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

Beteiligungsmanagement:

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

Finanzberichterstattung (W3M10121)

Financial Reporting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzberichterstattung	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

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

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

Nachhaltigkeitsberichterstattung und Integrated Reporting.

Ermittlung und Kommunikation von Key Performance- sowie Bonitätsindikatoren.

Identifikation typischer Fehlerquellen.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Fundierte Grundlagen zur Bilanzierung

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

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

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

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

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

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

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

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

Corporate Governance: systematischer Umgang mit Risiko und Kontrolle im Rahmen der Unternehmensführung (W3M10122)

Corporate Governance: Compliance Management, Risk Management, Internal Controls and Auditing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Corporate Governance bezeichnet den Ordnungsrahmen, innerhalb dessen Unternehmen geführt und kontrolliert werden. Sie umfasst die Regeln, Prozesse und Strukturen, die sicherstellen sollen, dass das Unternehmen transparent, verantwortungsvoll und im Interesse der Stakeholder (Aktionäre, Mitarbeiter, Kunden) agiert. Ziel ist es, eine gute Unternehmensführung zu gewährleisten, um langfristigen Erfolg und Vertrauen zu schaffen.

Corporate Governance ist abhängig von der Gesellschaftsform, vom Aufsichtsgremium und der Geschäftsführung umzusetzen. Dabei werden Ziele festgelegt, Risiken beurteilt, Maßnahmen umgesetzt und die Systeme überwacht. Die Systeme sind im Einzelnen:

- Compliance Management: Einhaltung gesetzlicher Vorgaben und unternehmensinterner Richtlinien
- Risikomanagement: Identifikation, Bewertung (inkl. Interdependenzen), Steuerung und Kontrolle der Risiken
- Internes Kontrollsysteem: Ziele des IKS, nationale und internationale Anforderungen (inkl. COSO-Framework), ausgewählte Einzelprozesse des IKS, Dokumentation
- Interne Revision: Aufgaben, Abgrenzung zur prozessunabhängigen externen Revision, Financial Auditing, Operational Auditing sowie Management Auditing Audit des Internen Kontrollsysteins, IT-Revision, Institutionalisierung

Die Studierenden können die Aufgaben der Corporate Governance aufzeigen und diese einteilen in die einzelnen Teilgebiete des Compliance-Management, Risikomanagements, des Internen Kontrollsysteins und der Internen Revision. Dabei kennen die Teilnehmer die Zusammenhänge zwischen den Bestandteilen und können diese in die Aufbau- und Ablauforganisation einbinden. Die Vor- und Nachteile der verschiedenen Alternativen sind ihnen dabei bekannt. Außerdem sind ihnen die Unterstützungsmöglichkeiten durch entsprechende Software-Systeme bekannt.

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHÄITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHÄITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Corporate Governance: systematischer Umgang mit Risiko und Kontrolle im Rahmen der Unternehmensführung	42	93

Corporate Governance

- Bedeutung
- Zentrale Prinzipien
- Organisation
- Ethikbezug

Compliance Management

- Definition
- Rechtliche Grundlagen
- Compliance Management System
- Prüfung und kontinuierliche Verbesserung

Risikomanagement

- Identifikation von Risiken
- Bewertung mit Hilfe von Eintrittswahrscheinlichkeit, Schadensausmaß und Interdependenzen
- Risikosteuerungsmaßnahmen
- Risikokontrolle

Internes Kontrollsyste (IKS):

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

Interne Revision:

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bergwanger, Jörg: Interne Revision: Funktion, Rechtsgrundlagen und Compliance, Gabler-Verlag, Wiesbaden.

Bungartz, Oliver: Handbuch Interne Kontrollsyste (IKS): Steuerung und Überwachung von Unternehmen, Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Chuprunov, Maxim: Handbuch SAP-Revision: IKS, Audit, Compliance (SAP Press). Deutsches Institut für Interne Revision (Hrsg.): Meilensteine der Internen Revision.

Freidank, Carl-Christian / Peemöller, Volker H.: Corporate Governance und Interne Revision - Handbuch für die Neuausrichtung des Internal Auditings, Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Institut für Interne Revision IIA Austria (Hrsg.): Das interne Kontrollsyste aus der Sicht der Internen Revision. Linde Verlag, Wien.

Jonen, A. / Schönbohm, A. (2011): Interne Revision im Wandel der Zeit - Historie der Revision und zukünftige Entwicklungen. In: Zeitschrift für Interne Revision, Nr. 3, 2011, S. 122-130.

Lück, Wolfgang (Hrsg.): Zentrale Tätigkeitsbereiche der Internen Revision - Aktuelle und zukünftige Schwerpunkte erfolgreicher Revisionsarbeit, Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Marten, Kai-Uwe / Quick, Reiner / Ruhnke, Klaus: Wirtschaftsprüfung, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart.

Peemöller, Volker / Kregel, Joachim: Grundlagen der Internen Revision: Standards, Aufbau und Führung, Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Rücke, Dieter/Gerhards, Ralf: Interner Revisor und Controller - zwei Berufsbilder im Vergleich (Teil 1). In: Zeitschrift Interne Revision, 4/98, S. 219-226.

Wagenhofer, Alfred (Hrsg.): Controlling und Corporate Governance-Anforderungen. Erich Schmidt Verlag/Berlin.

Welge, Martin K. / Eulerich, Marc: Corporate Governance Management, Springer Fachmedien GmbH, Wiesbaden.

v. Wysocki, Klaus: Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens. Vahlen Verlag, München.

Funktionales Controlling (W3M10123)

Managerial Accounting in Business Functions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Funktionales Controlling	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Logistikkonzepte, Supply Chain Management, Kennzahlen und Berichtswesen, Working Capital Management mit Schwerpunkt auf Bestandsmanagement, Identifizierung und Allokation von Logistik- und Supply Chain Kosten, Case Studies zu ausgewählten Instrumenten des Controllings, z.B. Target Costing sowie Prozesskostenrechnung mit dem Schwerpunkt der Datenaufbereitung, -strukturierung und -analyse sowie der Excel basierten Entscheidungsfindung, Ausgewählte Themen vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen (z.B. Digitalisierung)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Dienstleistungseigenschaften Immaterialität und Externer Faktor, Controllingkonzepte und -instrumente für Dienstleistungsbetriebe und produktbegleitende Dienstleistungen, Wertschöpfungskette und Instrumente des Kostenmanagements in Dienstleistungsbetrieben, Kennzahlengestütztes und automatisiertes sowie visualisiertes Berichtswesen im Sinne eines Business Analytics and Optimization

Marketing- und Vertriebsplanung, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung sowie ERP-Systeme zu deren Automatisierung für den Vertrieb, Kennzahlensysteme des Vertriebs und ihre Visualisierung, Nutzwertanalysen auf Kunden und Produkte, Scoring-Modelle, automatisierte Abweichungs- und Gap-Analysen mit ihren Analytics Komponenten, Markt- und Wettbewerbsanalysen auf strukturierte und unstrukturierte Daten, Kundenerfolgsrechnung qualitativ und quantitativ, Produkterfolgsrechnung, Controlling von Vertriebsprozessen, Prognoserechnung und Predictive Analytics

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Schulte, Christoph: Logistik. München: Vahlen.
Weber, Jürgen; Wallenburg, Carl Marcus: Logistik- und Supply Chain Controlling. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
Werner, Hartmut: Supply Chain Controlling. Wiesbaden: Springer.

Becker, Wolfgang; Rech, Stefan: Dienstleistungscontrolling. Stuttgart: Kohlhammer.
Bruhn, Manfred; Stauss, Bernd: Dienstleistungscontrolling. Wiesbaden: Springer Gabler.
Nagl, Anna; Rath, Verena: Dienstleistungscontrolling. München: Haufe.
Siebold, Matthias: Dienstleistungscontrolling in der Praxis. Weinheim: Wiley.

Homburg, Christian; Schäfer, Heiko; Schneider, Janna: Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System. Wiesbaden: Springer Gabler.
Klein, Andreas: Marketing- und Vertriebscontrolling. München: Haufe.
Kühnapfel, Jörg B.: Vertriebscontrolling: Methoden im praktischen Einsatz. Wiesbaden: Springer Gabler.
Pufahl, Mario: Vertriebscontrolling. Wiesbaden: Springer Gabler.

Business Planning and Business Analytics (W3M10124)

Business Planning and Business Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Betriebswirtschaftliche Steuerlehre (W3M10125)

Business Tax Planning

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Betriebswirtschaftliche Steuerlehre	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Haberstock, L./Breithecker, V.: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre.
Kaminski, B./Strunk, G.: Einfluss von Steuern auf unternehmerische Entscheidungen.
König, R./Maßbaum, A./Sureth C.: Besteuerung und Rechtsformwahl: Personen-, Kapitalgesellschaften und Mischformen im Vergleich; Steuerbelastungsrechnungen, Aufgaben, Lösungen.
Kußmaul H.: Einführung in die betriebswirtschaftliche Steuerlehre.
Kußmaul H.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre.
Scheffler, W.: Die Besteuerung von Unternehmen III - Steuerplanung
Schneider, D.: Steuerlast und Steuerwirkung.
Schreiber, U.: Besteuerung der Unternehmen: Eine Einführung in Steuerrecht und Steuerwirkung Wagner, F. W.: Die Wissenschaft von der Unternehmensbesteuerung, ZfbF 2015, 522 - 548
Wagner, F. W.: Unternehmensbesteuerung und Corporate Social Responsibility, ZfbF 2019, 347 - 380
Wangler, C.: Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, in: Häberle (Hrsg.): Das neue Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Band 3.

Nachhaltigkeit: Management - Controlling - Reporting (W3M10126)

Sustainability: Management - Controlling - Reporting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Risikomanagement (W3M10201)

Risk Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Risikomanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Diskontinuitätenmanagement

Methode der schwachen Signale

Verfahren zum Erkennen von Diskontinuitäten (Environmental Scanning, Monitoring)

Beispiele für Diskontinuitäten und Darstellung, wie sich diese auf das Unternehmen auswirken können

Risiken im Unternehmen

Externe Risiken (Makro-Umfeld): volkswirtschaftlicher Art; sozio-kultureller Art;

politisch-rechtlicher Art; ökologischer Art; technologischer Art

Externe Risiken (Mikro-Umfeld): auf Wettbewerbs-, Kunden-, Lieferantenebene

Interne Risiken auf persönlicher Ebene, organisatorischer Ebene (z. B. Personalrisiko), substanzialer Ebene (z. B. Technologierisiko, Bilanzrisiko, Prozessrisiko, Ausfallrisiko)

Risikomanagement im Unternehmen

Risikomanagement im Kontext des Controllings

Risikomanagementkreislauf

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

Strategisches und operatives Risikomanagement

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

Externe Institutionen zur Unterstützung des Risikomanagement-Prozesses

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

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

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

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

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

Krisen- und Turnaroundmanagement (W3M10202)

Crisis and Turnaround Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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
Finanzierungswchsel

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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 Schrumpfungsstrategien (Investment oder Desinvestment)
Sanierungsmanagement (außergerichtliche Sanierungsmaßnahmen, Sanierung im Rahmen der Insolvenzordnung)
Gesundschrumpfung, Liquidation
Chancen aus der Insolvenz
Übernahme

Auswirkungen von Risiken und Krisen auf die Unternehmensbewertung

BESONDERHEITEN

Besonders geeignet für Studierende, die das Modul WM10201 wählen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Geschäftsmodelle, Strategie und Steuerung (W3M10203)

Business Models, Strategy and Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

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

Steuerung von Geschäftsmodellen

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

Die Lehrveranstaltungen werden durch Fallstudien ergänzt.

BESONDERHEiten

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Soziale Marktwirtschaft und Unternehmertum (W3M10204)

Social Market Economy and Entrepreneurship

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

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

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Exkursion (W3M10205)

Study trip

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Seminar	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Exkursion	42	93

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

BESONDERHEITEN

Das Modul kann nicht im Rahmen des Zertifikatsprogramms belegt werden.

Es entstehen Zusatzkosten, die Teilnahme an Besuchen ist obligatorisch.

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

VORAUSSETZUNGEN

Das Modul sollte in hinteren Semesterlagen belegt werden

LITERATUR

In Abhängigkeit des Reiseziels und des konkreten thematischen Rahmens

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

Project and Multi-Project Management Tools for Consultants

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNINHheiten UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Business Development (W3M10207)

Business Development

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Development	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Intercultural Management (W3M10208)

Intercultural Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Intercultural Management	42	93

Fundamentals of Intercultural Management

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

Communication across Cultures

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

Negotiating for Mutual Benefit

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

Culture and Customers in a Global Market

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

Leading Culturally Diverse Organisations

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

BESONDERHEiten

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

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Rationales Entscheiden – Urteilsbildung und Entscheidungsfindung (W3M10209)

Rational Decision Making

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10209	-	1	Prof. Dr. Michael Schröder	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden ein fundiertes und spezifisches Fachwissen in der deskriptiven („Wie wird entschieden?“) wie präskriptiven („Wie sollte man entscheiden?“) Entscheidungstheorie.

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, zunächst (a) kognitive Verzerrungen und Denkfehler zu erkennen und diese gezielt zu vermeiden und somit (b) Entscheidungen rational, also vernunftgeleitet vorzubereiten und methodengestützt zu treffen.

Dabei erlangen die Studierenden tiefgreifende Kenntnisse in den Prozess des rationalen Entscheidens, um am Ende zu eindeutigen und widerspruchsfreien (Management-) Entscheidungen zu kommen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen Methoden der präskriptiven Entscheidungstheorie, womit sie in die Lage versetzt werden, rationale Entscheidungen auch bei komplexen Ausgangssituationen treffen zu können.

Insbesondere das Erkennen der Unterschiede von Entscheidungen bei Sicherheit versus bei Risiko sowie bei einem Ziel versus bei mehreren Zielen ist essentiell für die zielführende Anwendung der jeweils passenden Methode. Hierdurch werden wertvolle analytische, fachliche sowie persönliche Kompetenzen entwickelt und weiter geschärft.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Neben der Vermittlung zeitgemäßen Managementwissens ist es Ziel des Dualen Masters, auch und insbesondere die Führungskompetenz von Studierenden zu stärken, um diese auf die Herausforderungen im Berufsleben im Allgemeinen und im Management im Speziellen vorzubereiten.

Die Studierenden bekommen in dem Modul wertvolle Ansätze an die Hand, auch in komplexen und widersprüchlichen Situationen durch belastbare Entscheidungen Führungskompetenz zu beweisen und dabei auch und insbesondere andere Sichtweisen weiterer Stakeholder zu berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden lernen komplexe Fragestellungen des Managements im Allgemeinen und in ihren konkreten Verantwortungsbereichen im Speziellen zu durchdringen.

Darüber hinaus erlangen die Studierenden Handlungskompetenz, indem sie neues Wissen aus der Psychologie und neue Kenntnisse über Methoden der Entscheidungsfindung fachübergreifend in die Lösung komplexer Problemstellungen miteinfließen lassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Rationales Entscheiden – Urteilsbildung und Entscheidungsfindung	42	93

Management beschreibt den Prozess der Planung, Organisation, Führung und Kontrolle von Ressourcen, um angestrebte Ziele effektiv und effizient zu erreichen. Zusätzlich zu diesen grundlegenden Funktionen umfasst Management auch und insbesondere die Entscheidungsfindung.

Managemententscheidungen sind jedoch oft schwierig aufgrund einer Vielzahl von Einflussfaktoren, denkt man insbesondere an fehlende eindeutige Informationen, gegensätzliche Interessen der Stakeholder, ein sich ständig veränderndes Umfeld oder auch an moralische Dilemmata aufgrund ethischer und sozialer Verantwortung.

Diese Faktoren machen das Management als solches komplex und erfordern von Entscheidern/innen eine Kombination aus analytischen Fähigkeiten, Erfahrung, Intuition und Kommunikationskompetenzen. Grundsätzlich sollen Entscheidungen vernunftgeleitet – also rational – sein.

Rationales Entscheiden beschreibt einen systematischen Prozess, bei dem Entscheidungen auf der Grundlage von Logik, Vernunft und objektiven Analysen getroffen werden. Der Prozess umfasst mehrere Schritte, die darauf abzielen, die bestmögliche Wahl unter Berücksichtigung aller relevanten Informationen und möglichen Konsequenzen zu treffen.

Menschliche Entscheidungen werden jedoch beeinflusst durch systematische Denkfehler, die wiederum zu falschen Entscheidungen führen. Diese Denkfehler sind – in der Terminologie von Nobelpreisträger Daniel Kahneman – u. a. Trugschlüsse durch kausale Stereotype, eine falsche Interpretation von Wahrscheinlichkeiten, das Zurückgreifen auf Heuristiken als mentale Abkürzung oder auch Bestätigungen, die die eigene Überzeugung unterstützen.

Ziel des Moduls ist es, diese kognitiven Verzerrungen und Denkfehler zu erkennen und diese gezielt zu vermeiden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Entscheidungen rational, also vernunftgeleitet vorzubereiten und zu treffen. Dazu gehört es, Modelle der

Entscheidungstheorie kennenzulernen und diese praxisorientiert anwenden zu können. Die Besonderheit des Moduls liegt damit in der Kombination von deskriptiver („Wie wird entschieden?“) und präskriptiver („Wie sollte man entscheiden?“) Entscheidungstheorie.

Das Modul wird aus einem Mix aus (a) klassischer Vorlesung, (b) Fallstudien und (c) der Anwendung mathematischer Modelle des Entscheidungsfindung bestehen. Zudem werden bekannte Fallstudien aus der Spieltheorie respektive aus unterschiedlichen Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre zweckmäßig eingebaut.

Inhaltlicher Aufbau:

1 Deskriptive Aspekte: Denkfehler menschlicher Entscheidungen

- Kognitive Verzerrungen

- Heuristiken

- Wahrscheinlichkeiten

- Halo-Effekt

- Anker-Effekt

- Endowment-Effekt

- Bestätigungsverzerrung

- Overconfidence-Effekt

- Noise als unerwünschte Variabilität von Urteilen

2 Grundlagen der präskriptiven Entscheidungstheorie

- Das Entscheidungsproblem

- Ziele und Zielsysteme

- Die Generierung von Alternativen

3 Entscheidungen bei Sicherheit

- Entscheidung bei Sicherheit und einem Ziel

- Entscheidung bei Sicherheit und mehreren Zielen

- Zeitpräferenzen bei sicheren Erwartungen

4 Entscheidungen bei Risiko

- Der Umgang mit Wahrscheinlichkeiten

- Entscheidung bei Risiko und einem Ziel

- Entscheidung bei Risiko und mehreren Zielen

5 Entscheidungen in Gruppen

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Eisenführ, Franz / Weber, Martin / Langer, Thomas: Rationales Entscheiden, 5., überarb. und erw. Aufl., Heidelberg et al. 2010
Eisenführ, Franz / Langer, Thomas / Weber, Martin: Fallstudien zu rationalem Entscheiden, Berlin Heidelberg 2001
Kahneman, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken, München 2017 (Paperback)
Kahneman, Daniel / Sibony, Olivier / Sunstein, Cass R.: Noise: Was unsere Entscheidungen verzerrt – und wie wir sie verbessern können, München 2023 (Paperback)

Angewandte Finanzmarkttheorie und Finanzrisikomanagement (W3M10401)

Applied Theory of Finance and Financial Risk Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Systematisierung und Finanzrisikomanagement

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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

Finanzmarkttheorie und Anwendungen

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

Die Lehrveranstaltungen werden durch Fallstudien ergänzt.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Grundlagen Finanzwirtschaft (Investition und Finanzierung)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Finanzplanung und Finanzinstrumente (W3M10402)

Financial Planning and Financial Instruments

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzplanung und Finanzinstrumente	42	93

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 - Anleihemarkte 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 Altersvorsorgemode

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Integrierte Liquiditäts- und Finanzplanung

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

Finanzmärkte und Finanzinstrumente

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

Zentrale Aspekte der Steuerung und Koordination von Kreditinstituten (W3M10403)

Central Aspects of the Management and Coordination in Banks

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Strategie und innovative Geschäftsmodelle

Bestimmung der strategischen Position – Ethik und Kreditinstitute in der Marktwirtschaft – Entwicklung institutsspezifischer Strategien – traditionelle und innovative Geschäftsmodelle im Kontext grünerer Finanzsysteme (Green Finance, Nachhaltigkeit)

Controlling und Aufsichtsrecht

Rendite- und Risikomanagement – Bedarfsdeckungsmanagement – Kalkulation und Steuerung von Rentabilität und Risiko in Kreditinstituten – Management und Controlling von wesentlichen Risiken (Marktpreisrisiken, Kreditrisiken, Liquiditätsrisiken und operationelle Risiken) unter Berücksichtigung der Auswirkungen von ESG-Risiken – Gesamtrisikobetrachtung, Stresstests und Risikotragfähigkeit – aktuelle Entwicklungen im Aufsichtsrecht (insbesondere Eigenkapital-, Nachhaltigkeits- und IT-Aspekte)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als Inhalte werden grundlegende Kenntnisse zu Banken / Kreditinstituten vorausgesetzt (beispielsweise wie sie im DHBW-Bachelor BWL-Bank oder ähnlichen Studienrichtungen enthalten sind). Wichtige Begriffe: KWG, Bankgeschäfte, Grundstruktur der deutschen Bankenaufsicht, Marktzinsmethode.

LITERATUR

Albrecht, Peter / Huggenberger, Markus: Finanzrisikomanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart

Beck (Hrsg.): Bankrecht: Rechtsstand (Beck-Texte im dtv), dtv, München

Becker, Hans Paul / Peppmaier, Arno: Bankbetriebslehre, NWB Verlag, Herne

Cottin, Claudia / Döhler, Sebastian: Risikoanalyse, Springer Spektrum, Wiesbaden

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

Glaser, Christian: Nachhaltige Finanzwirtschaft: Wie die Vorgaben der Sustainable Finance in Banken und Finanzdienstleistern praxisnah umgesetzt werden können., unabhängig publiziert

Hartmann-Wendels, Thomas / Pfingsten, Andreas / Weber, Martin: Bankbetriebslehre, Springer, Berlin

Hellencamp, Detlef: Bankwirtschaft, Springer Gabler, Wiesbaden

Kaiser, Thomas / Mervelskemper, Laura: Effektives Management von ESG-Risiken in Finanzinstituten, Erich Schmidt Verlag, Berlin

Schierenbeck, Henner / Lister, Michael / Kirmße, Stefan: Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 1: Messung von Rentabilität und Risiko im Bankgeschäft, Springer Gabler, Wiesbaden

Wimmer, K.: Bankkalkulation und Risikomanagement, Erich Schmidt Verlag, Berlin

Finanzanalyse und Rating (W3M10404)

Financial Analysis and Rating

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzanalyse und Rating	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse der handelsrechtlichen Rechnungslegung.

Außerdem werden die Inhalte des Moduls WM10402 (Finanzplanung und Finanzinstrumente) vorausgesetzt.

Empfehlenswerte Literatur dazu ist:

Everling, O. / Holschuh, K. /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

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Wealth Management:

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Interesse und Grundkenntnisse in der Kapitalanlage.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Treasury Management im Unternehmen (W3M10409)

Corporate Treasury Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNINHheiten UND INHALTE

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

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Sustainable Finance und Finanzierung der Transformation (W3M10411)

Sustainable Finance and Transition Finance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten ein problem- und lösungsorientiertes Verständnis über Sustainable Finance und die Finanzierung der Transformation aus Perspektive von Unternehmen, Banken, Investoren, Kapitalmarkt und Regulierung.
 Sie können Finanzierungsalternativen für Transformationsfinanzierungen evaluieren. Sie wissen, welche Faktoren bonitätsrelevant sind und wie diese durch Unternehmen beeinflusst werden können.
 Die Studierenden wissen, wie Klima- und Transformationsrisiken durch Banken und den Kapitalmarkt adäquat gemessen, gesteuert und bepreist werden können.
 Sie erhalten einen Überblick über nachhaltige Anlageinstrumente und kennen verschiedene Sustainable Finance Strategien, mit denen Investoren Klima- und Nachhaltigkeitswirkungen in der Portfoliosteuerung berücksichtigen können.
 Sie wissen, welche zusätzlichen Beratungsfunktionen Banken bei der Begleitung der Transformation ihrer Unternehmenskunden anbieten können.
 Die Studierenden erhalten einen Überblick über aktuelle regulatorische Anforderungen für die Offenlegung und das Risikomanagement von Klima- und Nachhaltigkeitsrisiken.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen für die Identifikation und Bewertung von den aus einer nachhaltigen und/oder digitalen Transformation resultierenden Kreditrisiken (u. a. im Rahmen von Fallstudien vermittelt) und können diese im Rahmen eines konzeptionellen Ansatzes für das Rating von Transformationsfinanzierungen einsetzen.
 Sie können Sustainable Investment Strategien anwenden und die Praktikabilität der verschiedenen Konzepte, einschätzen (u. a. durch Fallstudien vermittelt).

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden trainieren ihre Komplexitäts-, Ungewissheits- und Ambiguitätstoleranz, indem die Auswirkungen von Transformationsprozessen auf die mögliche Transparenz und Eindeutigkeit von Entscheidungen sowie auf die Planungs- und Steuerungsmöglichkeiten eigenständig herausgearbeitet werden.
 Die Studierenden setzen sich aktiv mit der für die Entscheidungsfindung in Unternehmen, Banken und bei Investoren bestehenden Komplexität und Datenverfügbarkeit von ESG Daten auseinander und haben die Fähigkeit, als Impulsgeber für konzeptionelle Lösungen zu fungieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

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

Vertriebs- und Kundenmanagement bei Finanzdienstleistern (W3M10413)

Sales and Customer Management in Financial Services Firms

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Strategische Geschäftssteuerung der Finanzdienstleister
Brost, H./Neske, R./Wrabetz, W. (Hrsg.): Vertriebssteuerung in der Finanzdienstleistungsindustrie, Frankfurt School Verlag, Frankfurt am Main
Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, Vahlen, München
Hilbert, S.: Nachhaltigkeitscontrolling; in: Englert, M./Ternès, A. (Hrsg.): Nachhaltiges Management, Nachhaltigkeit als exzellenten Managementansatz entwickeln, Springer Gabler, Wiesbaden
Newell, F.: Von CRM zu CMR – Lassen Sie den Kunden die Beziehung bestimmen. Customer Managed Relationship, Campus-Verl., Frankfurt

Verhaltensökonomische Aspekte des Vertriebs- und Kundenmanagements
Hilbert, S.: Verhaltensökonomische Aspekte für den Vertrieb von Finanzdienstleistungen; in: Baumgart, J./Nagler, G. (Hrsg.): Ausgewählte Aspekte der angewandten Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik, Mannheim
Jonas, K./Stroebe, W./Hewstone, M. (Hrsg.): Sozialpsychologie, Springer, Heidelberg
Kroeber-Riel, W./Weinberg, P./Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen, München
Daxhammer, R.J./Facsar, M.: Behavioral Finance; Konstanz und München, UTB Lucius

Unternehmensbewertung und Corporate Finance (W3M10416)

Company Valuation and Corporate Finance

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

Unternehmensbewertung:

Anlässe und Zwecke der Unternehmensbewertung

Grundlegende Unternehmensbewertungsverfahren (insb. Substanzwertverfahren,

DCF-Verfahren, Multiplikatorverfahren)

Spezialfälle der Unternehmensbewertung

Corporate Finance:

Agency-Probleme in der Kapitalgesellschaft und ihr Einfluss auf die Finanzierung

Shareholder-Value-Orientierung

Optimale Kapitalstrukturierung bei wertorientierten Unternehmen

Ausschüttungspolitik, Dividendenpolitik, Aktienrückläufe

Portfoliogestaltung im Konzern

Börseneinführungen, Umplatzierungen, Kapitalerhöhungen

Öffentliche Übernahmen, feindliche Übernahmen und Squeeze-outs

Gesellschafts- und kapitalmarktrechtliche Regelungen zu Kapitalmaßnahmen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse insbesondere in folgenden Bereichen:

Finanzierung und Investition

Handelsrechtliche Rechnungslegung

Strategische Unternehmensführung

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Berk, J.; DeMarzo, P.: Grundlagen der Finanzwirtschaft

Brealey, R.A.; Myers, S.C.& Marcus, A.J.: Fundamentals of Corporate Finance

Damodaran, A.: Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset

Damodaran, A.: Applied Corporate Finance

Ernst, D.; Häcker, J.: Applied International Corporate Finance

Grunewald, Barbara; Schlitt, Michael (Hrsg.): Einführung in das Kapitalmarktrecht

Ross, S.A.; Westerfield, R.W.; Jordan, B.D.: Corporate Finance Fundamentals

Vernimmen, P. u. a.: Corporate Finance – Theory and Practice

Watson, D.; Head, A.: Corporate Finance

Digital Finance – Strategie, Technologie und Innovation (W3M10418)

Digital Finance – Strategy, Technology and Innovation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNINHheiten UND INHALTE

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

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

Technologien als Treiber

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

Strategie und innovative Geschäftsmodelle

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

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

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

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

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

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

Finanzderivate und Strukturierte Finanzprodukte (W3M10420)

Derivatives and Structured Financial Products

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Beike, Rolf/ Schlütz, Johannes: Finanznachrichten lesen-verstehen-nutzen. Ein Wegweiser durch Kursnotierungen und Marktberichte, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
- Bösch, Martin: Derivate. Verstehen, anwenden und bewerten, Vahlen Verlag, München
- Hull, John: Optionen, Futures und andere Derivate, Pearson Studium, München
- Janos, J./ Hunziker, S.: Rendite und Risiken von Zertifikaten - Beurteilung und Bewertung strukturierter Finanzprodukte, Erich Schmidt Verlag, Berlin
- Kruse, Susanne: Aktien-, Zins- und Währungsderivate. Märkte, Einsatzmöglichkeiten, Bewertung und Risikoanalyse, Springer Verlag, Berlin et al.
- Möbius, Christian: Strukturierte Finanzprodukte als Produktinnovation der Lebensversicherer am Beispiel der Indexpolice, in: Zeitschrift für Versicherungswesen, 64. Jg., Heft 21/ 2015
- Rieger, Marc Oliver: Optionen, Derivate und strukturierte Produkte – Ein Praxisbuch, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
- Rudolph, Bernd/ Schäfer, Klaus: Derivative Finanzmarktinstrumente. Eine anwendungsbezogene Einführung in Märkte, Strategien und Bewertung, Springer Verlag, Berlin et al.
- Wiedemann, Arnd: Financial Engineering. Bewertung von Finanzinstrumenten, Frankfurt School Verlag, Frankfurt/Main

Applied Financial Economics (W3M10421)

Applied Financial Economics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Applied Financial Economics	42	93
- Digitale Zentralbankwährungen, private Cryptowährungen und Decentralized Finance: Technik, geldtheoretische Einordnung, Geschäftsmodelle		
- Finanzstabilität / Makroprudanzielle Aufsicht: Konzepte, Instrumente, Methoden		
- mikroökonomische Konzepte zur Finanzintermediation (z.B. delegated monitoring, bank runs) und Veränderungen durch die Digitalisierung		
- Finanzsysteme: Internationaler Vergleich, Finanzsystementwicklung		
- Geldpolitik: Aktuelle Ansätze, geldpolitische Regeln, Zentralbankkommunikation		

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

Strategisches Marketing (W3M10701)

Strategic Marketing Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Marketing	42	93

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

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

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

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

BESONDERHEiten

Dieses Modul muss von allen Marketing-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Marketing-Kenntnis auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

B2B Marketing (W3M10703)

B2B Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
B2B Marketing	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des operativen Marketings. Grundlagen des strategischen Marketings.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Online- und Influencer-Marketing (W3M10704)

Online and Influencer Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Instrumente des Marketings im Kontext der Digitalisierung und der zunehmenden Bedeutung sozialer Medien anzuwenden und problemgerechte Lösungen für komplexe Problemstellungen zu entwickeln. Sie kennen Instrumente zur Analyse des Marketing-Erfolgs in Online-Medien. Weiterhin können sie Instrumente zur Beeinflussung des Google-Rankings sowie der zielgruppengerechten Schaltung von Werbung in Online-Medien anwenden. Ebenso sind die Studierenden in der Lage, mit Hilfe relevanter Kennzahlen, z.B. TKP, aufgaben- und zielgruppengerecht Influencer zu bewerten und auszuwählen.

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.

Die Studierende wissen um die Bedeutung von Influencern vor dem Hintergrund des geänderten Mediennutzungsverhaltens, vor allem jüngerer Zielgruppen, und können die Bedeutung von Influencern, auch auf psychosozialer Ebene, entsprechend einordnen.

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 Influencer-Marketing	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Strategisches und operatives Online Marketing: Einordnung des Online Marketing in das Marketing – Rahmenbedingungen der Online Marketing (insbes. Informationstechnik, Online-Nutzerverhalten, Datenschutz) – Technologische Konzepte im Kontext der Digitalisierung (insbes. Data Analytics, Künstliche Intelligenz, Internet of Things, Industrie 4.0, Marketing Automation, Cloud Computing, Virtual und Augmented Reality)
Auswirkungen der Digitalisierungskonzepte auf die Gestaltung der Marketing-Instrumente:
Produktpolitik: z.B. Servitization, digitale Produkte, Kundenintegration in den Wertschöpfungsprozess, Personalisierungskonzepte – Preispolitik: z.B. Dynamic Pricing, neuere Bezahlverfahren – Kommunikationspolitik: z.B. Targeting, Affiliate Marketing, Location Based Marketing, Content Marketing, Social Media Marketing (insbes. Influencer Marketing, Virales Marketing) – Distributionspolitik: z.B. Multi-/Omnichannel Marketing, eCommerce.
Suchmaschinenmarketing
Funktion von Google – Search Engine Advertising (SEA) – Search Engine Optimization (SEO)
Kommunikationspolitik: Plattformauswahl, Abstimmung von Kommunikationszielen und Kanälen, Kuratierung von zielgruppengerechten Botschaften. Rechtliche Rahmenbedingungen bei der Vertragsgestaltung von Influencer-Vereinbarungen.
Online-Recht: Domainfragen – Marken- und Namensrecht im Internet – Grundlagen des Urheberrechts und Besonderheiten im Internet – IT-spezifische Werbeformen und die Geltung des Wettbewerbsrechts – Rechtliche Rahmenbedingungen des Social Media- und Influencer-Marketing –
Rechtliche Aspekte des eCommerce

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEiten

Die Bearbeitungsdauer beträgt zwei Monate.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Beilharz, F. u.a.: Der Online Marketing Manager. Handbuch für die Praxis. Heidelberg

Biesel, H.; Hame, H.: Vertrieb und Marketing in der digitalen Welt: So schaffen Unternehmen die Business Transformation in der Praxis. Wiesbaden

Heinemann, G.: Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce. Wiesbaden.

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

Kost, J.; Seeger, C.: Influencer Marketing – Grundlagen, Strategie und Management. Utb.

Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I.: Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft. Frankfurt am Main.

Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. Wiesbaden.

Kreutzer, R. T.; Land, K.-H.: Digitaler Darwinismus. Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke, Wiesbaden.

Lammenett, E.: Online Marketing-Konzeption. Roetgen.

Lammenett, E.: Influencer Marketing: Chancen, Potenziale, Risiken, Mechanismen, strukturierter Einstieg, Software-Übersicht. Roetgen.

Nirschl, M.; Steinberg, L.: Einstieg in das Influencer Marketing. Springer Gabler.

Brand Experience Management (W3M10706)

Brand Experience Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über umfassendes Wissen zur identitätsorientierten Markenführung sowie hierauf aufbauend über detailliertes und spezialisiertes Wissen zum BrandExperience Management. Sie verstehen, wie Markenerlebnisse gestaltet und über verschiedene Brand Touchpoints entlang der Customer Journey konsistent vermittelt und kommuniziert werden können. Die Studierenden können darüber hinaus Lösungsansätze für praktische Fragestellungen des Brand Experience Managements beurteilen und mittels geeigneter Messmethoden Markenerlebnisse evaluieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die relevanten Methoden und Techniken der identitätsorientierten Markenführung und des Brand Experience Managements anzuwenden, um für Fragestellungen des Bra nd Experience Managements eigene Lösungsansätze zu entwickeln. Sie können adäquate Methoden und Techniken in der beruflichen Praxis desMarkenmanagements auswählen und einsetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, Markenstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Sie lernen, die Bedeutung einer starken Marke für ein Unternehmen zu erkennen und zuanalysieren. Durch Fallstudien und praktische Aufgaben werden sie in die Lage versetzt, Markenidentitäten zu entwickeln und zu kommunizieren. Darüber hinaus werden dieStudierenden dazu angeleitet, ihre eigenen Fähigkeiten in den Bereichen Problemlösung, Kreativität und Entscheidungsfindung zu stärken. Das Modul fördert zudem die Entwicklungsozialer Kompetenzen der Studierenden. Durch Gruppenarbeiten und Diskussionen werden sie dazu ermutigt, effektiv in Teams zu arbeiten und ihre Kommunikationsfähigkeiten zuverbessern. Sie lernen ihre Ideen und Lösungsansätze klar zu präsentieren und ihren Komilitonen und Komilitoninnen konstruktiv Feedback zu geben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe Entscheidungssituationen der Markenführungspraxis zielorientiert bewältigen. Als übergreifende Handlungskompetenz erwerben sie dieFähigkeit, markenstrategische Entscheidungen zum Nutzen des Unternehmens und seiner Kunden zu treffen. Durch die Entwicklung eines tiefen Verständnisses für dieAnalyse und Gestaltung von Brand Touchpoints erwerben die Studierenden die Fähigkeit, theoretische Erkenntnisse in umsetzbare Empfehlungen zur Verbesserung desMarkenerlebnisses und damit zur Stärkung der Marktposition zu übersetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Brand Experience Management	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Teil I: Theoretische Grundlagen des identitätsbasierten Markenmanagements

- Bedeutung der Marke, Zielkategorien und Zielsystem der Markenführung
 - Markenidentität, Markenpositionierung und Markenimage
 - Ausgewählte Modelle des identitätsbasierten Markenmanagements
 - Strategische Markenführung: Markenstrategien, Markenarchitektur und Markenevolution
 - Operative Markenführung, außengerichtete Umsetzung der identitätsbasierten Markenführung: Markengestaltung (Branding) und Markendesign
 - Operative Markenführung, innengerichtete Umsetzung der identitätsbasierten Markenführung (Markenwissen, Brand Commitment und Brand Citizenship)
 - Behavior als interne Zielgrößen, Instrumente der innengerichteten Markenführung
 - Brand Co-Creation und Brand Meaning
 - Ausgewählte Marken-KPIs und Kennzahlensysteme, z.B. NPS, Brand Funnel, etc.
- Teil II: Theoretische Grundlagen des Brand Experience Buildings/Touchpoints in der Unternehmenspraxis
- Erlebnisökonomie als Grundlage der erlebnisorientierten Markenführung
 - Integration des Customer Experience Management Prozesses in den Prozess der identitätsorientierten Markenführung
 - Marke-Kunde-Beziehung als zentrale Zielgröße und Interaktionsperspektiven der Markenführung
 - Zusammenhang zwischen Marke, Erlebnis und Markenführung, Event-Marken-Fit
 - Brand Experience Dimensions, Eventerlebniskomponenten; Markeninszenierung; Brand Experience und KI
 - Multichannel Brand Experience: Nutzung und Orchestrierung ausgewählter physischer und digitaler Touchpoints (z.B. Brand-Lands, Live-Kommunikation, Social Media Kommunikation, Influencer Marketing, Brand Communities, Sponsoring, Product Placement, Guerilla Marketing, Out of Home Marketing)
 - Brand Story (Markenrelevante Inhalte als Basis für Kommunikationsthemen an den Touchpoints, markentypische Stories, etc.)
 - Gamification und (Social) Story Telling als Möglichkeit zur Intensivierung der Marke-Kunden-Beziehung
 - Ausgewählte qualitative und quantitative Methoden zur Messung von Markenerlebnissen
 - Kennzahlen zur Steuerung der Customer Experience Journey und Bewertung von Brand Touch Points; erlebnisbezogene Kennzahlen, etc..
 - B2B-Brand Experiences und Ausgewählte Branchen- oder Segment-Brand Experiences, z.B. Luxusmarken;
 - Optionale Ergänzung: Leuchtturmvortrag einer Expertin oder eines Experten aus der Praxis oder Forschung.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt

Burmann, C.; Halaszovich, T.; Schade, M.; Klein, K.; Piehler, R.: Identitätsbasierte Markenführung. Wiesbaden: Springer Gabler. Esch, F.-R.; Esch, D.: Strategie und Technik der Markenführung. München: Franz Vahlen.

Kapferer, J.-N.: The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. London: Kogan Page. Keller, K. L.: Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity. Always learning. Boston: Pearson.

Aaker, D. (1991): Managing Brand Equity. New York: John Wiley. Radtke, B. (2014): Markenidentitätsmodelle. Wiesbaden: Springer Gabler.

Ghorbani, M.; Westermann, A.: Integrierte Markenführung im digitalen Zeitalter. Wiesbaden: Springer Gabler.

Theobald, E.; Gaisser, B.: Brand Evolution. Moderne Markenführung im digitalen Zeitalter. Wiesbaden: Springer Gabler. Kreutzer, R. T.; Karsten, K.: Digitale Markenführung. Wiesbaden: Springer. Ind, N./Schmidt, H. (2019): Co-Creating Brands

van de Sand, F.; Frison, A.-K.; Zott, P.; Riener, A.; Holl, K.: User Experience Is Brand Experience. The Psychology Behind Successful Digital Products and Services. Wiesbaden: Springer. Baetzgen, A. (2015): Brand Experience

Coleman, D. (2018): Building Brand Experiences

Salam, M (2020): Brand Experience: A review of 39 Years of Research Development, in: The International Journal of Applied Business, Vo. 4, No. 2, pp 157-167

Fachwissenschaftliche Journals: Journal of Brand Management, ISSN: 1350-231X, eISSN: 1479-1803 Journal of Brand Strategy, ISSN: 2045-855X

Journal of Product & Brand Management, ISSN: 1061-0421, eISSN: 1061-0421 transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement, ISSN: 1436-798X

Marketing Communication Insights (W3M10707)

Marketing Communication Insights

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Besonderheiten der Kommunikation in unterschiedlichen Märkten (B2C- sowie B2B-Märkte). Sie sind in der Lage, die Kommunikationskanäle und -inhalte an die Zielgruppen und Interessengruppen eines Unternehmens anzupassen.

Die Studierenden begreifen, dass der Austausch von Informationen ein zusätzlicher Wertschöpfungsfaktor auf der Basis von Kommunikation und Kollaboration ist. Sie können die Spezifika, Anwendungsbereiche sowie die Vor- und Nachteile der Kommunikationsinstrumente einschätzen und einen geeigneten Marketing Mix gestalten und umsetzen.

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ihre Kompetenz durch die kritische Auseinandersetzung mit Kommunikationsmodellen und -konzepten dahingehend verbessert, dass sie ihre eigenen praktischen Erfahrungen besser verstehen und relevante Informationen beurteilen und nutzen können.

Dabei entwickeln sie ein Gespür für die soziale Verantwortung von Unternehmen und die daraus abgeleiteten kommunikativen Ansprüche der Geschäftspartner sowie der Gesellschaft. Sie erkennen die gestiegenen Ansprüche nach Transparenz und Nachhaltigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing Communication Insights	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

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

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Kundenmanagement und CRM (W3M10708)

Customer Management and CRM

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kundenmanagement und CRM	42	93

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

- Bruhn, M., Relationship Marketing. Das Management von Kundenbeziehungen, München.
Bruhn, M., Kundorientierung. 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 Dienstleistungsmangement, Wiesbaden.
Günter, B. / Helm, S. (Hrsg.), Kundenwert: Grundlagen - Innovative Konzepte - Praktische Umsetzungen, Wiesbaden.
Hippner, H. / Wilde, K. D. (Hrsg.), Grundlagen des CRM. Konzepte und Gestaltung, München.

Marktforschung/Projekt (W3M10712)

Quantitative Research Project

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marktforschung/Projekt	42	93

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

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Marketing-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Neuromarketing (W3M10714)

Neuromarketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Neuromarketing	42	93

Grundverständnis der Neuroökonomie:

Neurobiologische und neurophysiologische Grundlagen-

Das Motiv und Emotionssystem-

Neuroökonomische Evaluierungsverfahren (Eye-Tracking, Bio-Feedback, EEG, MRT)-

Implikationen neuroökonomischer Erkenntnisse für die Marketinginstrumente:

Implikationen für das Produkt- und Innovationsmanagement-

Implikationen für die Markenpolitik-

Implikationen für die Preisgestaltung-

Implikationen für die Kommunikationsstrategie-

Implikationen für den Vertrieb und den Verkauf-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des operativen Marketings. Grundlagen des strategischen Marketings.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Green Transformation Marketing (W3M10715)

Green Transformation Marketing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10715	-	1	Prof. Dr. Bernd Radtke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Rollen und Gestaltungsfelder der Akteursgruppen, die an der Green Transformation auf dem Weg zu einer zukunftsorientierten, grünen, sozialen und profitablen Wirtschaft aktiv beteiligt. Sie verfügen über umfangreiches Wissen der wissenschaftlichen und praxisbezogenen Nachhaltigkeits-Management-Konzepte im Kontext der normativen und strategischen Unternehmensführung. Sie kennen und verstehen die umfangreichen Einflussfaktoren auf das Zustandekommen des Konsumentenverhaltens der unterschiedlichen Zielgruppensegmente, insbesondere Widerstände gegen die Green Transformation. Sie haben tiefe Kenntnisse über die Gestaltungsparameter des Marketing auf allen Ebenen und Dimensionen zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die für das Green Transformation Marketing relevanten betriebswirtschaftlichen, psychologischen und soziologischen Methoden und Techniken der Zielgruppensegmentierung anzuwenden. Sie verfügen über die notwendigen Kenntnisse, Zusammenhänge, Methoden, Verfahren und Techniken, um die Konsumentenwahrnehmungen und das Konsumentenverhalten durch Gestaltung der relevanten Marketinginstrumente zu beeinflussen in Richtung Green Transformation und Green Branding. Sie können die Wirkungen der ausgewählten und eingesetzten Instrumente mit geeigneten Methoden messen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen durch Diskussionen, die Notwendigkeit und den Nutzen der Green Transformation für alle Akteursgruppen zu verstehen und die Zusammenhänge zu durchdringen. Durch Fallstudien und praktische Aufgaben werden sie in die Lage versetzt, intelligente und umsetzungsfähige Green Transformation Marketing-Instrumente und -lösungen in Teams und Gruppen zu entwickeln, und diese dann nachvollziehbar und überzeugend zu präsentieren. Sie lernen, bei ihren Kommilitonen und Kommilitoninnen reflektiert, kritisch, fundiert und präzise nachzufragen und konstruktiv Feedback zu geben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe Entscheidungssituationen im Nachhaltigkeits- und Green Transformation-Kontext aller Akteursgruppen, insbesondere des eigenen Unternehmens und der eigenen Marke, fundiert durchdringen und zielorientiert bewältigen. Als übergreifende Handlungskompetenz erwerben sie die Fähigkeit, Entscheidungen eines ehrlichen Green Transformation Marketing zum Nutzen des Unternehmens/der Marke, seiner Kunden und der Gesellschaft insgesamt zu treffen, konzeptionell umsetzungsfähig auszuarbeiten, überzeugend zu präsentieren und dann auch erfolgreich umzusetzen und zu messen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Green Transformation Marketing	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Normative und strategische Grundlagen des Green Transformation Marketing
Akteure der Green Transformation (Unternehmen/Marken, Konsumenten, Medien, Staat, Non-Profit-Organisationen, vernetzte Communities)
Normativ-Strategische Aspekte der Transformation der Unternehmensführung, Nachhaltige Unternehmensführung und Ethische Aspekte, Vereinbarkeit von Ökonomie und Ökologie;
Verständnis von Nachhaltigkeit und Green Transformation; Purpose
Ökologisierung der Märkte, relevante Makroumweltentwicklungen/ Megatrends
Umweltmanagementsysteme (DIN EN ISO 14001; EMAS, etc.)
Green Transformation in der Weiterentwicklung bestehender Unternehmen (Green Goliaths) wie auch
Nachhaltige Neugründungen/Sustainable Start-Ups (Growing Green Davids)
Entwicklung von Green Marketing 1.0 bis 4.0; Grundprinzipien des Green Marketing 4.0
Einfluss von Digitalisierung und KI auf die Green Transformation bzw. das Green Transformation Marketing
Fallbeispiele

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Operatives Transformationsmarketing 1 (Marktforschung):

Marktforschung; Zielgruppen-Segmentierung nach Nachhaltigkeitskriterien;
Moderne Segmentierungsansätze; Konsumententypologien; Nachhaltigkeitslebensstile
Unterschiedliche Grund-Einstellungen, Bedürfnisse und Motivationen der verschiedenen Zielgruppen;
Prosumenten-Idee; Generationsspezifische Unterschiede
Implikationen für die Produkt-, Preis- und Kommunikationspolitik und das Konsumentenverhalten
Fallbeispiele

Operatives Transformationsmarketing 2 (Produkt- und Preispolitik):

Ableitungen aus den Kundenbedürfnissen für die Produkt- und Preispolitik im B2C-Sektor,
Ableitungen aus den Kundenbedürfnissen für die Produkt- und Preispolitik im B2B-Sektor,
Auswirkungen auf das Management bestehender Produkte und auf Produktinnovationen
Rolle der Digitalisierung und der KI bei nachhaltigen Produktinnovationen
Nachhaltiger Wertschöpfungsprozess bzw. -kreisläufe; Cradle-to-Cradle, Product-Life-Cycle, F&E zu nachhaltigen Produktbestandteilen und Rohstoffen; nachhaltige Verpackungen; Müllvermeidung, etc.
Fallbeispiele

Operatives Transformationsmarketing 3 (Branding und Kommunikationspolitik):

Sustainable Branding, Entwicklung und Führung einer grünen Marke, Grundsätze grüner Markenführung
Auswirkungen von sustainable Branding auf die Markenwahrnehmung, das Markenimage und den Markenwert
Erfolgreiche, ernsthafte, glaubwürdige nachhaltige Kommunikationspolitik vs. Greenwashing
Bedeutung von Nachhaltigkeitslabels- und -Zertifizierungen
Nachhaltige Kommunikation an den Touchpoints der Customer Journey
Förderung nachhaltiger Konsumstile und Beeinflussung des Konsumentenverhaltens, Nudging, Storytelling
Fallbeispiele

Nachhaltigkeits-Marketing-Controlling

Herausforderung bei der Messung von Nachhaltigkeitswirkungen
Nachhaltigkeits-KPIs (Key Performance Indicators)
Konkrete Instrumente und Messmethoden
Nachhaltigkeitsberichtserstattung (GRI, CSRD, ESRS, etc.)
Fallbeispiele

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Balderjahn, Ingo (2021): Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten, 2., vollständig überarbeitete Auflage, München/Tübingen
- Baumast, Annett/Pape, Jens (2022): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart
- Dalsace, Frédéric/Challagalla, Goutam (2024): How to Market Sustainable Products, in: Harvard Business Review, March/April 2024, o.S.
- Deloitte (2024): Customer Insights on Sustainability. Insights on consumer perception and attitude towards environmental and socially responsible products and services, 02/2024, o.O.
- Deloitte (2023): Customer Insights 2023: Sustainability. Das Problem von Preis und Qualität, 12/2023, o.O.
- Errichiello, Oliver/Zschiesche, Arnd (2022): Green Branding. Success Factors And Instruments For Sustainable Brand And Innovation Management, Wiesbaden
- Gollnhofer, Johanna/Pechmann, Jan (2024): Das 60%-Potenzial. Mit Marketing die breite Masse für Konsum begeistern, Frankfurt am Main
- Griese, Kai-Michael/Schnitker, Karin (Hrsg.) (2023): Nachhaltigkeitsmarketing. Eine fallstudienbasierte Einführung, 2., vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden
- Grimm, Andrea/Malschinger, Astin (2021): Green Marketing 4.0. Ein Marketing-Guide für Green Davids und Greening Goliaths, Wiesbaden
- Grunwald, Guido/Schwill, Jürgen (2022): Nachhaltigkeitsmarketing. Grundlagen – Gestaltungsoptionen – Umsetzung, Stuttgart
- Havemann, Inga (2023): Ökologische Nachhaltigkeit - wen kümmert's? Eine Segmentation mit Herausforderung und Chancen, Ipsos views, Hamburg/Berlin/Frankfurt/Nürnberg/München
- Hoffmann, Stefan/Akbar, Payam (2024): Konsumentenverhalten. Konsumenten verstehen - Marketingmaßnahmen gestalten, 3. Auflage, Wiesbaden
- Papadas, Karolos A. et al. (2024): Strategizing Green Marketing: does it pay off? in: European Journal of Marketing, Vol. 58 No. 10, 2024, pp 2169-2198
- Pham, Nguyen T/Barretta, Paul G. (2024): Green Marketing or Greenwashing: How Consumers Evaluate Environmental Ads, in: Journal of Applied Business and Economics, Vol. 26 (1), 2024, pp. 19-33
- Rieck, Louise Inna Hannah (2023): Das Potenzial von Marketing für eine ressourcenorientierte Transformation des Konsumsystems, Wiesbaden
- Schappert, Monika Elisabeth Luise (2023): Von der Konsumentensouveränität zum nachhaltigen Konsum, Baden-Baden

Media, Communication and Data-driven Business (W3M10801)

Media, Communication and Data-driven Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

ÖKONOMIE DER MEDIEN UND DER WERBUNG: PERSPEKTIVE MEDIENWIRTSCHAFT

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

ÖKONOMIE DER MEDIEN UND DER WERBUNG: PERSPEKTIVE WERBEWIRTSCHAFT

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

ÖKONOMIE DER MEDIEN AUS SICHT DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

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

PERFORMANCE MESSUNG IN DER MEDIENÖKONOMIE

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

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

Consumer Research and Psychology (W3M10802)

Consumer Research and Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

KONSUMENTENPSYCHOLOGIE

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

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

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

KONSUMENTENFORSCHUNG

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

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Design Thinking (W3M10804)

Design Thinking

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	45	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Design Thinking	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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.qbehotels.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.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

User Centered Design (W3M10805)

User Centered Design

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
User Centered Design	42	93

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

USABILITY EVALUATION

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Campaign Management and Media Planning (W3M10806)

Campaign Management and Media Planning

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

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

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

CAMPAIGN MANAGEMENT

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

MEDIA PLANNING

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

Analytics for Data-driven business (W3M10807)

Analytics for Data-driven business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

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

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNINHheiten UND INHALTE

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

INFORMATIONSTECHNISCHE GRUNDLAGEN

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

VERFAHREN DES UNSUPERVISED LEARNINGS

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

VERFAHREN DES SUPERVISED AND DEEP LEARNINGS

- Klassische Regressions- und Klassifikationsverfahren
- Entscheidungsäume, Random Forest und Gradient Bossting
- Zeitreihenanalysen
- Bild-, Sprach- und Videoerkennung

DEVELOPMENT VON DATA-ANALYTICS-METHODEN

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

EINSATZ VON DATA ANALYTICS VERFAHREN IN BUSINESS PROZESSEN

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

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

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Albon C., Machine Learning Kochbuch - Praktische Lösungen mit Python: Von der Vorverarbeitung der Daten bis zum - Deep Learning, Sebastopol: O'Reilly
Burkov A., Machine Learning Kompakt, Frechen: mitp.

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

Geron A., Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn and Tensorflow, Sebastopol: O'Reilly.

Gentsch P., Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service - Mit AI und Bots zu einem Algorithmic Business – Konzepte und Best Practices, Wiesbaden: Springer.

Haroon D., Python Machine Learning Case Studies - Five Case Studies for the Data Scientist, New York: Apress.

Oswald G./ Krcmar H., Hrsg., Digitale Transformation - Fallbeispiele und Branchenanalysen, Wiesbaden: Springer.

Applied Data Analysis and Visualization (W3M10812)

Applied Data Analysis and Visualization

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10812	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können explorative Datenanalysen und -visualisierungen durchführen. Im Vordergrund stehen Anwendungsfelder, die sich bei der Analyse und Präsentation von Daten im Business-Umfeld ergeben. Sie können die Möglichkeiten und Grenzen dieser Technologien einschätzen. Sie kennen die Grundregeln einer adäquaten Visualisierung, z.B. in Hinblick auf die Ergonomie der Farbgebung und grafische Darstellungsmuster und sind in der Lage, entsprechende Tools (insbesondere TABLEAU®) fachgerecht einzusetzen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende können Verfahren der Datenaufbereitung, Transformation (z.B. Aggregation, Umkodierung) und Visualisierung (z.B. geografisch, statistisch, zeitlich...) selbstständig auf komplexe Datensätze anwenden. Dies beinhaltet sowohl die adäquate analytische Vorbereitung als auch das Erstellen interaktiver „Dashboards“ und „Stories“ mit TABLEAU®.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Szenarien und Datensätze aus unterschiedlichen Kontexten verdeutlichen den Studierenden die Tragweite und den Nutzen von Visualisierungen für das Verständnis von Zusammenhängen in Daten. Dies erlaubt ihnen die Abschätzung potenzieller Folgen und Fehleinschätzungen, die sich ergeben können, wenn in diesem Bereich nicht sachgerecht gearbeitet wird. Genauso können Sie möglicherweise bestehende nicht genutzte Potentiale entdecken. Sie erwerben die Fähigkeit, Analysen und Darstellungen auch in Hinblick auf ihren Nutzen für die Forschung zu bewerten und verantwortungsvoll einzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Kompetenz, sowohl die Möglichkeiten als auch die Restriktionen einer explorativen Datenanalyse zu erkennen und Rückschlüsse auf potenzielle Anwendungen im Unternehmen bzw. in Projekten zu ziehen. Sie können sich im Themenfeld Data Analytics – sei es im Business oder im Management – als Ideengeber*innen und kritische Expert*innen positionieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Applied Data Analysis and Visualization	42	93

DATENQUELLEN UND DATEN-WERKZEUGE

- Gebräuchliche Datenformate und Instrumente zur Bearbeitung und Visualisierung von Daten
- Datenquellen: Web Analytics Plattformen, Social Media Monitoring, Opinion Mining etc.
- Qualität von Daten
- Datenquellen: Open Knowledge, Open Data, Open Government
- Rechtliche Rand- und Rahmenbedingungen

ERGONOMISCHE UND PSYCHOLOGISCHE PRINZIPIEN DER VISUALISIERUNG VON DATEN

- Situationsadäquater Einsatz von Grafiken und Tabellen
- Ergonomische Visualisierung von Informationen
- Umgang mit Komplexität und vieldimensionalen Daten
- Regeln für typische und untypische grafische Darstellungen
- Interaktivität

DEMONSTRATIONEN UND ÜBUNGEN ZU STATISTISCHEN VERFAHREN (MIT TABLEAU DESKTOP; RAPIDMINER)**BESONDERHEITEN**

-

VORAUSSETZUNGEN

Eine Teilnahme an der Lehrveranstaltung setzt KEINE Programmierkenntnisse voraus, auch differenzierte statistische oder mathematische Vorkenntnisse sind NICHT erforderlich.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Backhaus, K. et al.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung. Berlin, Heidelberg, New York, Springer Verlag.
Bortz, J. (2006). Statistik: Für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin, Heidelberg und New York: Springer Verlag.
Chiasson, T. et al.: Data + Design A Simple Introduction to Preparing and Visualizing Information. Infoactive.co. Online unter <https://infoactive.co/data-design> (Abruf vom 21.03.2017).
Jarchow, T./Estermann, B.: Big Data: Chancen, Risiken und Handlungsbedarf des Bundes. Ergebnisse einer Studie im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation, Bern: E-Government Institut.
Keller, B. et al. (Hrsg.): Zukunft der Marktforschung: Entwicklungschancen in Zeiten von Social Media und Big Data, Berlin und Heidelberg: Springer Verlag.
Tufte, E. R.: Visual explanations: images and quantities, evidence and narrative, Vol. 36, Cheshire (CT): Graphics Press.
Weber, W., Burmester, M., & Tille, R. (Eds.). Interaktive Infografiken. Springer-Verlag.
Zelazny, G.: Wie aus Zahlen Bilder werden: der Weg zur visuellen Kommunikation. Berlin und Heidelberg: Springer-Verlag.

Information Systems for Data-driven Business (W3M10813)

Information Systems for Data-driven Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10813	-	1	Prof. Dr. Stephan Daurer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls den Stellenwert von Informationssystemen in Data-driven Businesses einschätzen. Sie können unterschiedliche Facetten und die Reichweite der Digitalisierung in der Medienbranche erläutern und beurteilen. Sie können den Aufbau und Nutzen von relevanten Informationssystemen erläutern. Sie können Digitalisierungsstrategien für Unternehmen entwerfen und entsprechende Projekte bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls Methoden zur Auswahl und Einführung von Informationssystemen anwenden. Sie können Geschäftsmodelle analysieren und grafisch darstellen. Sie können Projekte mit IT-Bezug planen und steuern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage sowohl unternehmerische als auch gesellschaftlich/soziale Auswirkungen des Einsatzes von Informationssystemen einzuschätzen. Sie können somit die Tragweite von positiven als auch negativen Externalitäten des Einsatzes von Informationstechnologien auf alle relevanten Stakeholder-Gruppen beurteilen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben mit dem Abschluss des Moduls fachübergreifende Handlungskompetenzen die den Einsatz von Informationssystemen in Unternehmen betreffen. So können sie interdisziplinäre Projekte planen und leiten, sowie Aktivitäten im Unternehmen koordinieren. Dadurch besitzen Sie die Fähigkeit im Rahmen von Initiativen zur digitalen Transformation die Anpassung und Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen kritisch zu begleiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Information Systems for Data-driven Business	42	93

INTEGRATIONSASPEKTE VON INFORMATIONSSYSTEMEN

- Integrierte betriebliche Informationssysteme
- Integrationsdimensionen (z. B. intern/extern, horizontal/vertikal)

TECHNOLOGIEMANAGEMENT

- Auswahl und Einführung von Systemen
- Projekt- und Portfoliomanagement

AUSGEWÄHLTE ANWENDUNGSSYSTEME FÜR DATA-DRIVEN BUSINESS

- Enterprise Resource Planning, E-Business- und E-Commerce-Systeme
- Content-Management-Systeme, Dokumentenmanagement und Workflowmanagement
- Cloudsysteme und Virtualisierungskonzepte
- weiter ausgewählte Anwendungen (z. B. Social Commerce, Adblocker)

DIGITALISIERUNG DER UNTERNEHMUNG UND DER GESCHÄFTSMODELLE

- IT- und Digitalisierungsstrategien
- Digitale Transformation in verschiedenen Branchen (Fokus Medienbranche)
- („digitale“) Geschäftsmodelle und deren Transformation

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bächle, M./ Daurer, S./ Kolb, A.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik: Fallstudienbasiertes Lehrbuch mit zahlreichen Übungsaufgaben und Musterlösungen, Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg.

Gassmann, O./ Sutter, P.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München: Hanser.

Krcmar, H.: Informationsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler.

Mertens, P./ Bodendorf, F./ König, W./ Schumann, M./ Hess, T./ Buxmann, P.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Berlin Heidelberg: Springer.

Oswald, G./ Krcmar, H.: Digitale Transformation: Fallbeispiele und Branchenanalysen, Wiesbaden: Springer Gabler.

Picot, A./ Reichwald, R./ Wigand, R./ Mösllein, K./ Neuburger, R./ Neyer, A.-K.: Die grenzenlose Unternehmung - Information, Organisation & Führung, Wiesbaden: Springer Gabler.

Strategy and Content (W3M10814)

Strategy and Content

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10814	-	1	Prof. Dr. Kim Tina Linsenmayer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung von Content für Unternehmen zu bewerten und die auf Content basierenden Geschäftsmodelle zu analysieren und zu evaluieren. Sie kennen unterschiedliche Organisationsformen von Kommunikationsunternehmen und -abteilungen und können diese auf Basis theoretischer Ansätze bewerten. Sie können darüber hinaus strategische Kommunikations-Modelle und -Instrumente analysieren und konzipieren sowie verschiedene crossmediale Inhalts- und Darstellungsformen unterscheiden. Sie verstehen nach Abschluss des Moduls die strategischen Aspekte der internen und externen Kommunikation von Organisationen und sind in der Lage, in diesem Zusammenhang Content Strategien zu analysieren, zu beurteilen und zu konzeptionieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Methoden zur Analyse von auf Content aufbauenden Geschäftsmodellen und können diese kritisch hinsichtlich der Praktikabilität für die Praxis bewerten. Sie können Strategie-Methoden evaluieren und daraus abgeleitete Maßnahmen vor dem Hintergrund beschränkter Ressourcen bewerten

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Wandels sind die Studierenden in der Lage, die Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikation im Allgemeinen und ihrer Kommunikation im Besonderen zu reflektieren. Sie können gruppeninterne Abstimmungsprozesse effektiv und effizient gestalten und moderieren und das Ergebnis professionell präsentieren. Die Teilnehmer*innen sind in der Lage, die Bedeutung der Organisation von Kommunikation sowie den strategischen Einsatz von Kommunikation in Bezug auf gesellschaftliche, ökonomische und technologische Anforderungen und Auswirkungen kritisch zu reflektieren. Sie entwickeln dadurch die Fähigkeit, die gesellschaftlichen Implikationen der Steuerung von Content zu bewerten und die Auswirkungen unterschiedlicher Strategien vor dem Hintergrund auch der gesellschaftlichen Verantwortung kritisch zu reflektieren

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss dieses praxisorientierten Strategiemoduls haben die Studierenden die Kompetenz erworben, in komplexen Problemstellungen strategische Ansätze in der Kommunikation einzuschätzen und daraus folgende Organisationsfragen sowie Geschäftsmodelle zu entwickeln. Sie können insbesondere beurteilen, wie Organisationen in einem sich dynamisch entwickelten digitalisierten Kommunikationsfeld zielführend bewegen können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategy and Content	42	93

KOMMUNIKATION ALS GESCHÄFTSMODELLGRUNDLAGE

- Content-gebundene Wertschöpfungsketten der Medienwirtschaft und Content-bezogene Medienkonvergenz, z.B. Modelle von Paid Content, Paid/Owned/Earned Media
- Strukturen, Prozesse, Rollen und Funktionen in Content-bezogenen Geschäftsmodellen, z.B. das Spannungsfeld Journalismus/PR, Content Marketing
- gesellschaftliche Implikationen von Contenterstellung und –distribution, z.B. die Rolle von Fake-News oder Filter-Bubbles als Konsequenz Content-bezogener Digital Services

ORGANISATION VON KOMMUNIKATION

- Organisation von Redaktionen, z.B. Newsdesks, die Trennung zwischen Editoren und Reportern
- Organisation von Unternehmenskommunikation, z.B. Trennung von Marketing und PR, Übernahme von Redaktionsorganisationsformen für crossmediale UK

KONZEpte, MODELLE UND INSTRUMENTE DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

- Kommunikationsstrategie
- Kanalstrategie
- Konzepte zur Gestaltung strategischer Kommunikation in ausgewählten Branchen
- crossmediale Darstellungsformen
- vom Media Mix zur integrierten Kampagne
- Redaktionsplanung
- Verknüpfung online- und offline-Kommunikationsaktivitäten
- Herausforderung Community Management

QUALITÄTSMANAGEMENT UND EVALUIERUNG VON UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

- Kommunikations-Wirkungs-Modelle als Ausgangspunkt für ein QM-System und die Evaluierung von UK
- Anforderungen an Evaluierungssysteme
- Umfelder der Unternehmenskommunikation als Komplexitätssteigerndes Element
- Kennzahlensysteme für die Evaluierung und das QM von Unternehmenskommunikation

In praxisaktuellen Problemstellungen für Content-strategische Fragen werden Fallbeispiele analysiert, bewertet und kommunikative Handlungsempfehlungen abgeleitet

BESONDERHEiten

Die Seminararbeit bietet die Möglichkeit, eigens gewählte Fallstudien tiefer gehend zu analysieren.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Besson, N. A.: PR-Evaluation und Kommunikations-Controlling, Besson-Fachverlag: Edingen-Neckarhausen.
- Cornelissen, J.: Corporate Communication, London: Sage.
- Eck, K./ Eichmeier, D.: Die Content-Revolution im Unternehmen: Neue Perspektiven durch Content-Marketing und -Strategie, Haufe: Freiburg.
- Friedrichsen, M./ Kamalipour, Y. (Hg.): Digital Transformation in Journalism and News Media. Media Management, Media Convergence and Globalization, Wiesbaden: Springer.
- Fröhlich, R. / Szyzka, P. / Bentele, G.: Handbuch der Public Relations, Wiesbaden: Springer.
- Halvorson, K./ Rach, M.: Content Strategy for the web, New Rider: San Francisco.
- Huang, J. et al. (2015): Communicational ambidexterity as a new capability to manage social media communication within organizations. In: Journal of Strategic Information Systems, 24, 49-64.
- Hilker, C.: Content Marketing in der Praxis, Wiesbaden: Springer.
- Kirchhoff, S. (Hg.): Online-Kommunikation im Social Web, Opladen: Budrich.
- Lahav, T./ Zimand-Sheiner, D. (2016): Public relations and the practice of paid content: Practical, theoretical propositions and ethical implications, in: Public Relations Review, 42, 395-401.
- Löffler, M.: Think Content!, Bonn: Galileo.
- Myllylahti, M. (2014): Newspaper Paywalls – the Hype and the Reality, in: Digital Journalism, 2, 179-194.
- Parry, G. et. al. (2018): Windowing television content: Lessons for digital business models. In: Strategic Change: Briefings in Entrepreneurial Finance, 27, 151-160.
- Ruisinger, D.: Die digitale Kommunikationsstrategie, Stuttgart: Schäffer-Poeschl.
- Schach, A.: Advertorial, Blogbeitrag, Content Strategie & Co., Wiesbaden: Springer.
- Wagner, T. et. al. (2014): Converting freemium customers from free to premium—the role of the perceived premium fit in the case of music as a service. In: Electronic Markets, 24, 259-268.
- Zerfaß, A./ Pleil, T.: Handbuch Online-PR, Konstanz: UVK.
- Zerfaß, A. (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie - Management – Wertschöpfung, Wiesbaden: Springer.

Customer Intelligence (W3M10816)

Customer Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10816	-	1	Prof. Dr. Emanuel Bayer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Kundendaten zu analysieren, Muster und Trends zu erkennen und die Erkenntnisse in Geschäftsentscheidungen umzusetzen. Sie kennen die zentralen Konzepte und Modelle zur Analyse von Kundendaten und wissen, wie diese zur Professionalisierung und Wertschöpfung im Kundenmanagement eingesetzt werden können.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, geeignete Konzepte und Modelle zur Lösung konkreter Herausforderungen im Kundenmanagement auszuwählen und anzuwenden. Sie können eigenständig Chancen erkennen, die sich aus der Analyse von Kundendaten ergeben und konkrete Handlungsempfehlungen vorschlagen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden trainieren in diesem Modul ihre Fähigkeit, verschiedene Ansätze zur Analyse von Kundendaten im Team zu diskutieren und Entscheidungen zu treffen. Sie verstehen, dass Customer-Intelligence-Experten oft in funktionsübergreifenden Teams arbeiten und erkennen die Notwendigkeit, unterschiedliche Perspektiven in ihrer Arbeit zu verstehen und in der Zusammenarbeit zu berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Als übergreifende Handlungskompetenz erwerben die Studierenden die Fähigkeit, Kundendaten und gewonnene Erkenntnisse zu nutzen, um strategische Entscheidungen zum Nutzen des Unternehmens und seiner Kunden zu treffen. Durch die Entwicklung eines tiefen Verständnisses für die Analyse von Kundendaten erwerben die Studierenden die Fähigkeit, Erkenntnisse in umsetzbare Empfehlungen zur Verbesserung des Kundenerlebnisses und zur Förderung des Unternehmenswachstums zu übersetzen.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Customer Intelligence	42	93

Aus den folgenden Inhalten ist eine Auswahl zu treffen und eine Schwerpunktsetzung wird empfohlen:

KUNDENWERT- UND SEGMENTANALYSE

- Bestimmung von Customer Lifetime Values
- RFM-Modell
- Entscheidungsäume zur Kundensegmentierung
- Datenbasiertes Customer Lifecycle Management

PROFILING VON KUNDENSEGMENTEN UND MARKEN

- Profiling nach Kunden- und Marken-Merkmalen
- Profiling nach Reaktion auf Marketingangebote, Customer Lifetime Value (CLV), etc.
- Indexierungen
- Gain Chart-Analyse

SYSTEMATISCHE KUNDENMIGRATIONSANALYSE

- Migrationsmatrix
- Like-4-like-Analyse
- Kohortenanalyse

TRENDANALYSEN

- Absatzprognose
- Prognose der Kundenzufriedenheit
- Prognose des Wachstums von Kundensegmenten

PRODUKTATTRIBUT-ANALYSEN

- Stated importance measurement
- Regressionsbasierte Ansätze
- Conjoint-Analyse

DYNAMIC TARGETING

- Empfehlungssysteme (Content-Filtering-Systeme, Collaborative-Filtering-Systeme)
- Personalisierungssysteme (z.B. Website- & Medien-Personalisierung)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Die Studierenden sollten mit den Grundlagen des Kundenmanagements vertraut sein und ein solides Verständnis von Marketingprinzipien wie Segmentierung, Zielgruppenansprache und Positionierung haben. Sie sollten auch mit Datenanalyse und einfachen statistischen Analysen vertraut sein. Ein Verständnis von Marketing-Technologien und die Fähigkeit, Daten zu interpretieren, sind hilfreich.

LITERATUR

- Bendle, N./Farris, P./Pfeifer, P.: *Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance*, 2020, London: Pearson.
Grewal, D./Hulland, J./Kopalle, P. K./Karahanna, E.: *The Future of Technology and Marketing: A Multidisciplinary Perspective*, in: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 2020, 1-8.
Gupta, S./Lehmann, D. R./Stuart, J. A.: *Valuing Customers*, in: *Journal of Marketing Research*, 41(1), 2004, 7-18.
Hanssens, D. M./Pauwels, K. H.: *Demonstrating the Value of Marketing*, in: *Journal of Marketing*, 80(6), 2016, 173-190.
Huang, M. H./Rust, R. T.: *A Strategic Framework for Artificial Intelligence in Marketing*, in: *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 2021, 30-50.
Mintz, O./Gilbride, T. J./Lenk, P./Currim, I. S.: *The Right Metrics for Marketing-Mix Decisions*, in: *International Journal of Research in Marketing*, 38(1), 2021, 32-49.
Verhoef, P.C./Kooge, E./Walk, N./Wieringa, J.E.: *Creating Value with Data Analytics in Marketing: Mastering Data Science* (2nd ed.), 2021, London: Routledge.
Xu, Z./Frankwick, G. L./Ramirez, E.: *Effects of Big Data Analytics and Traditional Marketing Analytics on New Product Success: A knowledge Fusion Perspective*, in: *Journal of Business Research*, 69(5), 2016, 1562-1566.

Arbeitsrecht für Fach- und Führungskräfte (W3M10901)

Labour law for specialists and managers

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10901	-	1	Dr. Christopher Paul ### Dublette ###	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Struktur des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts, um die Möglichkeiten und Grenzen von personalwirtschaftlichen Entscheidungen zu erkennen und zu bewerten.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, arbeitsrechtliche Problemstellungen zu erkennen, zu bewerten und offen und vertrauensvoll mit dem betrieblichen Sozialpartner zu erörtern. Sie sind befähigt, die persönlichen Auswirkungen von Personalentscheidungen für die betroffenen Mitarbeiter*innen reflektieren zu können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Arbeitsrecht für Fach- und Führungskräfte	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Grundstruktur des Arbeitsrechts
Ebenen des Arbeitsrechts

Prinzipien des Arbeitsrechts

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Fragestellungen des individuellen Arbeitsrechts
Überblick über rechtliche Grundlagen
Arbeitsvertragsrecht: Formen und Inhalte, inkl. Direktionsrecht
Umgang mit Leistungsstörung (Kündigung, Minderleistung, Krankheit, Abmahnungen, Straftaten, ...)
Alternativen zur Kündigung (Aufhebungsvertrag, Befristungen, Transfergesellschaft)

Fragestellungen des kollektiven Arbeitsrechts
Tarifvertragliche Optionen und Eskalationen
Betriebsverfassungsrecht: Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat

Arbeitsgerichtsbarkeit
Zuständigkeiten
Ablauf von arbeitsgerichtlichen Verfahren

Aktuelle Entwicklungen im Themenfeld

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten des Arbeitsrechts anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: Sakowski, Klaus; Arbeitsrecht. Eine Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. BA KOMPAKT, Heidelberg/Berlin
Wien, Andreas, Arbeitsrecht: Eine praxisorientierte Einführung, Wiesbaden
Brox et al.; Arbeitsrecht, Stuttgart

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Junker, Abbo; Grundkurs Arbeitsrecht, München
Hromdka, Wolfgang; Maschmann, Frank; Arbeitsrecht Band 1: Individualarbeitsrecht, Berlin
Hromdka, Wolfgang; Maschmann, Frank; Arbeitsrecht Band 2: Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsstreitigkeiten, Berlin
Muschiol, Thomas: Praxiswissen Arbeitsrecht, Berlin
Preis, Ulrich; Temming, Felipe: Arbeitsrecht, München
Marschollek, Güner: Basiswissen Arbeitsrecht, München

Demografieorientiertes Personalmanagement und betriebliches Gesundheitsmanagement (W3M10902)

Demographic-based HRM and corporate health management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10902	-	1	Prof. Dr. Denis Jdanoff	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die fachliche Kompetenz erworben, neben den historischen und gesellschaftlichen Ursachen auch die quantitativen Größenordnungen des demografischen Wandels in Deutschland richtig einzuschätzen. Sie können die ökonomischen und sozialpolitischen Auswirkungen des demografischen Wandels ebenso einschätzen wie die konkreten Herausforderungen für Unternehmen und geeignete Maßnahmen für das betriebliche Personal-, Diversity- und Gesundheitsmanagement ableiten.

METHODENKOMPETENZ

Neben quantitativ-analytischen Methoden zum Verständnis der Hintergründe werden insb. Lösungskompetenzen gefördert, um bestehende Optimierungspotenziale in diesen Themenfeldern zu erkennen und mit praktischer Umsetzungskompetenz den demografischen Wandel positiv zu gestalten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die Besonderheiten der unterschiedlichen Alters- und Lebensphasen von Arbeitnehmer*innen mit der notwendigen Sensibilität zu erfassen und daraus demografieadäquate Personalstrategien zu entwickeln. Sie sind sich ihrer Verantwortung als HR-Manager*innen für die demografische Stabilität und Konkurrenzfähigkeit ihres Unternehmens und die langfristige Beschäftigungsfähigkeit der Arbeitnehmer*innen bewusst und verstehen Diversität als Bereicherung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können auf Basis einer Analyse von Ursachen und Auswirkungen des demografischen Wandels und ebenso der spezifischen Situation im eigenen Unternehmen passende Personalmaßnahmen entwickeln und die Umsetzung komptetent begleiten.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Demografieorientiertes Personalmanagement und betriebliches Gesundheitsmanagement	42	93

Gesundheitsmanagement- Mögliche Gesundheitsbelastungen am Arbeitsplatz-
Gesundheitssystem und Instrumente des betrieblichen Gesundheitsmanagements- Bedeutung
des präventiven Gesundheitsmanagement- Betriebliches Eingliederungsmanagement-
Kennzahlen des betrieblichen Gesundheitsmanagements - Diversity- und Demografieorientiertes
Personalmanagement - Diversity Management als unternehmensstrategischer Ansatz- Chancen,
Potenziale und Grenzen eines Diversity-Ansatzes- Gesetzliche Rahmenbedingungen des Diversity
Managements- Demografischer Wandel als Ausgangssituation- Herausforderungen und
Chancen, die sich für Unternehmen aus dem demografischen Wandel ergeben- Interpretation
einer unternehmensinternen Altersstrukturanalyse/-prognose- Ableitung
personalwirtschaftlicher Handlungsfelder- Erstellung eines Gesamtkonzepts für
demografieorientiertes Personalmanagements und strategische Verankerung -
Lebensphasenorientiertes Personalmanagement - Spezifische Interessen von Mitarbeitern in
den einzelnen Phasen des Erwerbslebens- Lebensphasenorientierte Personalmanagement und
mögliche Instrumente- Altersgemischte Teams und lebensphasenorientierte
Personalentwicklung- Grundlagen, Möglichkeiten und Probleme des Wissentransfers im
demografischen Kontext

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu grundlegenden Aspekten des Diversity- und Demografemanagements 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 demografische 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
- Preisig, D. (Hg.): Erfolgreiches Personalmanagement im demografischen Wandel, München
- Rump, R./ Eilers, S. (Hg.): Lebensphasenorientierte Personalpolitik: Strategien, Konzepte und Praxisbeispiele zur Fachkräfte Sicherung, Berlin/ Heidelberg
- Schirmer, U. (Hrsg.): Demografie Exzellenz. Handlungsmaßnahmen und Best Practices zum demografieorientierten Personalmanagement, Wiesbaden
- Schneider, C.: Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz. Nebenwirkung Gesundheit, Bern
- Timmer, B.: Demografischer Wandel und Personalpolitik, Bremen/ Hamburg
- Ulich, Eberhard/ Wülser, Marc, Gesundheitsmanagement in Unternehmen, Wiesbaden
- Wagner, D./ Voigt, B.-F. (Hg.): Diversity-Management als Leitbild von Personalpolitik, Wiesbaden

Organisationspsychologie und-soziologie (W3M10903)

Organizational psychology and organizational sociology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10903	-	1	Dr. Christopher Paul ### Dublette ###	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen das Erleben und Verhalten von Menschen im Kontext von Personal, Arbeit und Organisation. Sie kennen die zentralen Ideen und Ansätze der Organisationspsychologie und -soziologie. Sie können das Verhalten von Individuen, Gruppen und Organisationseinheiten aus psychologischer und soziologischer Perspektive einordnen und die Wirkung von personalwirtschaftlichen Maßnahmen im Vorfeld und im Nachgang beurteilen. Sie erkennen die Bedeutung und Interdependenzen von Individual- und Organisationsphänomenen wie bspw. Verhaltensverzerrungen, Entscheidungsfehler, Konformität, Gehorsamkeit oder gesellschaftliche Phänomene wie Macht, Sozialisation oder Hierarchie. Dadurch können sie die Ursachen der Phänomene darlegen und angemessene (Gegen)Maßnahmen erarbeiten. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, psychologische und soziologische Erkenntnisse aus der Forschung und Praxis vergleichen, beurteilen und anwenden zu können.

METHODENKOMPETENZ

Mithilfe der soziologischen und organisationspsychologischen Konzepte und Instrumente werden die Studierenden befähigt, eine selbständige Auswahl, Anwendung und Bewertung von Handlungsoptionen zur Lösung arbeits- und organisationspsychologischer Problemstellungen zu treffen. Darüber hinaus lernen die Studierenden eine Haltung der professionellen Neutralität einzunehmen, um individuelle und kollektive Prozesse beurteilen und analysieren zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können betrieblich-personalwirtschaftliche Probleme durch die Perspektive der Organisationssoziologie und -psychologie bewerten. So können sie ihr Wissen auch in konfliktbeladenen Situationen anwenden, auf neue Ausgangssituationen anpassen und Lösungsvorschläge entwickeln.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Organisationspsychologie und-soziologie	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Geschichte der Organisationssoziologie
Theorien der Organisations- und Wirtschaftssoziologie
Wirtschaft und Gesellschaft: Soziale Einbettung wirtschaftlichen Handelns
Koordination ökonomischer Akteure: Märkte, Unternehmen, Netzwerke, Macht, Moral
Interessenorganisation: Verbände, Gewerkschaften, Betriebsräte, ökonomische Analyse der Mitbestimmung
Analyseprozess im Überblick: Theorie und Praxis
Konzeption: Fallbeispiele, Reflektion, Würdigung, Erhebung und Auswertung
Rahmenbedingung: Ethik, Recht

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden. Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Aronson, Elliot; Wilson, Timothy; Akert, Robin: Sozialpsychologie, 8. Auflage, München, 2014
- Endreß, Martin: Soziologische Theorien kompakt, 4. Auflage, Berlin, 2017
- Gerrig, Richard, J.; Zimbardo, Phil: Psychologie, 21. Auflage, München, 2018
- Kraemer, Klaus; Brugger, Florian (Hrsg.): Schlüsselwerke der Wirtschaftssoziologie, 2. Auflage, Heidelberg, 2021
- Nerdinger, Friedmann; Blickle, Gerhard; Schaper, Niclas: Arbeits- und Organisationspsychologie, 4. Auflage, Heidelberg, 2018

Strategisches Personalmanagement (W3M10904)

Strategic Human Resource Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10904	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassendes und detailliertes Wissen hinsichtlich der Kontextabhängigkeit des betrieblichen Personalmanagements.

Auch haben sie die Kompetenz erworben, sich mit dem zentralen Postulat des Strategischen Personalmanagements (SHRM) hinsichtlich des eigenständigen Beitrags des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg in analytischer sowie empirischer Hinsicht kritisch auseinanderzusetzen und dieses beurteilen zu können. Die Studierenden haben zudem umfassende und spezialisierte Kenntnisse zu unterschiedlichen SHRM-Ansätzen erworben und sind in der Lage, diese zu vergleichen sowie eine Synthese der Ansätze vornehmen zu können.

Ferner verfügen sie über umfassende Kenntnisse hinsichtlich der aufbauorganisatorischen Ausgestaltungsalternativen des Personalbereichs und haben sich umfassend und kritisch mit den Gestaltungsalternativen auseinandergesetzt.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls vermögen die Studierenden eigenständig Forschungsfragen auf dem Gebiet des Strategischen Personalmanagements zu formulieren und wissenschaftlich zu bearbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Personalmanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Stellung der HRM-Strategie im Rahmen des Strategischen Managements

Unternehmensexterne und -interne Kontextfaktoren des HRM

Theoretische Grundlagen des Strategischen Personalmanagements

Strategische Personalmanagementansätze: „Best-Practice-“ vs. „Best-Fit-Ansätze“

Möglichkeiten der Messung des Beitrags des Personalmanagements zum Unternehmenserfolg

Unternehmensleitung, Führungskräfte, Personalabteilung, Betriebsrat sowie externe Dienstleister als Träger des betrieblichen Personalmanagements

Kompetenzverteilung zwischen Personal- und Fachabteilungen

Selbstverständnis und Rollenwahrnehmung des Personalbereichs

Aufbauorganisatorische Gestaltungsalternativen des Personalbereichs

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEiten

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Basiskenntnisse hinsichtlich der Ausgestaltung des operativen Personalmanagements in den grundlegenden personalwirtschaftlichen Handlungsfeldern (Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalentwicklung, Mitarbeiterführung und Entgeltgestaltung) sollten vorhanden sein.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Boxall, P.; Purcell, J.: *Strategy and Human Resource Management*, Basingstoke

Bamberger, P.; Biron, M.; Meshoulam, I.: *Human Resource Strategy*, New York

Storey, J.; Wright, P.M.; Ulrich, D.: *The Routledge Companion to Strategic Human Resource Management*, Milton Park

Boselie, P.: *Strategic Human Resource Management*, London

Pauwe, J.; Farndale, E.: *Strategy, HRM and Performance. A contextual approach*, 2. Aufl., Oxford, 2017

Schuler, R.; Jackson, S.: *Strategic Human Resource Management*, Oxford

Personalauswahl und Potenzialanalyse (W3M10905)

Personnel Assessment and Potential Analyses

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10905	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse im Hinblick auf eignungsdiagnostische digitale und klassisch-analoge Verfahren zur Personalauswahl und Potenzialanalyse. Darüber hinaus sind sie befähigt, diese Verfahren unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Gütekriterien fachlich kompetent zu hinterfragen und zu bewerten. Dazu verfügen die Studierenden über umfassende Kenntnisse im Bereich der Grundlagen der Personaldiagnostik und einschlägiger Methoden und Verfahrensweisen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, personaldiagnostische Anforderungen in Personalauswahl und Potenzialanalyse sachgerecht kritisch zu analysieren, um darauf aufbauend Auswahlmethoden eigenständig zu bewerten, passende bereits bestehende digitale oder analoge Verfahren weiterzuentwickeln oder neue Verfahren den Anforderungen entsprechend selbst zu konzipieren und durchzuführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden wissen andere beteiligte und verantwortliche Personen von den Ergebnissen der vorgenommenen diagnostischen Prozesse zu überzeugen. Eigene Wahrnehmungstendenzen erkennen sie und wissen darauf basierende Beurteilungstendenzen zu relativieren. Die Bedeutsamkeit der verantwortungsvollen Kommunikation von eignungsdiagnostischen Ergebnissen ist reflektiert und in das berufliche Selbstverständnis integriert. Die Studierenden haben eine hohe Beurteilungskompetenz erworben, nehmen auch zu anscheinend vielversprechenden Neuerungen eine kritische Distanz ein, die sie zu argumentativ-sachlichem, wissenschaftlich-fundiertem Urteil im Abwägungsprozess zwischen unterschiedlichen Verfahren befähigt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Neue Situationen reflektieren die Studierenden zielführend und entwickeln zukunftsorientierte Problemlösungen

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personalauswahl und Potenzialanalyse	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Digitale und analoge Verfahren der Personaldiagnostik und Potenzialanalyse
Grundlagen der Personaldiagnostik
Prozess der Personaldiagnostik im Überblick
Arbeitsrechtliche Aspekte in Personalauswahl und Potenzialanalyse
Psychologischer Prozess von der Wahrnehmung zum Urteil
Gütekriterien in Personalauswahl und Potenzialanalyse
Qualitätskriterien in Personalauswahl und Potenzialanalyse
DIN 33430
Anforderungsprofile und Ausgestaltung spezifischer Auswahlverfahren in Personalauswahl und Potenzialanalyse;
Wissenschaftliche und pseudowissenschaftliche Verfahren
Matching- und Online-Diagnostik

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Umfang der Seminararbeit 10-15 Seiten (Dauer der unbenoteten Präsentation 10-15 Minuten).

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick über die grundlegenden Aspekte der Personaldiagnostik anhand beispielsweise folgender Lehrbücher vorausgesetzt:
Kanning, U., Standards der Personaldiagnostik, Göttingen; Kersting, M., Qualität in der Diagnostik und Personalauswahl – der DIN-Ansatz, Göttingen; Obermann, C., Assessment-Center. Entwicklung, Durchführung, Trends. Mit originalen AC-Übungen, Wiesbaden; Sarges, W. (Hrsg.), Management-Diagnostik, Göttingen; Höft, S., Diagnose beruflicher Eignung und Leistung, in: Schuler, H. (Hrsg.), Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Argyle, M., Körpersprache & Kommunikation: Nonverbaler Ausdruck und soziale Interaktion, Paderborn;
Diagnostik- u. Testkuratorium (Hrsg.), Personalauswahl kompetent gestalten, Grundlagen und Praxis der Eignungsdiagnostik nach DIN 33430, Wiesbaden;
Erpenbeck, J. & Rosenstiel, L. v. (Hrsg.), Handbuch Kompetenzmessung. Erkennen, Verstehen und Bewerten von Kompetenz in der betrieblichen, pädagogischen und psychologischen Praxis, Stuttgart;
Sarges, W. & Scheffer, D. (Hrsg.), Innovative Ansätze für die Eignungsdiagnostik, Göttingen;
Schuler, H., Psychologische Personalauswahl, Göttingen

Talentmanagement und Mitarbeitendenbindung (W3M10906)

Talent management and employee retention

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10906	-	1	Prof. Dr. Denis Jdanoff	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Wissen in den Bereichen Personalentwicklung/Talentmanagement 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, passende Instrumente in den Themenfeldern auszuwählen, anzuwenden und Sie können die resultierenden Ergebnisse auch kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Sachverhalte zu den behandelten Themenfeldern sowohl mit Expert*innen als auch mit Laien angepasst und verständlich zu diskutieren und zu erörtern sowie auf unzureichend umgesetzte Prozesse in den Themenfeldern in der Personalpraxis hinzuweisen. Die Studierenden sind zudem für ethische und rechtliche Fragen bspw. im Kontext der Personalentwicklung/Talentmanagement sensibilisiert. Die Studierenden sind sich insbesondere darüber bewusst, dass Mitarbeiter*innen durch zwanghafte Bindungsmaßnahmen nicht motiviert werden können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, 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 Personalentwicklung, zum Talentmanagement und zur Mitarbeitendenbindung durchführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Talentmanagement und Mitarbeitendenbindung	42	93

Personalentwicklung und Karriereplanung

- Rahmenkonzept Personalentwicklung und Interventionsfelder
- Rechtliche Grundlagen der Personalentwicklung
- Strategischer Personalentwicklungsbedarf
- Kompetenzmodelle und Kompetenzmanagement
- Weiterbildung: Ziele, operative Bildungsbedarfsermittlung, Lernzielbereiche, Lehr- und Lernmethoden, Digitalisierung und Lernen 4.0 (on demand und Selbstorganisation; Micro-learning, AR/VR, Serious Gaming usw.)
- Lernökosystem und konnektivistisch-konstruktivistisches Lernparadigma
- Metaverse und AI-Anwendungen in der Personalentwicklung
- Talentmanagement und Personalförderung: Regelkreis, Fördergespräch, Potenzialanalyse, Förderprogramme, Karrieresysteme, Rückzahlungsvereinbarungen
- Personalentwicklungscontrolling (Bildungscontrolling)
- Rollenanforderungen an Personalentwickler

Mitarbeiterbindung

- Problemstruktur Mitarbeiterbindung: Arbeitsmarkt, Konjunktur und Demografie
- Bedeutung der Mitarbeiterbindung
- Commitment als zentrale Retentionvariable
- Verschiedene Bezugsebenen der Mitarbeiterbindung
- Zielgruppenanalyse und ganzheitliches Retentionkonzept
- Individualisiertes Retentionmanagement
- Retention-Controlling

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Alnajjar, Fady et al.; Robots in Education: An Introduction to High-tech Social Agents, Intelligent Tutors, and Curricular Tools, New York u.a. 2022
Armutat, Sascha et al.; Retentionmanagement; Die richtigen Mitarbeiter binden, in: DGFP e.V. (Hg.), Schriftenreihe Praxis Edition, Bielefeld, 2004
Bratton, John.; Gold, Jeff.; Human Resource Management: Theory and Practice, Basingstoke, 2017
Felfe, Jörg; Mitarbeiterbindung, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Göttingen, 2020
Foelsing, Jan; Schmitz, Anja; New Work braucht New Learning. Eine Perspektivereise durch die Transformation unserer Organisations- und Lernwelten, Wiesbaden, 2021
Graf, Nele.; Gramß, Denise; Edelkraut, Frank; Agiles Lernen, 3. Auflage, Freiburg, 2022
Lindner-Lohmann, Doris; Lohmann, Florian; Schirmer, Uwe; Personalmanagement, 4. Auflage, Heidelberg, 2023
Mattenkrott, Axel; Ryschka, Jurji; Solga, Marc; Praxishandbuch Personalentwicklung, Wiesbaden, 2011
Meyer, John P.; Herscovitch, Lynne; Commitment in the workplace toward a general model, in: Human Resource Management Review, Volume 11, Issue 3, Autumn 2001, Pages 299-326 Human Resource Management Review
Müller-Vorbrüggen, Michael; Radel, Jürgen; Handbuch Personalentwicklung: Die Praxis der Personalbildung, Personalförderung und Arbeitsstrukturierung, 5. überarbeitete und erweiterte Aufl., Stuttgart, 2022
North, Klaus; Reinhardt, Kai; Sieber-Suter, Barbara; Kompetenzmanagement in der Praxis. Mitarbeiterkompetenzen systematisch identifizieren, nutzen und entwickeln, 3. Aufl., Wiesbaden, 2018
Przybilla, Anne; Personalrisikomanagement – Mitarbeiterbindung und die Relevanz für Unternehmen, Düsseldorf, 2009
Wolf, Gunther; Mitarbeiterbindung - mit Arbeitshilfen Online: Strategie und Umsetzung im Unternehmen, 4. Aufl., Freiburg, 2020

Entgeltgestaltung und HR Analytics (W3M10908)

Compensation and HR Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10908	-	1	Prof. Dr. Klaus-Jürgen Jeske	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die strategische Bedeutung und Einbindung von Verfahren zur Arbeitsbewertung, Entgeltfindung und Leistungsbeurteilung im personalwirtschaftlichen Instrumentarium. Sie identifizieren die Arbeitsbewertung als Schlüsselfunktion zur Herstellung einer Anforderungsgerechtigkeit in der Entgeltfindung und für die Abbildung eines kongruenten organisationalen Gesamtgefüges aller Stellen, Positionen und Aufgaben. Ihnen wird bewusst, wie Leistungsmessung und -beurteilung auf verschiedenen organisationalen Aggregationsstufen und die Honorierung von verschiedenen Erfolgsgrößen, welche u.a. das Personalcontrolling bereitstellt, zusammenhängen. Im Rahmen des Personalcontrollings identifizieren die Studierenden u.a. Benchmarks als branchenspezifische oder auch branchenübergreifende Möglichkeit der Bildung von Referenzpunkten im Rahmen einer Beurteilung von personalwirtschaftlichen Sachverhalten und lernen die Bedeutung eines Personalrisikomanagements kennen. Die Studierenden verstehen HR Analytics als u.a. technologische Weiterentwicklung des klassischen Personalcontrollings.

METHODENKOMPETENZ

Ausgehend von einer Arbeitsbewertung können die Studierenden eine benachteiligungsfreie Entgeltgestaltung in einem Total Compensation-Modell vornehmen. Sie setzen dabei verschiedene Entgeltbestandteile gemäß ihrer unterschiedlichen Anreizwirkung ein. Sie identifizieren sowohl die Gestaltung von Systemen der Entgeltfindung und Leistungsmessung als auch deren Anwendung als politisches Spannungsfeld zwischen Arbeitnehmervertreter*innen, dem Personalbereich und dem jeweiligen Fachbereich.

Bei Instrumenten und Kennzahlen des Personalcontrollings können sie deren verschiedene Anwendungsbereiche fachlich differenzieren und kritisch reflektieren. Sie stellen Instrumente und Kennzahlen bedarfsgerecht zusammen und sorgen für eine Integration in das Steuerungssystem des Unternehmens unter Anwendung von HR Analytics als Teil von Business Intelligence Lösungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entgeltgestaltung und HR Analytics	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Entgeltgestaltung und Leistungsmanagement

- Entgeltgestaltung und Leistungsmanagement als Handlungsfeld des betrieblichen Personalmanagements
- Regelungsebenen für die Entgeltfindung und Leistungsbeurteilung verschiedener Mitarbeitergruppen (z.B. Tarifbeschäftigte, außertariflich Beschäftigte, Leitende Angestellte, Praktikanten, Auszubildende, Werkstudenten)
- Summarische und analytische Methoden der Arbeitsbewertung (z.B. nach ERA-Tarifvertrag), internationale Job Evaluation Systeme für den Managementbereich (z.B. Mercer, Hay)
- Bestandteile von Vergütungssystemen im Gesamtvergütungsmodell: fixe Grundvergütung, variable Vergütungsbestandteile mit kurz-, mittel- und langfristigem Bezug, Neben- und Zusatzleistungen (u.a. gesetzliche, tarifliche und betriebliche Sozialleistungen)
- Entgeltbestandteile unter anreiztheoretischen Überlegungen
- Prinzipien der Entgeltfindung und -differenzierung (Anforderungs-, Leistungs-, Qualifikations-, Erfolgs- und Marktbezug)
- Entgeltgerechtigkeit
- Verfahren der Leistungsbeurteilung bzw. -messung
- Integration der Entgeltentwicklung und Leistungsbeurteilung in den Führungsprozess

HR Analytics und Personalcontrolling

- Inhaltliche und organisatorische Einbindung von HR Analytics und Personalcontrolling in die Planung, Steuerung und Kontrolle des Gesamtunternehmens sowie rechtliche Aspekte
- Ziele, Aufgaben und konzeptionelle Grundlagen von HR Analytics und Personalcontrolling
- Grundlagen von Kennzahlen und Kennzahlensystemen
- Instrumente des Personalcontrollings: Benchmarking auf Unternehmensebene
- Frühwarnindikatoren für externe Umwelteinflüsse: Personalrisikomanagement
- Anwendungsorientiertes Personalcontrolling auf dezentraler Ebene: Kennzahlen und Indikatoren für Personalplanung und -auswahl, Personaleinsatz und Beurteilung in Leistungsprozessen sowie Entgelt und Personalentwicklung
- Personalcontrolling unter Anwendung von HR Analytics: Analysen mit HR Analytics sowie Prozesse und Systeme für HR Analytics

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Aguinis, Herman: Performance Management, Harlow.
- Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. (Hrsg.): Personalcontrolling für die Praxis – Konzept - Kennzahlen Unternehmensbeispiele, Bertelsmann Verlag: Bielefeld.
- Gomez-Mejia, Luis R./Berrone, Pascual/Franco-Santos, Monica: Compensation and Organizational Performance – Theory, Research and Practice, Routledge: London, New York.
- Kobi, Jean Marcel: Personalrisikomanagement - Strategien zur Steigerung des People Value, Gabler Verlag: Wiesbaden.
- Martocchio, Joseph J.: Strategic Compensation. A Human Resource Management Approach, Upper Saddle River.
- Milkovich, George T.; Newman, Jerry M.; Gerhart, Barry: Compensation, Boston.
- Schulte, Christof: Personal-Controlling mit Kennzahlen, Verlag Vahlen: München.
- Strohmeier, Stefan/Piazza, Franca: Human Resource Intelligence und Analytics, Springer-Gabler: Wiesbaden.

Digitale Transformation, Big Data und Künstliche Intelligenz (W3M10909)

Digital Transformation, Big Data and Artificial Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10909	-	1	Prof. Dr. Michael Lindemann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, sich mit der Auswirkung der Digitalen Transformation auf Organisationen in analytischer und empirischer Sicht kritisch auseinanderzusetzen. Sie verstehen die konzeptionellen Grundlagen der Digitalen Transformation, die besondere Bedeutung von Big Data und Artificial Intelligence, sowie die Auswirkungen dieser Entwicklungen auf Fragen des Leadership. Sie kennen beispielhafte Anwendungen dieser Technologien im HRM und anderen Unternehmensfunktionen.

METHODENKOMPETENZ

Durch die Beschäftigung mit Konzepten, die sich noch in intensiver Diskussion und Entwicklung befinden, haben die Studierenden ihre Ambiguitätstoleranz weiterentwickelt. Sie haben ferner einen vertieften Zugang zur daten- und evidenzgestützten Entscheidungsfindung gewonnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage sich kritisch in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Diskurs zur Digitalen Transformation einzubringen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitale Transformation, Big Data und Künstliche Intelligenz	42	93
Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellinnovationen		
Überblick über Technologien als Treiber der digitalen Transformation und Gesetzmäßigkeiten der digitalen Ökonomie		
Entstehung und Wandel von Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation		
Wirkungsfelder der digitalen Transformation		
Wechselwirkungen von Digitaler Transformation und Unternehmenskultur		
Big Data		
Analytics		
Künstliche Intelligenz: Grundlagen und Anwendungsbeispiele		
Machine Learning		
Praktische Übungen zum Machine Learning		
Umgang mit sensitiven Daten		
Datenschutz und Datensicherheit in Big Data Projekten Zukunftsaufgaben		

BESONDERHEITEN**VORAUSSETZUNGEN**

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zum Informationsmanagement und zum strategischen Management anhand beispielweise folgender Lehrbücher:

- Krcmar, Helmut: Informationsmanagement; 6. Auflage; Berlin; 2015
- Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph: Strategisches Management; 5. Auflage; Stuttgart; 2016
- Vahs, Dietmar: Organisation; 10. Auflage; Stuttgart; 2019

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Appelfeller, Wieland; Feldmann, Carsten: Die digitale Transformation des Unternehmens; Wiesbaden; 2018
Brandes, Ulf; Gemmer, Pascal; Koschek, Holger; Schütken, Lydia: Management Y; Frankfurt a.M.; 2014
Bruce, Peter; Bruce, Andrew; Gedeck, Peter; Fraaß, Marcus: Praktische Statistik für Data Scientists, 2. Auflage, Heidelberg, 2021
Brynjolfsson, Erik; McAfee, Andrew: The Second Machine Age, New York; 2014
Davenport, Thomas: big data@work; Boston; 2014
Denning, Stephen: The Leader's Guide to Radical Management; San Francisco; 2010
Dorschel, Joachim: Praxishandbuch Big Data; Wiesbaden; 2015
Fasel, Daniel; Meier, Andreas (Hrsg.): Big Data - Grundlagen, Systeme und Nutzungsdimensionen; Wiesbaden; 2016
Gassmann, Oliver; Sutter, Philipp: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten; München; 2016
Geron, Aurélien: Hands-on Machine Learning with Scikit-Learn, Keras and TensorFlow, 2. Auflage; Sebastopol; 2019
Hanschke, Inge (2018): Digitalisierung und Industrie 4.0; München; 2018
Jodlbauer, Herbert: Digitale Transformation der Wertschöpfung; Stuttgart; 2018
Jung, Hans; Kraft, Patricia: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung; München; 2016
Kugler, Sascha; Anrich, Felix: Digitale Transformation im Mittelstand mit System; Wiesbaden; 2018
Matzler, Kurt; Bailom, Franz; Friedrich von den Eichen, Stephan; Anschober, Markus: Digital Disruption; München; 2016
Mayer-Schönberger, Viktor; Cukier, Kenneth: Big Data; 3. Auflage; München; 2017
Rogers, David L.: Digital Transformation Playbook; New York; 2016
Schallmo, Daniel R.A.; Rusnjak, Andreas; Anzengruber, Johanne; Werani, Thomas; Lang, Klaus: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen; 2. Auflage; Wiesbaden, 2021
Strohmeier, Stefan; Piazza, Franca: Human Resource Intelligence und Analytics; Wiesbaden; 2015
Pentland, Alex: Social Physics; New York; 2015
Provost, Foster; Fawcett, Tom: Data Science for Business; Sebastopol; 2013
Westerman, George; Bonnet, Didier; McAfee, Andrew: Leading Digital; Boston; 2014

Politik und Emotionen in Organisationen (W3M10910)

Organizational Politics and Emotions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10910	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen in den Themenfeldern Macht, Politik und Konflikte sowie Emotionen in Organisationen.

Sie sind ferner in der Lage, Unternehmen nicht nur als zweckrationale Gebilde zu analysieren, sondern haben ein fundiertes Verständnis von politischen Prozessen in Organisationen und der Rolle von Emotionen im Organisationsalltag

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, eigenständig Forschungsfragen in den Themenfeldern Macht, Politik und Konflikte sowie Emotionen in Organisationen zu formulieren und wissenschaftlich zu bearbeiten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre eigenen im Organisationsalltag auftretenden Emotionen sowie ihre eigene Rolle als mikropolitische Akteure zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Politik und Emotionen in Organisationen	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Macht in Organisationen (Formen von Macht, Machtgrundlagen, Machttheorien, Arbeitsbeziehungen als Machtbeziehungen)

Koalitionen und Netzwerke in Organisationen

Konflikte in Organisationen (Arten von Konflikten, Konfliktverläufe, Konfliktmanagement)

Mikropolitik in Organisationen (mikropolitische Strategien und Taktiken, Ethik mikropolitischen Verhaltens)

Emotionen als Gegenstand sozialwissenschaftlicher Forschung

Entstehung und Funktionen von Emotionen in Organisationen

Emotionen im Organisationsalltag (insb. Emotionsarbeit und emotionale Intelligenz, Einfluss von Emotionen in Entscheidungsprozessen, Emotionen im Rahmen des organisatorischen Wandels)

Emotionale Beschädigungen in Organisationen (z.B. Mobbing, sexuelle Belästigung, Diskriminierung, Stress, Personalabbau)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zu den grundlegenden Aspekten menschlichen Verhaltens in Organisationen („Organizational Behavior“) anhand beispielweise folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen: Nerdinger, F.W. u.a.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin Schuler, H.; Moser, K.: Lehrbuch Organisationspsychologie, Bern

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Bratton, J. u.a.: Introduction to Work and Organizational Behaviour, London

Clegg, S. u.a.: Managing and Organizations, London

Greenberg, J.: Behavior in Organizations, Harlow

Linstead, S. u.a.: Management & Organization, New York

Robbins, S.P.; Judge, T.A.: Essentials of Organizational Behavior, Boston

Schermerhorn, J.R. u.a.: Organizational Behavior, Hoboken

New Work: agiles Arbeiten und digitale Führung (W3M10911)

New Work: agile Work and digital Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10911	-	1	Prof. Dr. Katja Stamer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Seminararbeit (50%) und Klausur (50)	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein fundiertes Wissen zu dem Thema New Work, agiles Management und digital Leadership. Sie sind in der Lage, die Implikationen der makropolitischen Veränderungen im Markt, der Gesellschaft usw. für die Arbeitswelt der Zukunft (New Work) zu hinterfragen und notwendige Gestaltungskonsequenzen aufzuzeigen.

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind nach Abschluss des Moduls methodisch befähigt, anwendungsbezogen Konzepte zu Arbeitsweisen und Führung kritisch zu reflektieren und unter Beachtung betrieblicher Gegebenheiten bedarfsbezogen zu modifizieren beziehungsweise neu zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über die Fähigkeit zur Selbstreflexion zum Thema und das erlernte Wissen in Gruppenarbeiten zu erproben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
New Work: agiles Arbeiten und digitale Führung	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Einflussfaktoren auf die Arbeit der Zukunft (Makro- und Mesoebene)
Implikation für die normative, strategische und operative Unternehmensführung, im Besonderen auf die Organisationsstruktur und die Führungs- bzw. Management-Ebenen
Definitionen und Tools im Rahmen von New Work
Einfluss einer agilen Organisationsstruktur auf das Arbeitsumfeld, die Arbeitszeitmodelle sowie die Arbeit selbst, unter Berücksichtigung des entsprechenden Arbeitsrechts
Auswirkungen von Digitalisierung auf das Arbeiten und auf die Führung (Führungsstil, Rolle der Führungskraft)
Handlungsansätze und Gestaltungsoptionen der digitalen Führung und des Personalmanagements sowie Nachhaltigkeitsmanagement im Rahmen von New Work
Modellierung von Prozessen im Wandel zu New Work und Digitales Arbeiten (Reifegradmodelle)
Arbeits- und organisationspsychologische Betrachtung von New Work und digitalem Arbeiten sowie kritische Reflektion
Self Assessment sowie Selbstreflektion in der Führungsrolle (im Rahmen von New Work, Digitalem Arbeiten sowie in der Begleitung von Wandel)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bergmann, F.; Schuhmacher, S.: Neue Arbeit, neue Kultur, Freiburg
Hackl, B. et al; New Work: Auf dem Weg zur neuen Arbeitswelt, Wiesbaden
Hübner, M.: New Work – Menschlich. Demokratisch. Agil - Wie Sie Teams und Organisationen erfolgreich in eine digitale Zukunft führen, Regensburg
Kreutzer, R.; Neugebauer, T.: Digital Business Leadership: Digitale Transformation - Geschäftsmodell-Innovation - agile Organisation - Change-Management, Wiesbaden
Petry, Th.: Digital Leadership: Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, Freiburg
Rusinek, H.; Work-Survive-Balance: Warum die Arbeit der Zukunft die Zukunft unserer Erde ist, Freiburg u.a.
Schermuly, C.; New Work - Gute Arbeit gestalten, Freiburg
Seeger, Ch.: Harvard Business Manager Edition 4/2017: Agiles Management, Hamburg

Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10912)

Foundations of Neuroscience in Business Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10912	-	1	Prof. Dr. Stefan Krause	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierende kennen die neurowissenschaftlichen Grundlagen des menschlichen Erlebens und Verhaltens. Sie können menschliche Verhaltensweisen auf Basis des biologischen Substrats analysieren und verstehen. Sie besitzen einen Überblick über die zentralen Theorien und Forschungsbefunde aus dem Bereich der Wahrnehmung sowie der auch kognitiven Prozessen zugrundeliegenden Gehirnanatomie und –physiologie.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftliche Implikationen von wirtschaftlichem Handeln vor dem Hintergrund eines differenzierteren Menschenbildes und unter Anwendung empirischer Methoden wahrzunehmen und zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende vermögen eigene Motive und Reaktionsweisen vertieft zu verstehen und eigenes Erleben und Verhalten kritisch zu reflektieren. Das Wissen um die Arbeitsweise des Gehirns, der Vielzahl unbewusster Prozesse sowie Kenntnisse der Implikationen aus der Debatte um Willensfreiheit lässt sie eigenes Handeln und das anderer differenzierter und toleranter erleben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	42	93
Gehirnanatomie: Struktur, Funktionszuordnung		
Gehirnphysiologie: Aufbau einer Nervenzelle, die Erregungsleitung in einer Nervenzelle und zwischen Nervenzellen, Wirkung wichtiger Neurotransmitter		
Wahrnehmung: Psychophysik; visuelles und auditives System, Haptik, Somatosensorik, gustatorische und olfaktorische Wahrnehmung		
Neuronale Grundlagen der Aufmerksamkeit		
Neuronale Prinzipien des Lernens		
Neurowissenschaftliche Theorien zur grundlegenden Struktur von Persönlichkeit (nicht Persönlichkeitspsychologie)		
Neurowissenschaftliche Positionen zur Willensfreiheit von Menschen		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Es wird empfohlen, zuerst das Modul „Neurowissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10912)“ zu belegen, bevor das Modul „Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10913)“ besucht wird.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Myers, David: Psychologie, 3. Auflage, Heidelberg, 2014

Pinel, John. P. J.; Barnes, Steven J. & Pauli, Paul: Biopsychologie, 10. Auflage, München, 2018

Roth, Gerhard: Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten. Warum es so schwierig ist, sich und andere zu ändern, 13. Auflage, Stuttgart, 2019

Schandry, Rainer: Biologische Psychologie, Weinheim, 2016

Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie (W3M10913)

Foundations of Cognitive Science in Business Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10913	-	1	Prof. Dr. Stefan Krause	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die kognitionswissenschaftlichen Grundlagen des menschlichen Erlebens und Verhaltens. Sie besitzen einen Überblick über die zentralen psychologischen Theorien und Forschungsbefunde aus dem Bereich Lernen, Aufmerksamkeit und Gedächtnis, des Denkens sowie der Motivation und Emotion.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierende sind vor dem Hintergrund vertieften Wissens über kognitionswissenschaftliche Zusammenhänge und einschlägige methodische Analyseverfahren in der Lage, verbessert Verantwortung in wirtschaftlichen Zusammenhängen zu übernehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende haben vertieft Einsicht in eigene Funktionsweisen und Motive, so dass sie sich in ihrer Wirkung auf wirtschaftliche Prozesse reflektierter wahrnehmen und differenzierter erleben können. Sie sind in der Lage, sich selbst kritischer zu sehen und eigene Wahrnehmungen nicht für absolut zu halten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Wirtschaftspsychologie	42	93
Lernen: klassische Konditionierung, operante Konditionierung, Modelllernen Gedächtnis: Mehrspeichermodelle; Arbeitsgedächtnis; sensorischer Speicher, Langzeitgedächtnis, implizites Gedächtnis, Enkodier- und Abrufprozesse Sprache: Verarbeitungsebenen; semantisches Gedächtnis; Buchstaben und Worterkennung; mentales Lexikon; Satz- und Textverarbeitung; Inferenzen Denken und Problemlösen: Deduktives und induktives Schließen; Kreativität; Denken und Sprache; Denken und Handeln; Theorien des problemlösenden Denkens; einfaches Problemlösen; komplexes Problemlösen Emotion und Motivation: Emotionsbegriff; Erfassung von Emotionen; physiologische und evolutionspsychologische und kognitive Emotionstheorien; Motiv und Motivation; Erfassung von Motiven; Trieb- und Aktivationstheorien; Erwartungs-Wert-Theorien; intrinsische/extrinsische Motivation; Psychologie des Willens		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Es wird empfohlen, zuerst das Modul „Neurowissenschaftliche Grundlagen der Psychologie (W3M10912)“ zu belegen, bevor das Modul „Kognitionswissenschaftliche Grundlagen der Psychologie (W3M10912)“ besucht wird.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Sperling, Miriam, Schmidt, Thomas: Allgemeine Psychologie 1, Weinheim, 2017
Goldstein, Bruce. E.: Wahrnehmungpsychologie: Der Grundkurs, 9. Auflage, Heidelberg, 2015
Horstmann, Gernot, Dreisbach, Gesine: Allgemeine Psychologie 2, Weinheim, 2017
Müsseler, Jochen: Allgemeine Psychologie, Heidelberg, 2017
Myers, David: Psychologie, 3. Auflage, Heidelberg, 2014
Wentura, Dirk, Frings, Christian: Kognitive Psychologie, Wiesbaden, 2012

Business Coaching und Mentoring (W3M10914)

Business Coaching and Mentoring

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10914	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über ein fundiertes Wissen hinsichtlich der Formen, Methoden und Anwendungsfelder des Business Coachings und Mentorings in der betrieblichen Praxis.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach dem Modul einschlägige Vorgehensweisen und Methoden aus dem Bereich „Coaching und Mentoring“ situationsadäquat auswählen und anwenden. Sie sind damit auch in der Lage, einen Coachingprozess zu konzipieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein Coachinggespräch von überschaubarer Komplexität zu gestalten und durchzuführen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Coaching und Mentoring	42	93

- Kennzeichen des Business Coachings
- Psychologische Grundlagen des Business Coachings (z.B. Behavioristischer Ansatz, Humanistischer Ansatz, Gestaltansatz, Systemischer Ansatz, Psychodynamischer Ansatz)
- Erfolgskriterien im Coaching und Evaluation des Coachingerfolgs
- Haltung und Ethik im Coaching
- Phasen des Coachingprozesses (inkl. Auftragsklärung) und Coaching-Beziehung (Rollen und Verantwortlichkeiten)
- Coachingmethoden (inkl. Übungen und exemplarisches Lernen an Praxisfällen)
- Anwendungsfelder des Coachings (Coachinganlässe) (z.B. Standortbestimmung, Karriere, Gesundheit, Motivation, Krise, Veränderung, Konflikte, Work-Life-Balance)
- Formen des Coachings (Selbst-, Einzel-, Gruppencoaching)
- Coaching-Supervision
- Auswahl von Coaches
- Kennzeichen des Mentorings
- Formen des Mentorings
- Rollen und Verantwortlichkeiten im Mentoring
- Einsatzgebiete des Mentorings
- Mentor:innenauswahl und -schulung
- Evaluation des Mentorings

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Als einführende Lektüre zu den grundlegenden Aspekten des Coachings und Mentorings werden beispielweise folgender Lehrbücher empfohlen:

Garvey, Robert u.a.: Coaching and Mentoring, London, 2014
Parsloe, Eric; Leedham, Melville : Coaching and Mentoring, London, 2022

Vertiefende Literatur:

Bachkirova, Tatiana et al. (eds.): The Complete Handbook of Coaching, 3rd edition, London, 2016
Backhausen, Wilhelm; Thommen, Jean-Paul: Coaching, 4. Auflage Wiesbaden, 2009
Graf, Nele; Edelkraut, Fank: Mentoring, 2. Auflage, Wiesbaden, 2016
Grolimund, Fabian: Psychologische Beratung und Coaching, 2. Auflage, Göttingen, 2014
Kauffeld, Simone; Gessnitzer, Sina: Coaching. Wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendungen, Stuttgart, 2018
Keel, Michael: Mentoring. Program Development, relationships, and outcomes, New York, 2009
Loebbert, Michael: Coaching Theorie, 2. Auflage, Heidelberg, 2016
Migge, Björn: Handbuch Business Coaching, Weinheim, 2018
Passmore, Jonathan et al. (eds.): The Wiley-Blackwell Handbook of the Psychology of Coaching and Mentoring, Hoboken N.J., 2016
Rauen, Christian: Handbuch Coaching, 4. Auflage, Göttingen, 2021

Psychologie der individuellen Persönlichkeit (W3M10915)

Personality Psychology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10915	-	1	Prof. Dr. Angela Diehl-Becker	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen zentrale Theorien der Persönlichkeitsforschung und wissen Forschungsergebnisse und Ansätze in diesem Forschungsgebiet kritisch zu hinterfragen. Ursachen interindividueller Unterschiede können sie aufzeigen. Die Bedeutung der Persönlichkeitstheorien und Forschungsmethoden für den Kontext der Arbeits- und Organisationspsychologie ist erkannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen wesentliche Methoden der Persönlichkeitsforschung und haben es gelernt, laienpsychologische Annahmen aus dem Berufsalltag strukturiert und methodisch reflektiert zu hinterfragen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie haben die Kompetenz zur wissenschaftlich-fundierten Argumentation erworben und wissen die wesentlichen Ergebnisse in ihrer Bedeutung für den beruflichen Alltag aufzuzeigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Psychologie der individuellen Persönlichkeit	42	93
Methoden der Differentiellen und Persönlichkeitspsychologie		
Biologische und kulturelle Grundlagen		
Anlage-Umwelt-Debatte		
Zugänge zur Persönlichkeit und Theorien der Persönlichkeit		
Entwicklung der Persönlichkeit, Verhaltensstabilität und -varianz im Verlauf des Lebens		
Anwendungsperspektiven: Intelligenz, soziale Intelligenz, Kreativität, Handlungs-, Motiv- und Bewertungsdispositionen, Resilienz, interkulturelle Unterschiede		

BESONDERHEITEN

Umfang der Seminararbeit 10-15 Seiten, Dauer der Präsentation 10-15 Minuten.

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Es wird die jeweils aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Allport, Gordon W.: Personality. A Psychological Interpretation, New York, 1937
Amelang, Manfred (Hrsg.): Determinanten interindividueller Unterschiede, Göttingen, Bern, 2000
Asendorpf, Jens B.: Psychologie der Persönlichkeit, Heidelberg, 2007
Burger, Jerry M.: Personality, Belmont CA, 2014
Engler, Barbara: Personality Theories: An Introduction, 8th edition, Boston, New York, 2009
Hjelle, L. A.; Ziegler, D. J.: Personality Theories: Basic Assumptions, Research and Application, 3rd edition, New York, 1992
Kelly, George A.: Personality. The Psychology of Personal Constructs, New York, 1954
Laux, L.: Persönlichkeitspsychologie, 2. Auflage, Stuttgart, 2008
Maltby, John; Day, Liz; Macaskill, Ann: Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz, München, 2011
Mischel, Walter: An Introduction to Personality, New York, 1993
Neyer, Franz J.; Asendorpf, Jens B.: Psychologie der Persönlichkeit, Berlin, 2017

Psychologie der Personalführung (W3M10917)

Psychology of Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10917	-	1	Prof. Dr. Stefan Huf-Wellhäuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem sozialpsychologischen Fachgebiet der Mitarbeiterführung. Sie sind ferner in der Lage, sich kritisch mit den unterschiedlichen theoretischen Perspektiven der Führungsforschung auseinanderzusetzen und Lösungsstrategien für betriebliche Führungsprobleme zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Methoden zur zielorientierten Beeinflussung des Mitarbeiterverhaltens anzuwenden, zu reflektieren sowie weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ein Bewusstsein für die eigene Verantwortung als Führungs(nachwuchs)kraft entwickelt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Psychologie der Personalführung	42	93
Mitarbeiterführung als zielbezogene Einflussnahme		
Führungserfolg und Führungssituation		
Macht und Führung		
Führungsinstrumente (z.B. Symbole, Kommunikation, Anreizsystem, Personalentwicklung)		
Funktionale Äquivalente direkter Führung (z.B. Führungssubstitute, Selbstführung, geteilte Führung, digital Leadership)		
Destruktive Führung		
Persönlichkeit und Führung		
Führungstheorien (z.B. situative Führung, LMX-Theorie, dienende Führung, transformationale Führung, authentische Führung, salutogenetische Führung, positive Führung, Neuroleadership)		
Führung von Arbeitsgruppen		
Führung in Veränderungsprozessen		
Frauen in Führungspositionen		
Führung im interkulturellen Kontext		
Auswahl von Führungskräften und Führungskräfteentwicklung		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Wirtschaftspsychologie-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bratton, John: Organizational Leadership, London, 2020
Felfe, Jörg; Dick, Rolf van (Hrsg.): Handbuch Mitarbeiterführung, Berlin/Heidelberg, 2016
Northouse, Peter G.: Leadership. Theory and practice, 9. Aufl., Thousand Oaks, 2022
Rosenstiel, Lutz von u.a. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, 8. Aufl., Stuttgart, 2020
Rybníkova, Irma; Lang, Rainhart (Hrsg.): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte, 2. Aufl., Wiesbaden, 2021
Schirmer, Uwe.; Woydt, Sabine: Mitarbeiterführung, 3. Aufl., Berlin, 2016
Weibler, Jürgen: Personalführung, 3. Aufl., München, 2016
Yukl, Gary; Gardner III, William L.: Leadership in Organizations, 9. Aufl., Boston u.a., 2020

Nachhaltigkeitsmanagement: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility (W3M10920)

Sustainability Management: Business Ethics and Corporate Social Responsibility

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10920	-	1	Dr. Christopher Paul ### Dublette ###	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen und praxisbezogenen Konzepte im Bereich Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility als Basis für ein unternehmerisches Nachhaltigkeits-management. Sie erwerben ein vertieftes Verständnis unterschiedlicher Ansätze zur Entwicklung von praktischen und fachlichen Lösungen für einschlägige Fragestellungen im Bereich ethisch und CSR-fundierter Nachhaltigkeitsaktivitäten.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Durch die Befassung mit den Fragen und Diskursen im Kontext von Ethik und CSR erwerben die Studierenden einen hohen Grad an Reflexivität, der es ermöglicht, bestehende und zukünftige unternehmerische Handlungsbedarfe im Bereich nachhaltigen Agieren impulsgebend zu gestalten. Die Studierenden können ihre Sichtweisen und Handlungsempfehlungen nachvollziehbar darstellen und diskitorisch vertreten. Sie sind in der Lage, interne und externe Stakeholder von der Notwendigkeit einer nachhaltigen Unternehmensführung zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage einschlägige Maßnahmen in den Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie zu konzeptionieren, implementieren und umzusetzen.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Nachhaltigkeitsmanagement: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

• Hinführung und Überblick

- Unternehmensethische Grundlagen: Ethik als Ausgangspunkt für Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeitsmanagement

• Grundkonflikt: Ökonomik vs. Nachhaltigkeit/Ethik

• Ebenen und Begriff der Ethik

• Ethikformen

• Metaethisches Begründungsproblem der Wirtschaftsethik

• Die Ethik des ehrbaren Kaufmanns

• Konsente Diskursethik als prozeduraler Lösungsvorschlag zur Findung nachhaltiger Strategien

• Pflichten- vs. Folgenethik

- Theoretische Grundlagen einer verantwortungsvollen, ethisch-nachhaltigen Unternehmensführung: Corporate Governance

• Reifegradmodell CSR und Nachhaltigkeit

• Verantwortung als Konstrukt

• Business Case für CSR

• CSR-Diskurse, Fälle und Perspektiven

• Vom Stakeholder zum Shared Value

• Social Entrepreneurship

• Corporate Sustainability: ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement

• Ausgewählte Anwendungsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements: Diversitätsmanagement und Gendergerechtigkeit, Umweltschutz, erneuerbare Energien, Sustainable Supply Chain Management usw.

• UN Sustainable Development Goals

• Nachhaltigkeitsrat Deutschland

• CSR Managementansätze

• CSR als strategischer Managementansatz

• ISO 26000

• Entwicklung einer unternehmerischen Nachhaltigkeitskultur

• Rahmenbedingungen von CSR

• Die Rolle des Aufsichtsrats

• Regionale Partnerschaften

• Die Zusammenarbeit mit NGOs

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum "Wahlbereich Wirtschaftspsychologie" in der Modulgruppe "Wahlmodule des curricularen Fokus Personalmanagement", aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Personalmanagement des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aßländer, Michael S. (Hrsg.); Handbuch Wirtschaftsethik, 2. Aufl., Berlin 2022

Brühl, Rolf; Corporate Social Responsibility, München 2018

Gogoll, Frank; Wenke, Martin: Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und CSR, Stuttgart 2017

ifaa – Institut für angewandte Arbeitswissenschaft e. V. (Hrsg.); Nachhaltigkeitsmanagement – Handbuch für die Unternehmenspraxis, Berlin 2021

Schneider, Andreas; Schmidpeter, Rene (Hrsg.): Corporate Social Responsibility, 2., ergänzte und erweiterte Auflage, Berlin 2015

Schüz, Mathias: Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis, 2. aktualisierte Auflage, München 2021

Suchanek, Andreas; Unternehmensethik, Tübingen 2015

Innovations- und Changemanagement (W3M10921)

Innovation and change management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10921	-	1	Prof. Dr. Frank O. Bayer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis von organisatorischen und inhaltlichen Zusammenhängen, um Situationen und Projekte im Bereich Innovations- und Change-Management einschätzen zu können.

METHODENKOMPETENZ

Neben der Anwendung von passenden Methoden und Vorgehensweisen im Bereich Innovations- und Changemanagement sind die Studierenden befähigt, Grenzen und Praktikabilität von Methoden erkennen und einschätzen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können den Einsatz neu erarbeiteter Vorgehensweisen und Lösungsansätze gegenüber anderen betrieblichen Partnern stichhaltig und zielorientiert argumentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Innovations- und Changemanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Changemanagement
Auslöser und Grundtypen von Unternehmenswandel
Prozessmodelle und Ablauf von Change Management
Interessen von Mitarbeitern und Führungskräften
Barrieren und Widerstände sowie der Umgang mit diesen
Implementierung Beteiligung und Qualifizierung von Mitarbeitern
Besonderheiten der Führung im Change Management
Kommunikation im Change Management
Organisation von Change-Programmen und -Projekten
Rolle des Change Managers

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Innovationsmanagement
Tidd, J. / Bessant, J.: Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, Wiley, Chichester.
Vahs, D. / Brem, A.: Innovationsmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
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.

Führung, Organisational Behaviour und Ethik (W3M10922)

Leadership, Organisational Behaviour & Ethics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10922	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, menschliches Verhalten im organisationalen Kontext auf der Basis einschlägiger individual-, sozial- und organisationspsychologischer sowie ethischer Grundlagen zu verstehen und zu erklären. Sie sind in der Lage, ihr eigenes und das Führungsverhalten Dritter aus Praxissicht sowie aus ethischer Sicht kritisch zu reflektieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die sozial-ethischen Implikationen organisationaler und führungsbezogener Entscheidungen. Insbesondere können sie sich mit den Beeinflussungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden kennen die relevanten Ansätze aus der Verhaltensforschung (bspw. zu Führungsstilen, Motivation etc.) und sind in der Lage, deren Praktikabilität und Grenzen einzuschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und verstehen die komplexen Wechselwirkungen des Verhaltens von Menschen in Gruppen und Organisationen und können sich mit den eigenen Führungsfähigkeiten kritisch auseinandersetzen. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, sich mit der Rolle und den Beeinflussungsmöglichkeiten von Individuen und Gruppen kritisch auseinanderzusetzen und sich selbst in dieser Rolle zu hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, verhaltensorientierte und kulturelle Aspekte des Unternehmensgeschehens im Rahmen der gegebenen Optionen zu steuern und in strategische Ansätze einzubinden. Hierbei sind sie sich auch ethischer Dimensionen bewusst.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Führung, Organisational Behaviour und Ethik	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Führungsprozess, personale und strukturelle Führung, Führungsinstrumente, Legitimation von Führung, Führungsautorität und -kompetenz; Überblick und Würdigung klassischer Führungstheorien sowie aktuellere Führungstheorien und Trends; Führungsethik: Anforderungen an Führungskräfte und relevante Eigenschaften im heutigen Führungsalltag; Führungskräfteentwicklung; externe Einflüsse auf das Führungsverhalten

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Verhaltenswissenschaftliche Betrachtung der Organisation auf Individuum-, Gruppen- und Organisationsebene sowie deren Wechselwirkungen; Kommunikation, Feedback, Konflikte in Organisationen, Gruppenstrukturen; Betriebsklima, Unternehmenskultur, organisationale Gerechtigkeit

Unternehmerische und soziale Verantwortung, Corporate Social Responsibility; Nachhaltigkeit unternehmerischer Entscheidungen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Rosenstiel, v. u.a. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart

Weibler, J.: Personalführung, München

Yukl, Gary: Leadership in Organizations, Upper Saddle River;New Jersey

Greenberg, J./ Baron, R.: Behavior in organizations, Prentice Hall

Robbins, S. P.: Organisation der Unternehmung, München

Rosenstiel, L. / Nerdinger, F. W.: Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart

Göbel, E.: Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart

Küpper, H.-U.: Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, Stuttgart

HR Future Skills – Digitale Tools und Anwendungen für HR-Experts (W3M10923)

HR Future Skills – AI & Analytics in HRM

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10923	-	1	Prof. Dr. Thomas Glöckler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	Teilgenommen

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Grundlagenwissen im Bereich von Big Data und KI, insb. in Anwendung auf HR-Fragestellungen und im Umgang mit sensitiven HR-Daten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, relevante KI- und Big Data-Methoden für Personalprozesse anzuwenden und einzuordnen. Sie sind zudem in der Lage, diese kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, datenbasierte HR-Sachverhalte sowohl mit dem Fachbereich zu diskutieren, als auch die fachspezifischen Anforderungen auf einem Grundlagenniveau mit der IT-Abteilung zu thematisieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls eine Schnittstellenkompetenz erworben, die die Studierenden befähigt, die Anforderungen des HR-Bereichs den Möglichkeiten von KI gegenüberzustellen. Auf dieser Basis sind die Studierenden in der Lage, Big Data- und KI-Projekte im HR-Bereich zu begleiten und aus HR-Perspektive zu managen.

LERNEINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
HR Future Skills – Digitale Tools und Anwendungen für HR-Experts	42	93

Grundlegende Konzepte:

- Funktionsweise maschinellen Lernens (Artificial Intelligence)
- Grundlagen Big Data
- Datenanalyse mit Python
- Umgang mit sensitiven Daten & Datenschutz

Praktische Anwendungen im HR-Bereich und deren Umsetzung

- Fallbeispiel: Erstellung eines einfachen künstlichen neuronalen Netzes
- Fallbeispiel: Erstellung eines einfachen Chatbots für Bewerberfragen
- Fallbeispiel: Prognose der Mitarbeiterfluktuation und Leistungsverhalten
- Fallbeispiel: Vorhersage der Karriereentwicklung

BESONDERHEITEN

Das Modul ist ein Wahlmodul im curricularen Fokus „Personalmanagement“ und gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Abdel-Karim, Benjamin M.; Data Science. Best Practices mit Python; Wiesbaden 2022
Gärtner, Christian; Smart HRM. Digitale Tools für die Personalarbeit; Wiesbaden 2020
Meacham, Margie; AI in Talent Development: Capitalize on the AI Revolution to Transform the Way You Work, Learn, and Live; Alexandria 2020.
Petry, Thorsten; Jäger, Wolfgang (Hrsg.); Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. Aufl., Freiburg, München, Stuttgart 2021
Plaue, Matthias; Data Science. Grundlagen, Statistik und maschinelles Lernen, Berlin 2021
Steinwendner, Joachim; Schwaiger, Roland; Neuronale Netze programmieren mit Python; 2. Aufl.; Bonn 2020
Trask, Andrew W.; Neuronale Netze und Deep Learning kapieren. Der einfache Praxiseinstieg mit Beispielen in Python; Frechen 2020.

Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing (W3M10924)

Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M10924	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls ein fundiertes Wissen in den Bereichen Recruiting, Employer Branding und Social Media Sourcing erworben. Sie besitzen einen Überblick zu zentralen Methoden und Instrumenten in diesen Kernbereichen 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 anzuwenden und können deren Ergebnisse auch kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Sachverhalte zu den behandelten Themenfeldern sowohl mit Expert*innen als auch mit Laien angepasst und verständlich zu diskutieren und zu erörtern sowie auf unzureichend umgesetzte Prozesse in den Themenfeldern in der Personalpraxis hinzuweisen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, Employer Branding und Recruiting integriert in die Unternehmensstrategie in der Praxis umzusetzen. Dabei sind die Studierenden befähigt, dies auf der Grundlage einer umfassenden Kenntnis relevanter Stellgrößen und möglicher Problemaspekte durchzuführen. Sie können weitgehend selbstgesteuert anwendungsorientierte Projekte zum Recruiting und Employer Branding durchführen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Employer Branding, Recruiting und Social Media Sourcing	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- Personalplanung als Teil der Unternehmensplanung
- Personalmarketing: Grundhaltung und zentrale Funktionen
- Instrumentelles Arbeitsplatzmarketing: Arbeitsmarktforschung, Imageforschung und -entwicklung, Angebots- und Entgeltpolitik als Attraktivitätsstreiber etc.
- Employer Branding: zentrale Funktionen, Gesamtprozess, Ziele und Erfolgskontrolle
- Gesamtprozess der Personalauswahl
- Digitale Recruiting Strategien (Karriere-Websites, Jobportale, Mobile Recruiting)
- Die Rolle von sozialen Netzwerken im Recruiting-Prozess
- Plattformen für Social Media Sourcing
- Technologien und Tools im digitalen Recruiting
- Content-Marketing und Storytelling im Recruiting
- Gamification und E-Sports im Recruiting-Prozess
- Messung und Analyse im digitalen Recruiting

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Das Modul gehört zudem zum „Wahlbereich Personalmanagement“ in der Modulgruppe „Wahlmodule des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie“, aus dem von Studierenden des curricularen Fokus Wirtschaftspsychologie des Studiengangs PMW mindestens zwei Module zu belegen sind.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Beck, Christoph; Personalmarketing 2.0: Vom Employer Branding zum Recruiting, 2., neu bearb. und erw. Aufl. Köln, 2012
Bratton, John.; Gold, Jeff.; Human Resource Management: Theory and Practice, Basingstoke, 2017
Lindner-Lohmann, Doris.; Lohmann, Florian; Schirmer, Uwe.; Personalmanagement, 4. Auflage, Heidelberg, 2023
Petkovic, Mladen; Employer Branding, 2. aktualisierte Aufl., München, 2008
Wolf, Gunther; Mitarbeiterbindung - mit Arbeitshilfen Online: Strategie und Umsetzung im Unternehmen, Freiburg, 2020
Gärtner, Christian; Smart HRM. Digitale Tools für die Personalarbeit, 2. Auflage, Wiesbaden, 2024
Petry, Thorsten; Jäger, Wolfgang (Hrsg.); Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. aktualisierte und überarbeitete Auflage, Freiburg, München, Stuttgart, 2021

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

Supply Chain Management: Strategies and Objectives

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11001	-	1	Prof. Dr. Matthias Laforsch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Kunden- und Wertorientierung: Die Studierenden werden darauf vorbereitet, die Verantwortung (Prozess- und Linienvorverantwortung) für die strategische Konzeption, den Aufbau und Betrieb von kunden- und wertorientierten Wertschöpfungsketten (Supply Chain Channels) zu übernehmen.

Systemische Kompetenz und ganzheitliches Denken: Den Studierenden wird durch unterschiedliche Fallbeispiele die Notwendigkeit veranschaulicht, im Berufsfeld des Supply Chain Managers in Prozessen und Systemen (ganzheitlich) denken zu können.

Die Studierenden lernen, diese systemische Kompetenz bei der Realisierung von branchen-, unternehmens- und abteilungsübergreifenden Wertschöpfungsketten zu nutzen und in digitalisierte Prozesse umzusetzen. Sie können damit einen sichtbaren Beitrag zur Erreichung eines überlegenen Kundenwerts und zur Erzeugung von Wettbewerbsvorteilen leisten.

METHODENKOMPETENZ

Beherrschung von Komplexität und Ungewissheit: Den Studierenden wird mit Hilfe von Planspielen und Fallbeispielen das dynamische Verhalten von Supply Chains in einem von Globalisierung, steigenden Kundenanforderungen und schnellen Innovationszyklen geprägten Wettbewerbsumfeld sowie den möglichen Wechselwirkungen einer Vielzahl von Supply Chain Parametern bewusstgemacht. In der Konsequenz sollen die Studierenden dafür sensibilisiert werden, komplexe Entscheidungen auf der Grundlage von begründeten Kennzahlen, Modellen oder Ursache-Wirkungszusammenhängen zu treffen. Diese Sensibilisierung sollte in den einzelnen Lehreinheiten durch Fallbeispiele zu negativen Folgen willkürlicher oder tradierter Muster noch weiter intensiviert werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Konfliktlösungskompetenz: Die Studierenden lernen, Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren. Sie liefern damit einen Beitrag zur Vermeidung von für das gesamte Unternehmen schädlichen Zielkonflikten (zwischen Unternehmensbereichen).

Nachhaltigkeitsorientierung: Vor dem Hintergrund knapper werdender Ressourcen und globalen Umweltwirkungen verstehen die Studierenden die Notwendigkeit der Entwicklung der Wertschöpfungskette weg von linearen Konzepten (Cradle-to-Grave) hin zu einer Kreislaufwirtschaft (Cradle-to-Cradle).

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Standardisierungs- und Differenzierungskompetenz: Den Studierenden werden mit Hilfe von unterschiedlichen Anwendungsfällen die Vorteile und Nachteile einer strategischen Differenzierung und Segmentierung von Gestaltungsobjekten in Wertschöpfungsketten aufgezeigt (z. B. Kundensegmentierung im Vertrieb, Warengruppenbildung im Einkauf, selektive Bevorratung, in der Distribution, Hybride Steuerungsstrategien, Modularer Fertigung, etc.). Die Studierenden werden dazu angeleitet, diese Erkenntnisse im konkreten Anwendungsfall bei der Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen zu übertragen und dabei die richtige Balance zwischen Standardisierung (Realisierung von Kostensenkungspotentialen) und Differenzierung (Berücksichtigung individueller Kundenanforderung) bei der Gestaltung von Wertschöpfungsprozesse zu finden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Supply Chain Management: Strategien, Ziele und Trends	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

RAHMENBEDINGUNGEN, ZIELE UND STRATEGISCHE LEITLINIEN IM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Die Studierenden lernen die grundlegenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Herausforderungen im Wettbewerbsfeld von Industrie und Handelsunternehmen kennen.

Die Studierenden erkennen die Bedeutung aktueller Trends und dynamischer Veränderungen des Wettbewerbsfelds für die Anforderungen an das Management globaler Wertschöpfungsketten, insbesondere Globalisierung, Dynamik der Märkte, Individualisierung, steigende Kundanforderungen, Beschleunigung von Innovationszyklen, Wertschöpfungsorientierung (Lean Thinking), Digitalisierung, Internet der Dinge und Selbststeuerung (Industrie 4.0), Nachhaltige Entwicklung (Green Supply Chains), demografischer Wandel und Arbeitsergonomie.

Die Studierenden kennen die Ziele eines strategischen, ganzheitlichen und systemorientiert ausgerichteten Supply Chain Managements. Sie können wesentliche Unterscheidungsmerkmale und Entwicklungsschritte der klassischen funktionalen Logistik zu einem integrierten und global ausgerichteten Supply Chain Management abgrenzen.

Die Studierenden verstehen die wesentlichen strategischen Leitlinien die aus dieser grundsätzlichen Abgrenzung folgen: Systemdenken in der Logistik, Kunden-, Prozess- und Durchlaufzeitenorientierung, Flexibilität von modularen Unternehmensstrukturen, Konzentration auf Kernkompetenzen, Kooperationen und Netzwerke (insbesondere Efficient Consumer Response, City-Logistik 2.0), Integration auf Planungsebene, Komplexitätsoptimierung, Qualitätsorientierung.

PROZESSÜBERGREIFENDE SUPPLY-CHAIN-STRAZENGIEN :

Prozessreferenzmodelle (z. B. SCOR-Modell) - Supply Chain Design und Segmentierung - strukturierte Vernetzung und Learning Loops - Modularisierung von Produkten und Unternehmensstrukturen- Varianten- und Komplexitäts-management- Lean Management - Varianten- und Komplexitätsmanagement - Total-Costs-of-Ownership - Mass Customization - Postponement-Strategien und Order Penetration Points

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die Seminararbeit hat einen Umfang von 10 - 15 Seiten

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Arndt, H.: Supply Chain Management, Optimierung logistischer Prozesse, Wiesbaden

Bock, D./Weingarten, U./Laforsch, M., et.al.: BVL-Studie: „Supply Chain Collaboration – Unternehmensübergreifende Zusammenarbeit“, Bundesvereinigung Logistik (Hrsg.), Bremen, 2003

Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management, New Jersey

Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, München

Jacobs, F.R./Chase, R.B.: Operations and Supply Chain Management, Berkshire

Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme, Berlin, Heidelberg

Pfohl, H.-C. (Hrsg.): Sicherheit und Risikomanagement in der Supply Chain: Gestaltungsansätze und praktische Umsetzung, Hamburg

Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München

Simchi-Levi, D./Kaminsky, P. (Hrsg.): Designing and managing the supply chain: concepts, strategies, and case studies, Boston/Mass.

Vahrenkamp, R./Kotzab, H.: Logistik – Management und Strategien, München

Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden

Wildemann, H.: Supply Chain Management – Leitfaden für ein unternehmensübergreifendes Wertschöpfungsmanagement, München

Supply Chain Management: Methoden und Tools (W3M11002)

Supply Chain Management: Methods and Tools

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11002	-	1	Prof. Dr. Karsten Junge	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen kennen Modelle und Methoden im Supply Chain Management, in der Logistik und Produktion und können deren Operationalisierbarkeit bewerten

METHODENKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen können Modelle und Methoden eigenständig auf konkrete Problemstellungen anwenden. Dabei sind sie in der Lage, unterschiedliche Informationsquellen zu nutzen, die Problemanalyse und die Lösungsentwicklung mit Expert*innen verschiedener Fachgebiete und betrieblicher Funktionen zu diskutieren und kreative Ansätze zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen lernen, auch die sozialen, ethischen und ökologischen Auswirkungen ihrer Entscheidungen gesamtheitlich zu ergründen und abzuschätzen. Dabei können die Studierenden sowohl regionale als auch globale Perspektiven einnehmen. Sie sind somit in der Lage, die Strategie und das Verhalten von Unternehmen auch in sozialen, ethischen und ökologischen Dimensionen zu analysieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen sind offen dafür, ihr jeweiliges persönliches Portfolio an Handlungsmöglichkeiten um neue Methoden zu ergänzen, diese zu prüfen und zu entwickeln, auch wenn dies erforderlich, gewohnte und bequeme Wege zu verlassen und Mühen auf sich zu nehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Supply Chain Management: Methoden und Tools	42	93

Gestaltung und Lösung formaler Modelle in Standortplanung, Beschaffung, Produktion, Distribution, Prozessdesign
Modellbildung und Modellkomponenten, Optimierung, Approximation, Simulation, MPS, MRP I+II, Advanced Planning Systems (APS), Prozessanalyse, Standort-, Layout-, Losgrößen-, Ablauf-, Tourenplanung
Beispiele für die behandelten Modelle und Methoden: Steiner-Weber, exponentielle Glättung, (nicht-) lineare Optimierung, dynamische Optimierung, Warteschlangentheorie, Johnson-Alg., klassisches Transportproblem, Statistical Process Control (SPC), Sensitivitätsanalyse etc.
Software: Überblick und Funktionen von ERP-Systemen
Übungen und Case Studies mit Tabellenkalkulation (z. B. MS Excel), Einsatz Solver (MS Excel o. ä.)

BESONDERHEITEN**VORAUSSETZUNGEN****LITERATUR**

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

METHODEN UND MODELLE

Domschke, W. et al.: Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, Wiesbaden

Golinska, P.: Logistics Operations, Supply Chain Management and Sustainability (EcoProduction), Cham

Kallrath, J.: Gemischt-ganzzahlige Optimierung: Modellierung in der Praxis. Mit Fallstudien aus Chemie, Energiewirtschaft, Papierindustrie, Metallgewerbe, Produktion und Logistik, Heidelberg

Meredith, J./Shafer, S.: Operations Management for MBAs, Hoboken/New Jersey

Reese, J.: Operations Management: Optimale Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen in Unternehmen, München

Stadtler, H./Kilger, C./Meyr, H. (Hrsg.): Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software, and Case Studies, Heidelberg Suhl,

L./Mellouli, T.: Optimierungssysteme: Modelle, Verfahren, Software, Anwendungen, Heidelberg

Thonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methode und Anwendungen, München

SOFTWARE

Balla, J./Layer, F.: Production Planning with SAP APO, SAP Press

Dickersbach, J./Keller, G./Weihrach, 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 Pres

Kernprozess SOURCE: Beschaffungsmanagement (W3M11003)

Sourcing Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11003	-	1	Prof. Dr. Dirk Horst Hartel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wesentlichen strategischen und operativen Anforderungen an die Kernprozesse des Beschaffungsmanagements. Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Konzepten, Methoden, Werkzeugen und Best-Practices für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung der Beschaffung und Lieferantenmanagementsystemen sowie für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung des Lieferprozesses. Ein Schwerpunkt der Lerneinheit liegt auf der Herausforderung, eine überlegene Material- und Warenverfügbarkeit bei möglichst niedrigen Bestandshöhen in Industrie- und Handelsunternehmen zu erreichen. Die Studierenden haben insbesondere den Zusammenhang zwischen Durchlaufzeiten und Bestand verinnerlicht und managen beide Parameter in Abhängigkeit von Kunden- und internen Budget- und Kostenanforderungen. Das Modul befasst sich nicht nur mit dem Beschaffungsobjekt "Produktionsmaterial", sondern greift auch Besonderheiten der Dienstleistungs- und Anlagengüterbeschaffung auf.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen des Moduls können die strategischen und operativen Methoden und Techniken sicher einsetzen. Sie können relevante wissenschaftliche Arbeitsmethoden zur Informationssammlung, Wissensaufbereitung und zur Weiterentwicklung von Methoden und Techniken nutzen, indem sie z. B. Parameter wie „Versorgungssicherheit“ auf ihr Arbeitsumfeld übertragen und messbar machen können. Dazu wenden sie insbesondere die Methoden Einkaufspotenzialanalyse, TCO-Ansatz, Make-or-Buy-Analysen, Konzeptwettbewerbe mit Lieferanten, Risikomatrizen, Instrumente zur Absicherung von Währungsschwankungen und Lieferantenportfolios an.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren und somit ein Verhalten des Ausgleichs und des gegenseitigen Verständnisses. Sie lernen, den eigenen Blickwinkel zu verlassen und die Perspektive einer anderen Person oder eines anderen Unternehmensbereichs einzunehmen. Die Fähigkeiten, Themen sachlich zu erarbeiten und Werthaltungen dazu auszubilden, werden gestärkt. Die Studierenden können einen Beitrag zur Vermeidung von für das gesamte Unternehmen schädlichen Zielkonflikten (zwischen Unternehmensbereichen) leisten. Selbststeuerungskompetenzen werden weiterentwickelt. Die Studierenden finden sich in der Vielfalt und Tiefe von Themen zurecht, so dass sich diesbezüglich Selbstvertrauen ausbilden kann, und sie lernen, Freude an der selbstständigen Erschließung von neuen Themengebieten zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kernprozess SOURCE: Beschaffungsmanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Beschaffungstrends:

Vertikale Integration, Outsourcing, Lieferantenintegration, zunehmende Bedeutung der Beschaffungsaufgabe, Modular Sourcing, Global Sourcing

Beschaffungsorganisation und strategisches Beschaffungsmanagement:

Organisatorische Verankerung der Beschaffungsaufgabe, Digitalisierung im Einkauf (Einkauf 4.0, E-Tools und deren Nutzungsintensität im Einkauf, Reverse Auctions), International Procurement Offices, Nachhaltigkeit (Konfliktmineralien, Verantwortung entlang der Supply Chain, Case Study in der Lebensmittelindustrie), Beschaffungsziele, Beschaffung von Dienstleistungen, Versorgungssicherheit, Materialgruppen, Versorgungsklassen, Sourcing Matrix, Selective Sourcing, stochastische Versorgungssicherheit

Lieferantenmanagement:

Lieferantenintegration, Lieferantenauswahl, Total Cost of Ownership, Lieferantenbewertung, Lieferantenentwicklung, Umsetzung von VMI-Konzepten, Vertragsgestaltung in der Beschaffung, Verhandlungsführung

Operatives Beschaffungsmanagement und Bestandsmanagement:

Deterministische und stochastische Bedarfsermittlung, Bestellanforderung, operative Lieferantenwahl, Wareneingangskontrolle, Qualitätsmanagement in Einkauf, Bestandsebenen, Nutzen von Bestand, Entkopplung von Wertschöpfungsketten durch Bestände, Wahl von Entkopplungsebenen, Umsetzung stochastischer Versorgungssicherheit

Risikomanagement in der Beschaffung

Compliance im Einkauf

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Arnolds, H./Hege, 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./Thyroff, A.: Chancen und Risiken des Global Sourcing: Ein Ratgeber für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) – kurz und kompakt, Books on Demand, Norderstedt

Kernprozess MAKE: Produktionsmanagement (W3M11004)

Production Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11004	-	1	Prof. Dr. Matthias Laforsch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Konzepten, Methoden, Werkzeugen und Best-Practice-Lösungen für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung von Produktionssystemen. Der Fokus des Moduls liegt auf der Güterproduktion innerhalb der Wertschöpfungskette. Hybride Steuerungskonzepte: Die Studierenden sind mit den Potentialen hybrider Steuerungskonzepte, der praktischen Umsetzung von Kundenauftragskoppelungspunkten oder der Festlegung einer sinnvollen Planungstiefe (Push-/Pull-Grenzen) in Wertschöpfungsketten vertraut.

METHODENKOMPETENZ

Umsetzungsorientierung: Durch die Betrachtung von Aufgaben, Zielen und Kennzahlen des Supply Chain Managements werden die Studierenden dazu angeleitet und befähigt, zielorientiert und strategisch zu denken. Gleichzeitig wird den Studierenden auch ein strukturierter Zugang zu einer Vielzahl von Konzepten, Werkzeugen und IT-Tools (z. B. Prozessmanagement-Tools, Projektmanagement, Change Management, Digitalisierungsansätze, IT-Lösungen etc.) ermöglicht, um sie in die Lage zu versetzen, Strategien in Prozesse, Organisationstrukturen sowie bis Transaktionsebene in die Parametrisierung von ERP-Systemen und anderen Logistik- und Produktions-IT-Systemen (z.B. Vernetzte Produktion, Smart Factory, Digitale Fabrik) herunterzubrechen und eigenständig in interdisziplinären Teams umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Konfliktlösungskompetenz: Die Studierenden lernen Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren. Sie liefern damit einen Beitrag zur Vermeidung / zur Entspannung von für das gesamte Unternehmen schädlichen Zielkonflikten (zwischen Unternehmen und Unternehmensbereichen).

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Funktionales und prozessuales Wissen: Die Studierenden verfügen über überlegenes funktionales Wissen zur Realisierung von Potenzialen zur Kostensenkung bzw. zur Erhöhung des Kundenwerts.

Durchlaufzeiten- und Bestandorientierung: Die Studierenden haben den Zusammenhang zwischen Durchlaufzeiten und Bestand verinnerlicht und managen beide Parameter in Abhängigkeit von Kunden-, internen Budget- und Kostenanforderungen.

Mehrwertorientierung: Die Studierenden kennen die wesentlichen Kosten- und Werttreiber im Produktionsprozess, die zu Entstehung von Mehrwert für den Kunden führt.

Wertschöpfungsorientierung: Die Studierenden lernen, "schlanke" Produktionsprozesse zu gestalten, in denen der Fokus allein auf Aktivitäten gerichtet ist, die einen Wert für den*die Kunden*in darstellen, bzw. die Verschwendungen vermeiden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kernprozess MAKE: Produktionsmanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Logistik- und produktionsgerechte Produktentwicklung: Design for Production, Design for Logistics, Produkttypen, Varianten- und Komplexitätsmanagement, Modularisierung und Produktplattformen, Produktinnovationszyklen, Time-to-Market, Postponement
Produktionstypen und Produktionsorganisation:
Ausrichtung globaler Produktions- und Distributionsnetzwerke, Produktionsverfahren, Produktionskonzepte, Produktionstypen, Produktionsstrukturen, Organisationsformen der Produktion, Layout und Fabrikplanung
Gestaltung von modernen Produktionssystemen: Industrie 4.0, Digitale Fabrik/Smart Factory, Lean Management, Six Sigma, Business Process Reengineering, Vertikale Integration und Outsourcing, Mass Customization, Modular / segmentierte Fertigungssysteme, Industrieparks, Value Stream Mapping in der Produktion (Wertstromanalyse)
Klassische Optimierung von Produktionssystemen versus Value Stream Mapping, Kunden- und Wertorientierung, Elemente der Durchlaufzeit in Industrie und Handel, Schritte der Wertstromanalyse, One Piece Flow
Produktionsplanung und -steuerung: Vertiefung Aufgaben und Ziele der PPS, Planungsmatrix, Vertiefung PUSH / PULL-orientierte PPS-Planungskonzepte in der Praxis (z.B. MRP, APS, Theory of Constraints, BOA, Conwip, Kanban, JIT/JIS), Materialbedarfsplanung und Scheduling, Auslegung und Planung und Fließfertigungssystemen, Reihenfolgeplanung (Job Shop / Flow Shop Problem), Losgrößenplanungskonzepte

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.
Dickersbach, J. T./Keller, G./Weihrauch, K.: Produktionsplanung und -steuerung mit SAP, Bonn
Engel, K./Nippa, M.: Innovationsmanagement – Von der Idee zum erfolgreichen Produkt, Heidelberg, New York
Goldratt, E. M.: Production the TOC way (revised edition), Great Barrington
Goldratt, E. M./Cox, J.: Das Ziel – Höchstleistung in der Fertigung, Hamburg
Günther, H.-O.; Tempelmeier, H.: Produktion und Logistik, Berlin
Hammer, M./Champy, J.; Künzel, P.: Business Reengineering. Die Radikalkur für das Unternehmen, Frankfurt, New York
Jacobs, F. R./Chase, R. B.: Operations and Supply Chain Management, Berkshire
Jodlbauer, H.: Produktionsoptimierung – Wertschaffende sowie kundenorientierte Planung und Steuerung, St. Florian
Porter, M. E.: Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten, Frankfurt, New York
Schuh, G.: Produktionsplanung und -steuerung – Grundlagen, Gestaltung und Konzepte, Berlin, Heidelberg
Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München
Stadler, H./Kilger, C.: Supply Chain Management and Advanced Planning – Concepts, Models, Software and Case Studies, Berlin
Takeda, H.: Das synchrone Produktionssystem: Just-in-time für das ganze Unternehmen, mi-Wirtschaftsbuch, München
Thonemann, U.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, München
Vahrenkamp, R.: Produktionsmanagement, München
Vollmann, T. E. et al.: Manufacturing Planning and Control for Supply Chain Management, New York
Wiendahl, H. P.: Belastungsorientierte Fertigungssteuerung – Grundlagen, Verfahrensaufbau, Realisierung, Hannover
Wieneke, F.: Produktionsmanagement, Haan-Gruiten
Wildemann, H.: Produktionssysteme – Leitfaden zur methodengestützten Reorganisation der Produktion, München
Womack , J. P./Jones, D. T./Roos, D.: The Machine that changed the World: The Story of Lean Production – Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That is now revolutionizing World Industry, New York

Kernprozess DELIVER: Distributionsmanagement (W3M11005)

Distribution Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11005	-	1	Prof. Dr. Dietrich Emmert	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Studierende kennen die wesentlichen strategischen und konzeptionellen Anforderungen an den Kernprozess Liefern, um sachangemessene Einschätzungen von unterschiedlichen Lösungsstrategien vornehmen zu können. Hierzu gehört ein überlegener Lieferservicegrad bei möglichst niedrigen Bestandshöhen aber auch Lösungsstrategien zur digitalen Transformation der Prozesse. In diesem spezifischen Handlungsfeld verfügen sie über detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand in einem wissenschaftlichen Fach. Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Best-Practice-Lösungen zur Entwicklung von praktischen und fachlichen Lösungsstrategien für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung von Lieferprozessen und von Distributionssystemen. Insbesondere werden prozessuale Aufgaben, Ziele und Kennzahlen der Warendistribution diskutiert, die ein vertieftes Verständnis organisatorischer und inhaltlicher Zusammenhänge ermöglicht. Auch bei unvollständiger Informationslage können Alternativen in Situationen mit diversen Einflussgrößen erwogen und eingeschätzt werden.

METHODENKOMPETENZ

Studierende beherrschen die Anwendung, Reflexion und Weiterentwicklung von Methoden und Techniken im Kontext der auftragsgerechten Liefererfüllung und der Digitalisierung des Lieferprozesses. Hierzu gehört die Ermittlung eines optimalen Lieferservicegrades oder die Lieferterminbestimmung anhand der Methoden „Available-to-promise“ und „Capable-to-promise“. Hierzu gehören auch die Methoden des Lean Startup Ansatzes und Growth Hacking. Hinzu kommt die Weiterentwicklung analytischer Methodenkompetenz zur Prozessgestaltung und Prozessmodellierung. Die Studierenden finden sich hier in der Vielfalt und Tiefe der Methoden zurecht und können deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, Prozesse und nicht separate Funktionen zu organisieren und somit ein Verhalten des Ausgleichs und des gegenseitigen Verständnisses anzunehmen, seinen eigenen Blickwinkel zu verlassen und die Perspektive eines anderen Akteurs der Wertschöpfungskette – Kunde*in, Lieferant*in oder auch eigener Unternehmensbereich – einzunehmen. Sie können diesbezüglich Selbstvertrauen ausbilden kann, und sie lernen, Freude an der selbstständigen Erschließung von neuen Themengebieten zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Der Prozess Deliver als Querschnittsfunktion weist vielfältige Schnittstellen mit den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen auf, was eine hohe Komplexität der Aufgaben impliziert und damit im besonderen Maße die Fähigkeit zur Lösung komplexer Probleme erfordert. Studierende haben ein vertiefendes Verständnis von übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen welches ihnen ermöglicht entsprechend der erlernten Methoden ihr Wissen auch auf neue Arbeitsfelder zu adaptieren und multidisziplinäre Zusammenhänge erfassen. Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit einem Gremium zu präsentieren und dieses von der Qualität der Arbeit und den Lösungsansätzen zu überzeugen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kernprozess DELIVER: Distributionsmanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Demand Driven Distribution - „Steuerung“ der Supply Chain durch die Nachfrage: Kongruenz zwischen Kundenanforderungen und Supply Chain-Typen, Kundensegmentierung nach Prognostizierbarkeit, Flexibilität und Kundenspezifität für innovative, agile, schlanke und kooperative Lösungen, Durchsetzung der Marktorientierung über alle Stufen des Wertschöpfungsnetzwerks, Elemente des Lieferservicegrads, Entkopplungsebenen, stochastischer Lieferservicegrad, Incoterms (in Ergänzung zum Modul W3M 11008 „Management internationaler Transportketten“).

Demand Creation: qualitative und quantitative Absatzprognoseplanung (fortgeschrittene Methoden: Regressionsanalyse, exp. Glättung, in Ergänzung zum Modul W3M 11002 „Supply Chain Management: Quantitative Methoden und Tools“), Integrative Planungsmodelle, Collaborative Planning and Forecasting, Vendor Managed Inventory (VMI), in Ergänzung zum Modul W3M 11003 „Supply Chain Management: Kernprozess Source“).

Distribution Channels and Structures - Entscheidungsbereiche der Distributionspolitik: Multi, Cross u. Omni Channel, Digitale Touch-Points - Moments of Truth; Customer Experience mit VR/AR, Optimierung der Distributionswege, -strukturen und -prozesse, Gestaltung von Distributionsnetzwerken, Standortplanung, Distribution

Requirement Planing: Verteilungsplanung der Erzeugnisbestände, Bestimmung der kostenminimalen Lageranzahl.

Distribution Models - Integrative Distributionsmodelle zwischen Lieferant und Abnehmer: ECR, Milk Run-Systeme, Cross- Docking, MRO-Versorgungssysteme, Shelf Ready Packaging, Role Cage Sequencing, Knocked Down Systeme

Demand Fulfillment - alle notwendigen „Operating“-Aktivitäten zur eigentlichen Leistungserstellung: Einfluss des Entkoppelungspunkt auf das Demand Fulfillment, Order Promising: Available-to-Promise, Capable-to-promise, Demand Matching, Kennzahlen, Ablaufplanung, Prioritätsregeln.

Distribution Transformation – Digitale Technologien zur Prozessplanung (virtuelle 3D-Modelle), zu dynamischen Bereitstellungsverfahren („SmartCarrier“-Systems, kooperative Robotic), zur Warendistribution und City-Logistik (Drohnen und Zustellroboter, Intelligente Verkehrssteuerung, Autonomes Fahren, Pakadoo-Point, Crowd Shipping, Cargo-Tubes).

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Systemdenken in der Logistik, Kunden-, Prozess- und Durchlaufzeitenorientierung

LITERATUR

„Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

TEIL I: DEMAND DRIVEN DISTRIBUTION

- Eßig, E. et al.: Management von Supply Chains, Vahlen, 2013

- Mendes, P.: Demand Driven Supply Chain – A structured and practical Roadmap to increase Profitability, Berlin, Heidelberg

TEIL II: DEMAND CREATION

- Chopra, C./Meindl P., Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung, Pearson Studium 2014

- Corsten, D./Gabriel, C.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen – Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin, Heidelberg

- Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson Studium 2015

TEIL III: DISTRIBUTION STRUCTURE

- Heiserich, O.-E./Ullmann K. H. W.: Logistik, 2011

- Koether, R.: Distributionslogistik – Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, Wiesbaden

- Wildemann, H.: Supply Chain Management – Leitfaden für ein unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsmanagement, München

TEIL IV: DISTRIBUTION MODELLS

- Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme – Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Berlin, Heidelberg

- Weber, J./Kummer, S.: Logistikmanagement, Stuttgart

- Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Springer 2013

TEIL V: DEMAND FULFILLMENT

- Geier, S.: Demand Fulfillment bei Assemble-to-Order-Fertigung, 2013

- Vogel, S.: Demand Fulfillment in Multi-Stage Customer Hierarchies, Springer 2014

Einkaufsmanagement des Handels (W3M11006)

Merchandise Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11006	-	1	Prof. Dr. Oliver Janz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls beherrschen die Studierenden die einschlägigen Methoden des Category Managements und können diese in komplexen Entscheidungssituationen anwenden. Sie sind in der Lage, Warengruppen zu definieren und strategisch auszurichten, Ein- und Auslistungsentscheidungen vorzubereiten und durchzuführen, Preis- und Promotionstrategien quantitativ und qualitativ zu bewerten sowie eine Einkaufsplanung und eine Limit- und Open-to-Buy-Planung aufzustellen. Darüber hinaus lernen die Studierenden die einschlägigen Methoden der Supply Side von Efficient Consumer Response kennen und anzuwenden. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die Warenversorgung vom Lieferanten bis an die Kasse in der Filiale des Handels zu bewerten und zielgerichtet zu gestalten. Sie kennen einschlägige Methoden, um Fehlbestände zu vermeiden und Abschriften zu reduzieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können relevante Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen des Merchandise Managements einsetzen. Sie beherrschen wichtige Verhandlungsmethoden und wissen, wie diese in Verhandlungen mit Lieferant*innen eingesetzt werden können. Darüber hinaus sind sie in der Lage Entscheidungen des Merchandise Managements mit Hilfe quantitativer Methoden vorzubereiten und zu fällen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Interessen der am Einkaufs- und Warenversorgungsprozess beteiligten Lieferant*innen und Dienstleister kennen. Sie können diese Interessen bewerten und kennen kooperative Strategien, mit deren Hilfe die Supply Chain zwischen Lieferant*in und Point of Sale unternehmensübergreifend und nachhaltig gestaltet werden können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können die erlernten Methoden und Konzepte in der Praxis anwenden und an die individuellen Anforderungen in ihrem Unternehmen anpassen. Sie sind in der Lage, Wechselwirkungen zwischen den beteiligten Organisationseinheiten zu erkennen und qualitativ sowie quantitativ zu bewerten und in ihren Entscheidungen zu berücksichtigen. Mit Abschluss des Moduls können die Studierenden die Stärken und Schwächen der Organisationsformen des Einkaufs, unter Berücksichtigung der jeweiligen Unternehmenssituation, bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einkaufsmanagement des Handels	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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 Kaufverbünden
 - 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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEiten

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

AC Nielsen/Karolefski, J./Heller, A.: Consumer-Centric Category Management, New Jersey

Ahler, 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

Schwickler, M.; Rudolph, Th., Erfolgreiche ECR-Kooperationen: Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel, Neuwied/Krifel

Schröder, H. (Hrsg.), Category Management: Aus der Praxis für die Praxis, Frankfurt/M.

Tepper: Mathematics for Retail Buying, New York

Thonemann, U. et al., Supply Chain Excellence im Handel, Wiesbaden.

Zielke, S., Kundenorientierte Warenplatzierung – Modelle und Methoden für das Category Management, Stuttgart u.a.

Supply Chain Consulting (W3M11007)

Supply Chain Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11007	-	1	Prof. Dr. Nils-Ole Hohenstein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur (Gewichtung: 75 %) und Projekt-/Forschungsskizze (Gewichtung: 25 %)	90	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden ein fundiertes und spezifisches Fachwissen über die Beratungsbranche, deren Problemstellungen, Methoden und Kompetenzen in den Bereichen Supply Chain Management und Logistik. Konkrete Projektfragestellungen werden durch theoretisches Wissen und praktische Methodenkompetenzen gelöst.

Die Studierenden erlernen die zunehmende Relevanz des Supply Chain Consultings, das aktuelle Marktumfeld sowie die theoretischen Grundlagen der Unternehmensberatungsbranche kennen. Im weiteren Verlauf werden die Studierenden in die Lage versetzt, typische Problemstellungen der unternehmerischen Beratungspraxis im Supply Chain Management respektive der betrieblichen Logistik zu strukturieren, zu analysieren, zu bewerten, zu lösen und zu kommunizieren. Dabei erlangen die Studierenden tiefgreifende Kenntnisse zur Lösungsentwicklung anhand einschlägiger Tools und Konzepte, deren Anwendungsorientierung und Kommunikation in Richtung (Top-) Management eine tragende Rolle spielen.

Die Veranstaltung ist in hohem Maße interaktiv und schließt die Bearbeitung und Präsentation realer Fallstudien und Brainteaser durch die Studierendenteams ein.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen wertvolle Kompetenzen in den Bereichen Problemidentifikation, -strukturierung und -analyse, um praktische Beraterfragestellungen in Supply Chain Management auf Basis etablierter Methoden und Standardwerkzeuge (u.a. Logikbäume, MECE-Prinzip, Porters Wertkette, Wertstromanalyse, Business Model Canvas) zu bearbeiten sowie in beratungsprojekthähnlichen Präsentationen und Diskussionen zu verteidigen. Die Kenntnisse und Wissensbestände im Bereich Supply Chain Consulting können projektspezifisch angewendet werden. Hierdurch werden wertvolle analytische, fachliche sowie persönliche Kompetenzen entwickelt und weiter geschärft.

Das Erlernen und die praktische Anwendung von Methoden und Instrumenten bilden die Grundlage, (a) Problemstellungen quantifizierbar zu machen, (b) zu modellieren, (c) Lösungsansätze zu begründen und (d) Beratungserfolg und Kundenzufriedenheit im Supply Chain Consulting messbar zu machen.

Basis der Datenarbeit ist das Arbeiten in Excel und in Access, in denen das Modellieren und Rechnen von Mengen- und Werteinheiten durchzuführen ist. Neben der Prozesskostenrechnung für logistische Aktivitäten gilt es insbesondere, mit dem zweckmäßigen Ableiten von variablen und fixen Kostenelementen Flächen, Betriebsmittel und personellen Input vergleichbar zu machen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden arbeiten in interdisziplinären Teams und lernen, sich selbst sowie ihr Team verantwortungsvoll und zielführend zu organisieren. Des Weiteren geben und erhalten die Studierenden im Rahmen interaktiver Präsentationen ein wertschätzendes Feedback über ihre erbrachten Präsentationsleistungen. Dabei entwickeln sie eine kritische Sichtweise aus der Beraterperspektive, können innovative Lösungsansätze überzeugend präsentieren sowie mit kritischen Diskussionen und Blickwinkeln umgehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können komplexe Beratungsfragestellungen im Rahmen des Supply Chain Consultings durchdringen und sich in fachübergreifenden Teams organisieren. Darüber hinaus zeigen die Studierenden Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über Methoden und Standardwerkzeuge in die Lösungsansätze komplexer Problemstellungen miteinfließen lassen sowie die Ergebnisse zielgruppenspezifisch präsentieren.

LERNINHheiten UND INHALTE	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
LEHR- UND LERNINHheiten		
Supply Chain Consulting	42	93

GRUNDLAGEN DES SUPPLY CHAIN CONSULTING

- Trends und Entwicklungen
- Marktumfeld und Systematik
- Theoretische Grundlagen und Beratungstypologien in Supply Chain und Logistik

PROBLEMIDENTIFIKATION UND -STRUKTURIERUNG IN SUPPLY-CHAIN- UND

LOGISTIKBERATUNGSPROJEKTEN

- Supply-Chain- und Logistik-Beratungsprojekte: Fragestellungen, Inhalte, Herausforderungen
- Vorgehen und Prozesse bei der Problemidentifikation
- Problemstrukturierung: Tools und methodische Anwendung

PROBLEMANALYSE UND -LÖSUNG IN SUPPLY-CHAIN- UND LOGISTIKBERATUNGSPROJEKTEN

- Analyseobjekte in Supply Chain und Logistik
- Prozesse, Tools und Methoden der Informationsbeschaffung
- Erarbeitung, Bewertung und Auswahl der Lösungsansätze
- Finanzielle Auswirkungen des Lösungskonzepts

PRAXIS-FALLSTUDIE: CONSULTING-PROJEKT „WAREHOUSE BENCHMARKING“

- Organisation, Team-Strukturen, Steuerkreise
- Datenauswahl und Datenblatt-Design
- Datenerhebung und -aufbereitung
- Datenharmonisierung und -auswertung
- Dateninterpretation und Benchmarks

KOMMUNIKATION IN UND EVALUATION VON SUPPLY CHAIN- UND

LOGISTIKBERATUNGSPROJEKTEN

- Grundlagen von (Top-Management-) Kommunikationsprozessen
- Gestaltung einer Kommunikationsstruktur
- Kommunikation mit Schaubildern
- Präsentationsfähigkeiten
- Methoden und Instrumente zur Messbarkeit von Beratungserfolg und Kundenzufriedenheit

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus den Prüfungsteilen „Klausur (Gewichtung: 75 % / Klausurdauer: 90min)“ und „Projekt-/Forschungsskizze“ (Gewichtung: 25 %).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bamberger, Ingolf, Wrona, Thomas: Strategische Unternehmensberatung: Konzeptionen – Prozesse – Methoden, 2. Aufl., Wiesbaden, 2012
 Benning-Rohnke, Elke, Greve, Götz: Kundenorientierte Unternehmensführung: Konzept und Anwendung des Net Promoter® Score in der Praxis, Wiesbaden, 2010
 Chopra, Sunil: Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 7. Aufl., Harlow, 2019
 Christopher, Martin: Logistics & Supply Chain Management, 5. Aufl., Harlow, 2016
 Hungenberg, Harald: Strategisches Management in Unternehmen - Ziele, Prozesse, Verfahren, 8. Aufl., Wiesbaden, 2014
 Hungenberg, Harald: Problemlösung und Kommunikation im Management, 3. Aufl., München, 2012
 Jacobs, F. Robert, Chase, Richard B.: Operations and Supply Chain Management, 15. Aufl., Berkshire, 2017
 Lippold, Dirk: Die 75 wichtigsten Management- und Beratungstools: Von der BCG-Matrix zu den agilen Tools, Berlin, 2020
 Lippold, Dirk: Einführung in das Consulting: Strukturen – Trends – Geschäftsmodelle, Berlin, 2022
 Phillips, Jack J.: The Consultant's Scorecard: Tracking ROI and bottom-line impact of consulting projects, 2. Aufl., New York, 2010
 Schulte, Christof: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, 7. Aufl., München, 2017
 Thonemann, Ulrich.: Operations Management – Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3., aktual. Ed., München, 2015
 Turner, Arthur N.: Consulting is more than giving advice, Harvard Business Review, 60 (5), Boston/MA, 1982

Management internationaler Transportketten (W3M11008)

International Transport Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11008	-	1	Prof. Dr. Michael Schröder	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden einen fundierten Überblick über internationale Transportketten und deren Nutzung im Rahmen globaler Produktionsprozesse. Durch den Einblick in die speditionelle Umwelt erwerben die Studierenden ein Verständnis für die Bedeutung der Transportlogistik innerhalb der Gesamtwirtschaft, national wie international. Die Studierenden lernen die Gestaltungsbereiche und Gestaltungsmöglichkeiten von Transportketten aus Sicht der Verlader und der Logistikdienstleister kennen und verstehen. Für die Verlader geht es um optimierte Logistikprozessen einschließlich ihrer Infrastruktur. Für die Logistikdienstleister geht es um die Gewinnung neuer Kund*innen durch Bereitstellung von Mehrwert bringenden Dienstleistungen. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, zahlenmäßig darstellbare, logistische Sachverhalte systematisch zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können die erlernte Methodik selbstständig auf konkrete Problemstellungen anwenden und neue anforderungsgerechte Logistiklösungen konzipieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Gestaltungsansätze gezielt anzuwenden und in Konzeptionen umzusetzen. Bei der allgemeinen Gestaltung von Transportlösungen sollen die Studierende die notwendigen Informationen zu Prozessen, Anforderungen und Annahmen aus der Praxis entnehmen lernen können. Hierzu sollen sie Kenntnisse zur Wirtschaftsgeographie und Verkehrsträgern erwerben. Im Rahmen der einzelnen Lösungsmöglichkeiten sollen die Studierende Ansätze entwickeln zu Fragen der Infrastruktur, des IT-Einsatzes, der Ablaufprozesse, des Personaleinsatzes und weiterer relevanter Implementierungsnotwendigkeiten. Hinsichtlich der Gestaltungstruktur erhalten die Studierenden einen kritischen Einblick in die Standortwahl, in multimodale Transportmöglichkeiten sowie die damit betraute Entwicklung. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Grundgedanken des internationalen Transportmanagements nachzuvollziehen. Nachhaltiger Güterverkehr und klimaschonendes Mobilitätsmanagement müssen heute über intelligente Logistikkonzepte umgesetzt werden. Die Studierenden lernen Messverfahren des Energieverbrauchs und der Treibhausgasemissionen, Emissionsanteile der Güterverkehre sowie Grundkonzepte und Bewertungsansätze der Nachhaltigkeit kennen. Die Studierenden werden damit in der Lage sein, aufgrund eines Anforderungsprofils im Bereich Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- oder Entsorgungslogistik ein entsprechendes Lösungskonzept erarbeiten und kritisch würdigen zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können einer breiten Öffentlichkeit die Notwendigkeit und die Bedeutung der Logistik für eine Volkswirtschaft vermitteln, kritische Einstellungen entkräften und innovative Lösungsansätze aufzeigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Notwendigkeiten einer zielführenden Logistiklösung. Auf dieser Basis können sie aktuelle Anfragen und Projektierungen verstehen, Erklärungen formulieren und Lösungsmöglichkeiten entwerfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management internationaler Transportketten	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

ANPASSUNGSEINHEIT VERKEHSLOGISTIK (Prof. Dr. Stoller, Lörrach)

- Grundstrukturen und Akteure in der Verkehrslogistik
- Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Güterverkehrliche Anforderungen und Unternehmensstrategien
- Grundlagen der Verkehrsträger

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

INTERNATIONALE TRANSPORTE (Prof. Dr. Stoller, Lörrach)

- Vertiefung im Transportmanagement
- Produktionsformen und Netzstrategien im Güterverkehr
- Aktuelle Umfeldbedingungen in den relevanten Weltverkehrsmärkten
- Einzelwirtschaftliche Handlungsoptionen auf marktliche Veränderungen
- Marketing und Vertrieb von Transportdienstleistern

SEEHAFENHINTERLANDVERKEHR (Prof. Dr. Hoffmann, Heidenheim)

- Rahmenbedingungen, Herausforderungen, Akteure, Geschäftsmodelle,
- Management der Transportketten,
- Digitalisierung der Geschäftsprozesse,
- Qualitätsmanagement, Auftragsabwicklung,
- Frachtkostenelemente,
- Leercontainerversorgung, Dienstleistungen sowie
- Nachhaltigkeit des Seehafenhinterlandverkehrs.

MULTIMODALE KOOPERATION NACHHALTIGER TRANSPORTKETTEN (Prof. Dr. Polzin, Mosbach)

- Bestimmungsfaktoren des europäischen und globalen Güterverkehrssystems
- Stand und Entwicklung multimodaler Güterverkehrssysteme
- Bedeutung, Messung und Umsetzung von Nachhaltigkeit im Güterverkehr („Green Transportation“)
- Organisationstheoretische Grundlagen und Ansätze integrierter und nachhaltiger Güterverkehrssysteme

TRANSPORTRECHT UND ZOLLABWICKLUNG IM AUSSENHANDEL (Prof. Dr. Polzin, Mosbach)

- Nationale und internationale Rahmenbedingungen im Transportrecht
- Deutsches Verkehrsrecht (Vertragsformen, Beteiligten, Rechte und Pflichten)
- Außenwirtschaftsrecht- Zahlungsformen im internationalen Zahlungsverkehr
- Europäisches Verkehrsrecht
- Import- und Exportabwicklung (EU und international), Zollrecht und Zollabwicklung

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Aberle, G.: Transportwirtschaft, München

Bensel, N.: Multimodale Transport- und Logistikketten unter besonderer Berücksichtigung der Schiene, in: Baumgarten, H.: Das Beste der Logistik, Berlin, Heidelberg 2008, S. 219-226

Grandjot, H. H.: Verkehrspolitik, Hamburg

Hildebrand, W.-C.: Management von Transportnetzwerken im containerisierten Seehafenhinterlandverkehr: Ein Gestaltungsmodell zur Effizienzsteigerung von Transportprozessen in der Verkehrslogistik, Berlin

Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik: Gesamtwirtschaftliche Aspekte und einzelwirtschaftliche Handhabung, München

Kummer, S.: Einführung in die Verkehrswirtschaft, Wien

Kummer S. et al.: Internationales Transport- und Logistikmanagement, Wien

Schwarz, F.: Modellierung und Analyse trimodaler Seehafenhinterlandverkehre unter Einsatz eines intermodalen geographischen Informationssystems, in: Buchholz, P./Clausen, U.: Große Netze der Logistik, Berlin, Heidelberg 2009, S. 381-401

Wittenbrink, P.: Transportkostenmanagement im Straßengüterverkehr, Wiesbaden

Wolf-Kluthausen, H.: Jahrbuch der Logistik, aktuelle Jahrgänge, Dortmund

Supply Chain Finance und Controlling (W3M11009)

Supply Chain Finance and Controlling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11009	-	1	Prof. Dr. Dirk Horst Hartel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls weisen die Studierenden fundierte Kenntnisse in Bezug auf die – im Sinne des Controllings – steuernden und finanziellen Elemente des Supply Chain Managements auf. Sie haben Kenntnisse über die besonderen Anforderungen der Logistikkosten- und -leistungsrechnung und sind in der Lage, Kennzahlen zu generieren, zu operationalisieren, zu messen, im Rahmen eines Berichtswesens aufzubereiten sowie kritisch zu hinterfragen. Die Studierenden können allgemeine Instrumente des Controllings auf die Supply Chain übertragen. Die Studierenden besitzen Kenntnisse über verschiedene unternehmensübergreifende Finanzierungsansätze und können diese in spezifischen Unternehmenssituationen gezielt einsetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die gelernten Kenntnisse kritisch zu reflektieren. Sie erkennen und prüfen die Voraussetzungen für einen Einsatz von Konzepten und Instrumenten hinsichtlich Controlling und Finance. Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, zahlenmäßig darstellbare, logistische Sachverhalte systematisch zu erfassen, aufzubereiten und auszuwerten. Sie können die Stärken und Schwächen jeweils beurteilen und sind sich der Folgen eines Einsatzes in der Supply Chain bewusst.

Folgende Methoden werden beispielhaft im Rahmen des Moduls behandelt: Prozesskostenrechnung, SC-Kennzahlensysteme, Target Costing, Supplier Finance, Financial Supply Chain Management.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis dafür entwickelt, welchen Einfluss die Instrumente des Supply Chain Controllings sowie die finanziellen Elemente des Supply Chain Managements auf das Verhalten von Mitarbeiter*innen haben können. Sie sind sich bewusst, dass eine erfolgreiche Bearbeitung der behandelten Aufgabenfelder voraussetzt, sich auf die jeweiligen Strukturen und Eigenschaften der Partner*innen innerhalb der Supply Chain einzustellen. Die Studierenden sind in der Lage, konstruktiv im Rahmen einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten und ihren Standpunkt zu vertreten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen ausgewählte – im Sinne des Controllings – steuernde und finanzielle Instrumente und können diese auf die Besonderheiten der Supply Chain hin anwenden. Sie können praktische Probleme aus diesen Aufgabenfeldern selbstständig analysieren, die gelernten Inhalte zielorientiert auf diese Problemstellungen anwenden sowie Erklärungsansätze formulieren und Entscheidungen treffen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Supply Chain Finance und Controlling	42	93

SUPPLY CHAIN CONTROLLING

Charakteristik der Supply Chain Controllings

Logistikleistungen und Kennzahlen

Logistikkosten und Logistikkosten- und -leistungsrechnungssysteme, z. B.

Prozesskostenrechnung, Digitalisierung (Datenaufbereitung, -strukturierung und -analyse im Berichtswesen, datenbasiertes Vorgehensmodell zur Verbesserung der Supply Chain Performance)

Ausgewählte Instrumente, z. B. Balanced Scorecard, Target Costing, Zero-based Budgeting, selektive Kennzahlen Entwicklung (unternehmensübergreifender)

Supply-Chain-Controlling-Konzepte

Total-Cost-of-Ownership-Betrachtungen

Nachhaltigkeit (Kennzahlen, Bedeutung im Rahmen des TCO Ansatzes),

Wert- und Werteorientierung im Supply Chain Controlling

SUPPLY CHAIN FINANCE

Akteure des Supply Chain Finance

Elemente des Supply Chain Finance, z. B. Pay-on-Production-Ansätze, Leasing und

Rechnungslegung

Working-Capital-Finanzierung

Bestandsmanagement, -finanzierung und Lieferantenfinanzierung (Supplier Finance)

Tax Supply Chain Management

Geschäftsmodelle von Finanzdienstleistungsinstituten und Logistikdienstleistern

Plattform-Lösungen mit Multi-Banken-Programmen

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

AEB (Hrsg.): Liquidität entlang der Lieferkette – Wie Supply Chain Finance funktioniert (Hörbuch)

BME und BVL: Aktuelle Studien

Braun, M. (Hrsg.): Logistikverträge: Interessen sichern – Rechte wahren, München

Hofmann, E./Belin, O.: Supply Chain Finance Solutions: Relevance – Propositions – Market Value, Berlin, Heidelberg

Hofmann, E. et al.: Wege aus der Working-Capital-Falle: Steigerung der Innenfinanzierungskraft durch modernes Supply Management, Berlin, Heidelberg

Locker, A./Grosse-Ruyken, P. T.: Chefsache Finanzen in Einkauf und Supply Chain, Wiesbaden

Pulverich, M./Schietinger, J.: Service Levels in der Logistik: Mit KPIs und SLAs erfolgreich steuern, München

Templar, S./Hofmann, E./Findlay, C.: Financing the End-to-End Supply Chain, London

Weber, J./Wallenburg, C. M.: Logistik- und Supply-Chain-Controlling, Stuttgart

Werner, H.: Kompakt Edition: Supply Chain Controlling: Grundlagen, Performance-Messung und Handlungsempfehlungen, Heidelberg

Entscheidungsfindung in komplexen Situationen (W3M11011)

Decision Making in Supply Chain Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11011	-	1	Prof. Dr. Harald Hartmann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Projekt - bzw. Forschungsskizze und Seminararbeit / Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Konzepte und Strategien im Supply Chain Management und in der Logistik als Basis für die Entscheidungsfindung. Dazu nutzen sie auch Wissen aus angrenzenden Bereichen der Betriebswirtschaftslehre (u. a. Unternehmensführung, Marketing, Finanz- und Rechnungswesen).

METHODENKOMPETENZ

Als Supply Chain Management- bzw. Logistik-Expert*innen nutzen die Studierenden eigenständig unterschiedliche Informationsquellen bzw. Tools und führen ihre Ergebnisse für die operative Entscheidungsfindung und strategische Weiterentwicklung zusammen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können im Team unter Zeitdruck arbeiten und lernen, Aufgaben arbeitsteilig zu bewältigen. Sie lernen, auch die ethischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Entscheidungen ganzheitlich zu ergründen und abzuschätzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Teilnehmer*innen sind in der Lage, strategische und operative Aufgaben sowie deren Wechselwirkungen im Umfeld von Supply Chain Management, Logistik und Produktion zu erkennen und unter (Fallstudien-) Bedingungen zu lösen. Dabei sind die realen Bedingungen der Problemlösung und Entscheidungsfindung häufig durch unvollständige Informationen, überflüssige Informationen, Zeitdruck und mehrfache bzw. widersprüchliche Zielsetzungen gekennzeichnet.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entscheidungsfindung in komplexen Situationen	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

CASE STUDIES „LOGISTIK“ (Prof. Dr. Hartmann, Mannheim)

- Übermittlung der zu bearbeitenden Case Studies an die Teilnehmer
- Selbstständige Vorbereitung durch die Teilnehmer
- Lösungsentwicklung in Teams
- Präsentationen der Lösungskonzepte
- Reflexion von Planungsmethoden am Beispiel der Cases
- Kritische Diskussionen

BESONDERHEiten

Die Kombinierte Prüfungsleistung besteht aus den beiden Teilprüfungsleistungen Projektskizze (Gewichtung 60%) und Seminararbeit (Gewichtung 40%).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

CASE STUDIES

Case Studies renommierter Business Schools, z. B.: Harvard Business School (HBS) Publishing, www.hbsp.harvard.edu

Corsten, D./Gabriel, C.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen: Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin

Gleißner, H./Möller, K.: Fallstudien Logistik, Wiesbaden

Lasch, R./Janker, C. G.: Übungsbuch Logistik, Wiesbaden

Lasch, R./Schulte, G.: Quantitative Logistik-Fallstudien, Wiesbaden

GRUNDLAGENWERKE BWL/LOGISTIK

Backhaus, K./Voeth, M.: Internationales Marketing, Stuttgart

Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung, München

Thonemann, U.: Operations Management, München et al.

Strategisches Vertriebsmanagement (W3M11201)

Strategic Sales Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11201	-	1	Prof. Dr. Nicole Klein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben vertiefendes Fachwissen zum Vertriebsmanagement, verstanden als Kreislauf aus Planung, Steuerung und Kontrolle vertrieblicher Aktivitäten. Die Studierenden können routiniert unterschiedliche Optionen des Vertriebs von Produkten und Dienstleistungen darstellen und bewerten. Dabei sind sie in der Lage, angemessen die Herausforderungen des Vertriebs von Konsum- und Investitionsgütern, des Vertriebs im Systemgeschäft als auch des Vertriebs von Dienstleistungen differenziert zu analysieren und spezifische Lösungsstrategien zu entwickeln. Die Studierenden verfügen über das notwendige strategische und konzeptionelle Wissen zu vertrieblichen Aspekten wie das Fähigkeits- und Eigenschaftsprofil von Mitarbeiter*innen im Vertrieb, die Organisationsformen des Vertriebs sowie die Leistungsmessung und das Controlling im Vertrieb.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können vertriebliche Methoden und Techniken hinsichtlich ihrer Praktikabilität und Grenzen einschätzen, anwenden und kritisch reflektieren. Insofern sind sie in der Lage, problemadäquat und lösungsorientiert, methodische Alternativen im Vertrieb zu diskutieren und zu entscheiden, welche Option für welche Produktkategorie am besten geeignet ist. Sie sind in der Lage, ihre Methodenkompetenz in Erfahrungswissen zu wandeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, bei vertrieblichen Fragestellungen konzeptionell, selbstständig und auch kreativ zu denken und Impulse für die Weiterentwicklung ihrer Organisationen im Bereich Vertrieb zu geben. Dabei können sie stichhaltig und sachangemessen argumentieren, auch über funktionale Grenzen hinweg. Sie sind sich der eigenen Verantwortung im Bereich Sales für ihre Organisation aber auch für alle Stakeholder-Gruppen bewusst. Zudem erhalten die Studierenden ein positives mentales Mindset hinsichtlich Vertriebsaktivitäten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können kontextangemessen denken und handeln und verstehen dabei Vertrieb als einen Bestandteil neben weiteren (Marketing, Produktmanagement, Business Development), die gemeinsam für die Wertschöpfung einer Organisation mitverantwortlich sind. Vor diesem Hintergrund sind die Studierenden in der Lage, vertriebliche Aktivitäten interdisziplinär weiterzudenken und zu entwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Vertriebsmanagement	42	93

Vertriebsmanagement im Überblick

- Abgrenzung und Aufbau von Vertrieb, Verkauf, Verhandlung und Marketing.
- Unterschiede zwischen Vertrieb von Konsumgütern, Industriegütern und Dienstleistungen
- Mono-, Multi-, Omni-, Online- und Social-Channels

Strategische Marktbeobachtung

- Markt- und Wettbewerbsanalyse,
- Möglichkeiten der Digitalisierung, Globalisierung und Nachhaltigkeit

Strategische Kundenbeobachtung

- Analyse von Zielgruppen, Neu- und Bestandskunden,
- Leads, Opportunities sowie Erstellung von Personas
- Millieustudien wie z.B. Sinusmillieus

Strategische Vertriebsbeobachtung

- Organisationsformen und deren Vor- und Nachteile
- Key Account Management, traditionelle und agile Vertriebsorganisation
- Strategische Vertriebskanalanalyse und Vertriebskanalplanung,

Customer Relationship Management

- Kundenorientierung, Kundenbetreuung, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung
- Beschwerdemanagement und Kundenrückgewinnung

Vertriebspersonal

- Führung und Teammanagement
- Fähigkeits- und Eigenschaftsprofile
- Arbeitszeitmodell im Vertrieb
- Mentale Stärke als Erfolgsfaktor im Vertrieb

Vertriebscontrolling

- Spezifische Kennzahlen / Key Performance Indicators
- Steuerung des Vertriebs durch Kennzahlen und Anreizsysteme
- Kennzahlensysteme, und deren Verbindung zu gesamtunternehmerischen Kennzahlensystemen
- Ressourcenplanung

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Sales and Negotiation Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Albers, Sönke; Krafft, Manfred: Vertriebsmanagement: Organisation - Planung - Controlling - Support, Wiesbaden: Springer Gabler, 2013
- Binckebanck, Lars; Höller, Ann-Kristin, Tiffert, Alexander: Führung von Vertriebsorganisationen, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2020
- Böttcher: Sales Management Review
- Buhr, Andreas: Vertriebsführung: Aufbau, Führung und Entwicklung einer professionellen Vertriebsorganisation, Offenbach: Gabal, 2017
- Hofbauer, Günter; Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, 4., aktualisierte und erweiterte Auflage , Erlangen: Publicis Publishing, 2016
- Homburg, Christian; Schäfer, Heiko; Schneider, Jana: Sales Excellence, Vertriebsmanagement mit System, 8., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2016
- Jobber, David; Lancaster, Geo: Selling and Sales Management, Eleventh edition, London: Pearson, 2019
- Kühnapfel, Jörg: Vertriebscontrolling: Methoden im praktischen Einsatz, 3., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2022
- Scheid, Bernd; Scherer, Petra: Strategisches Vertriebsmanagement. Methoden für den systematischen B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler, 2021

Jeweils aktuelle Auflage sowie relevante Zeitschriften wie z.B. Sales Excellence

Strategisches Verkaufsmanagement (W3M11202)

Strategic Selling Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11202	-	1	Prof. Dr. Carsten Kortum	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgreifendes Faktenwissen bezüglich alternativer Verkaufsformen und können routiniert und selbstständig beurteilen, wann welche Art des Verkaufs angezeigt ist. Zudem können sie in Abhängigkeit von der jeweiligen Verkauf-Kauf-Situation entscheiden, welches Verhalten angemessen und effektiv ist. Die Studierenden wissen den Beitrag der Variablen Involvement, Preishöhe, Genre und Art der Güter für den Verkaufserfolg einzuschätzen und können diese lösungsorientiert gestalten. Die Studierenden sind befähigt, im Rahmen von Verkaufskontexten eine kundenorientierte Perspektive einzunehmen und damit konzeptionell und systemisch zu denken und zu handeln. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung können die Studierenden ihr Wissen strategisch einsetzen und entsprechende Lösungen bzw. Innovationen hinsichtlich der Chancen und Risiken alternativer Verkaufsformate entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können erprobt und sachverständig im jeweiligen Kontext vom zu verkaufenden Gut (Produkt, Dienstleistung) auf die angemessene und wirksame Verkaufsform schließen. Zudem verfügen sie über Erfahrungs- und Anwendungswissen bezüglich der situationsadäquaten Reaktion im Verkaufsprozess (Beschleunigung, Bremsen, Deeskalieren, Filtern usw. des Verkaufsvorgangs). Damit können sie die Praktikabilität und Grenzen von Verkaufstechniken und -methoden einschätzen, anwenden und weitergeben.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen Verkauf als die zentrale Schnittstelle zwischen Unternehmen und Kunde*in und können Zielkonflikte und Dissonanzen sichtbar machen und zugleich fair, konstruktiv und verantwortlich einer Lösung zuführen. Zudem sind sich die Studierenden bewusst darüber, dass es in Verkaufsprozessen zu intensiven Kontakten zwischen Verkäufer*in und Käufer*in kommt und können insofern psychologische und soziologische Aspekte sensibel reflektiv in ihrem Handeln berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die übergreifenden Zusammenhänge des Verkaufsmanagements, insbesondere zu anderen Schnittstellen der „customer journey“. Insofern können sie den Beitrag des Verkaufs im Gesamtsystem einer Organisation eigenständig gestalten und weiterentwickeln. Sie können zudem ihr eigenes Handeln insbesondere aus Kundenperspektive reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Verkaufsmanagement	42	93

Verkaufsmanagement im Überblick

- Abgrenzung und Aufbau von Vertrieb, Verkauf, Verhandlung und dem Marketing insgesamt.
- Unterschiedliche Verkaufsformen
- Kundengewinnungsmanagement, Kundenbindungsmanagement,
- Kundenrückgewinnungsmanagement
- Unterschiede im B2B- und B2C-Geschäft

Organisation des Verkaufs

- Typische Akteure: Verkaufsleiter, Verkäufer, Key-Account-Manager, Merchandiser, Einkäufer, Buying Center
- Charakteristika effektiver Verkäufer
- Käuferverhalten in Organisationen
- Einflussfaktoren auf Entscheidungen/ Gruppenentscheidungen
- Einkaufsmodell im Handel
- Einbettung in Netzwerke/ Embeddedness
- Verkaufstrainings und Verkaufshilfen
- Konfliktlösung
- Kommunikation zwischen Verkäufer und Käufer
- Determinantenmodell der Verkäuferleistung/ Erfolgsfaktoren im Verkauf

Verkaufsgespräch

- Formen
- Ziele
- Verläufe/ Argumentation
- Closing the sale
- Einsatz und Akzeptanz von Technologien/ Innovationen
- Verkaufsgespräch Neukunden

Verkaufscontrolling

- Rolle und Schnittstellen im Verkaufscontrolling
- Verkaufsplanung und Reporting
- Verkaufsinstanzerfolgsrechnung
- Kundenerfolgsrechnung

Vergütungssysteme im Verkauf

- Konzeptionelle und begriffliche Grundlagen
- Wissenschaftliche Erklärungsansätze
- Kommunikationspsychologie
- Gestaltung von Anreizsystemen
- Zielsysteme als Führungsinstrument

Preispolitik

- Preis als Marketinginstrument
- Psychologie des Preises
- Prozess und Verfahren der Preisfestlegung
- Preis- und Konditionenpolitik
- Praxis der Preispolitik Off- und On-Trade

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss von allen Sales and Negotiation -Studierenden absolviert werden.

Die Prüfungsleistung besteht aus einer Seminararbeit mit Vortrag (Präsentation und Verteidigung). Die Seminararbeit ist in deutscher/ englischer Sprache zu verfassen und der Vortrag (Präsentation und Verteidigung) in deutscher/ englischer Sprache abzulegen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bruhn, Manfred: Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), 5., vollständig überarbeitete Auflage, Beck: München, 2016
- Jobber, David; Lancaster, Geo: Selling and Sales Management, Eleventh edition, London: Pearson, 2019
- Hiemeyer, Wolf-Dieter; Stumpf, Dominik: Integration von Marketing und Vertrieb: Ein konzeptioneller Ansatz für ein erfolgreiches Schnittstellenmanagement, Springer: Wiesbaden, 2020
- Ingram, Thomas N.; LaForge, Raymond W.; Avila, Ramon; Schepker, Charles; Williams, Michael: Sales management: Analysis and decision making, 9. edition, Routledge: New York, 2015
- Homburg, Christian; Schäfer, Heiko; Schneider, Jana: Sales excellence: Systematic sales management. Springer Science & Business Media: Berlin, Heidelberg, 2012
- Rapp, A.; Beeler, L. The state of selling & sales management research: a review and future research agenda. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 2021, 29. Jg., Nr. 1, S. 37-50.
- Weis, Hans-Christian: Verkaufsgesprächsführung, 4., überarb. und erw. Aufl., Kiehl: Herne, 2003
- Weis, Hans-Christian: Verkaufsmanagement, 7., völlig neu überarb. Aufl., Kiehl: Herne, 2010

Strategisches Verhandlungsmanagement (W3M11203)

Strategic Negotiation Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11203	-	1	Prof. Dr. Petra Morschheuser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden wissen um die Bedeutung von Verhandlungen sowohl im B2B-Geschäft als auch bei komplexen Produkten mit vergleichsweise hohem Preis im B2C-Geschäft (Immobilien, Autos, Möbel, Consumer Electronics) und können dieses Wissen routiniert in ihrem beruflichen und vertrieblichen Alltag einsetzen. Die Studierenden verfügen über ein tiefgehendes, anwendungs- und lösungsorientiertes Verständnis von typischen Verhandlungssituationen und können dem Kontext angemessen entscheiden, welche Strategien und Taktiken in der Vorbereitung und Durchführung von Verhandlungen angewandt werden sollen. Insbesondere können sie in ihrem beruflichen Alltag operativ wie taktisch und strategisch maßgebliche Antworten auf typische Fragen des Verhandlungsmanagements geben: Wie wird eine Verhandlung geführt (Anzahl der Teilnehmer*innen, Rollenverständnis, Verhandlungsstrategien usw.)? Welche Machtverhältnisse liegen vor? Vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung können die Studierenden auf ihr spezialisiertes Wissen zu Chancen und Risiken von digital basierte Verhandlungen zugreifen und dieses einsetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Strategien und Taktiken in Verhandlungen selbstständig und geübt anwenden, weiterentwickeln und reflektieren. Sie können Methoden der Verhandlungsführung flexibel, d.h. situationsadäquat, einsetzen und einschätzen, wann welche Strategie bzw. Taktik besonders erfolgreich realisiert werden kann. Darüber hinaus verfügen die Studierenden über ein Repertoire an Verhandlungstechniken und -instrumenten („Kniffe“/„Tricks“), das es ihnen ermöglicht, Verhandlungen anpassungsfähig, selbstständig und erfolgreich zu führen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis dafür, dass innerhalb von face-to-face-Verhandlungen zahlreiche interaktive Elemente ablaufen. Sie können auch komplexe Verhandlungssituationen langfristig-planerisch wie auch in situ analysieren und Interaktionen zwischen Verhandlungspartner*innen überzeugend und sensibel selbst anstoßen bzw. auf diese reagieren. Die damit einhergehenden (sozialen, intergierenden) Rollen im Rahmen von Verhandlungen sind den Studierenden vertraut, weshalb sie in Verhandlungen Verantwortung für sich und ihre Organisation übernehmen können.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen ein eingehendes Verständnis der Zusammenhänge im Verhandlungsmanagement. Auf Basis ihres spezifischen Verhandlungswissens und der jeweiligen Vorgehensweisen können Verhandlungen mit Weitblick und Umsicht für eine Organisation führen. Sie reflektieren Interdependenzen in Verhandlungen und wissen um ihre Verantwortung in Verhandlungen für ihre Organisation wie auch für die Stakeholder und Verhandlungspartner*innen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategisches Verhandlungsmanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Verhandlungsmanagement im Überblick

- Definitionen und begriffliche Abgrenzungen
- Arten von Verhandlungen/Klassifizierungen
- Verhandlungstheorien (u.a. analytisch-präskriptiver Ansätze, deskriptiv-verhaltenswissenschaftliche Ansätze)
- Harvard-Konzept
- Phasen einer Verhandlung - von der Analyse zur Durchführung

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Organisation der Verhandlung

- Team
- Team der Gegenseite
- Ort, Ablauf, Dauer, Taktung der Verhandlung

Verhandlungsvorbereitung

- Motive
- Verhandlungsziele
- Verhandlungsstrategie

Verhandlungsführung

- Ökonomische Verhandlungsführung
- Verhaltensbezogene Verhandlungsführung
- Prozessbezogene Verhandlungsführung
- Rollenspiel (in englischer Sprache)

Verhandlungscontrolling

BESONDERHEiten

Dieses Modul muss von allen Sales and Negotiation-Studierenden absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bühring-Uhle, Christian; Eidenmüller, Horst; Nelle, Andreas: Verhandlungsmanagement: Analyse - Werkzeuge - Strategien, 2. Auflage, München: Beck, 2017
- Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce: Getting to yes. Negotiating an agreement without giving in., Third edition, updated and revised, London: Random House, 2012
- Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce, u.a.: Das Harvard-Konzept, 25., überarbeitete Auflage, Frankfurt, New York: Campus Verlag, 2015
- Kese, Volkmar; Zimmermann, Daniel: Kommunikation in der Praxis, Gesprächs- und Verhandlungsmanagement, Wiesbaden: Kommunal- und Schul-Verlag, 2016
- Lax, David; Sebenius, James K.: 3-D Negotiation - powerful tools to change the game in your most important deals, Harvard Business School Press, 2006
- Lewicki, Roy J.; Barry, Bruce; Saunders, David M. (Eds.): Negotiation. Readings, Exercises, and Cases., 7. ed., international ed., New York: McGraw-Hill, 2015
- Malhotra, Deepak; Bazerman, Max H.: Negotiation Genius: How to Overcome Obstacles and Achieve Brilliant Results at the Bargaining Table and Beyond, New York: Bantam, 2008
- Shell, Richard.: Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People, Third edition, revised and updated, New York: Penguin Press, 2018
- Thompson, Leigh L.: The Mind and Heart of the Negotiator, Seventh edition, Boston: Pearson (2022)
- Tries, Joachim; Reinhardt, Rüdiger: Konflikt- und Verhandlungsmanagement: Konflikte konstruktiv nutzen, Berlin / Heidelberg: Springer, 2008
- Ury, William: Getting past No - Negotiating in Difficult Situations, Revised edition, New York; Toronto; London; Sydney; Auckland: Bantam, 2007
- Voeth, Markus; Herbst, Uta: Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse, 2. überarbeitete Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2015

Multichannel-Management (W3M11204)

Multichannel-Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11204	-	1	Prof. Dr. Thomas Asche	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente einer kanalübergreifenden Vermarktung routiniert darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Multichannel-Managements formulieren und interdisziplinär anwenden können.

METHODENKOMPETENZ

Studierende sind in der Lage, relevante Marktinformationen (z.B. Neue Institutionenökonomik) zu interpretieren und daraus abgeleitete Entscheidungen in ihrem beruflichen Umfeld umsetzen zu können. Dabei sind ihnen die Nutzenbeiträge, aber auch die Grenzen der jeweiligen Methodik für Aspekte des Multichannel-Managements bewusst.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Konkret bedeutet dies für Multichannel-Management, dass sie in der Lage sind, selbstständig und eigenverantwortlich Konzepte der kanalübergreifenden Vermarktung situationsadäquat zu konzipieren, gegenüber anderen darzustellen und interdisziplinär und funktions-/bereichsübergreifend umzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, spezifische Vermarktungsfragen im Zusammenhang mit der Koordination von Absatzkanälen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen und vor dem theoretischen Hintergrund auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Multichannel-Management	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

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
Ritterer, 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,

Preismanagement (W3M11207)

Pricing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11207	-	1	Prof. Dr. Petra Hardock	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

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

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Preismanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

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

Strategische Aspekte der Digitalen Transformation (W3M11301)

Strategic Aspects of Digital Transformation

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11301	-	1	Prof. Dr. Sebastian Richter	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage sich in der Begriffswelt der Digitalen Transformation zu orientieren, können Merkmale und Formen digitaler Märkte erklären sowie Güter der Internetökonomie beschreiben. Zudem sind ihnen Charakteristika der Internet-Ökonomie bekannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Zielsetzungen der Digitalen Transformation beurteilen und bei der Entwicklung solcher Zielsetzungen unterstützen. Die Studierenden sind in der Lage digitale Strategien zu analysieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für die vielfältigen ethischen Implikationen und sozialen Folgen ihrer Entscheidungen und nehmen eine kritische Haltung gegenüber technologischen Entwicklungen ein.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Auswirkungen der Digitalen Transformation auf Unternehmen, Staat und Gesellschaft. Sie ordnen ihr Handeln in diesen Kontext ein und wissen um die Notwendigkeit einer ganzheitlichen und unternehmensübergreifenden Betrachtungsweise.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategische Aspekte der Digitalen Transformation	42	93

Einführung: Rahmenbedingungen der Digitalen Transformation – Erklärungsansätze der Digitalen Transformation; Charakteristika der Internet-Ökonomie; Merkmale und Formen digitaler Märkte; Güter der Internet-Ökonomie (Digitale Güter, Informationsgüter, Netzwerkgüter, Standardisierung); Intermediation

Strategische Aspekte der Digitalen Transformation: Betriebswirtschaftliche Auswirkungen der Digitalen Transformation – Zielzustände der Digitalen Transformation – Theorien und Methoden zur Entwicklung Digitaler Strategien

Gesellschaftliche und ethische Implikationen der Digitalen Transformation

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss in der Regel von allen Digital Business Management-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

- Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: *The Second Machine Age: Wie die nächste digitale Revolution unser aller Leben verändern wird*, Kulmbach.
Clement, R.; Schreiber, D.; Bossauer, P.; Pakusch, C.: *Internet-Ökonomie: Grundlagen und Fallbeispiele der digitalen und vernetzten Wirtschaft*, Wiesbaden.
Gassmann, O.; Sutter, P.: *Digitale Transformation gestalten: Geschäftsmodelle Erfolgsfaktoren Checklisten*, München.
Hanschke, I.: *Digitalisierung und Industrie 4.0 - einfach und effektiv: Systematisch und lean die Digitale Transformation meistern*, München.
McAfee, A.; Brynjolfsson, E.: *Machine, Platform, Crowd: Wie wir das Beste aus unserer digitalen Zukunft machen*, Kulmbach.
Peter, R.: *Internet-Ökonomie*, Berlin, Heidelberg.
Sambamurthy, V; Zmud, R. W.: *Guiding the Digital Transformation of Organizations*, Legerity Digital Press, o.O.
Strauß, R.: *Digitale Transformation: Strategie, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis*, Stuttgart

Technologien der Digitalen Transformation und Anwendungen (W3M11302)

Technologies of Digital Transformation and its Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11302	-	1	Prof. Dr. Thomas Kessel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden identifizieren die Paradigmen und die grundlegenden Konzepte des Informationsmanagements, der Informationssysteme, der Künstlichen Intelligenz und der Softwareentwicklung. Sie können diese überblicksartig darstellen und erläutern sowie diese auch auf den betrieblichen Kontext anwenden bzw. übertragen. Sie sind fähig die wesentlichen Lösungsansätze einzuordnen und zu beurteilen. Die Studierenden können selbstständig die passenden Theorien oder Modelle zu den entsprechenden Wissensbereichen auswählen und diese erörtern.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden identifizieren die Paradigmen und die grundlegenden Konzepte des Informationsmanagements, der Informationssysteme, der Künstlichen Intelligenz und der Softwareentwicklung. Sie können diese überblicksartig darstellen und erläutern sowie diese auch auf den betrieblichen Kontext anwenden bzw. übertragen. Sie sind fähig die wesentlichen Lösungsansätze einzuordnen und zu beurteilen. Die Studierenden können selbstständig die passenden Theorien oder Modelle zu den entsprechenden Wissensbereichen auswählen und diese erörtern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Technologien der Digitalen Transformation und Anwendungen	42	93

Überblick der aktuellen Technologien bei Informationssystemen/der Informatik Einführung in Grundlagen und Anwendungen des Informationsmanagements Prinzipien der Künstlichen Intelligenz (KI): z. B. wissensbasierte Systeme, Intelligente Suchverfahren, Maschinelles Lernen, Neuronale Netze

IT Servicemanagement: z. B. Modellierung und Formalisierung von Services, Geschäftsprozessmanagement, Automatisierung und Verknüpfung von Services, ITSM Best Practices (z. B. ITIL)

Innovative Softwareentwicklung: z. B. agile Vorgehensmodelle, Continuous Integration / Deployment, Open Source Software, Model-Driven Architecture, Service Oriented Architecture.

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss in der Regel von allen Digital Business Management-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Gadatsch, A., „Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis“, Springer Vieweg
Kessel, T., Vogt, M., „Fit für die Prüfung: Wirtschaftsinformatik: Lernbuch“, UTB
Laudon, K., Laudon, J., Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung“, Pearson
Russell, S., Norvig, P., „Artificial Intelligence“, Prentice Hall
Sommerville, I., „Software Engineering“, Addison-Wesley

Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle (W3M11303)

Development of Digital Business Models

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11303	-	1	Prof. Dr. Matthias Rehme	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Konzepte zur Systematisierung von Geschäftsmodellen sowie Instrumente zu deren (Weiter-)Entwicklung. Aufbauend auf dem Wissen zu Entwicklungen der Digitalen Transformation sowie zur Analyse des digitalen Reifegrads von Unternehmen sind die Studierenden in der Lage, Möglichkeiten zur Ausgestaltung von digitalen Geschäftsmodellen zu beschreiben.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, digitale Geschäftsmodelle zu dokumentieren sowie zu analysieren. Zudem sind sie befähigt, technologische Trends zu erkennen und deren betriebswirtschaftliches Potenzial zu bewerten, um auf dieser Basis neue Geschäftsmodelle abzuleiten bzw. bestehende Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können sich auf die z.T. divergenten Interessenlagen der in Prozessen der digitalen Transformation involvierten internen und externen Personen bzw. Marktpartner einstellen sowie eine Mittlerfunktion zwischen betriebswirtschaftlichen und informatikbezogenen Anforderungen wahrnehmen. Sie sind sensibilisiert für die ökonomischen, technologischen und sozialen Herausforderungen, die mit der Suche nach und Implementierung von Geschäftsmodellen im Lichte digitaler Transformationsprozesse einhergehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein integratives Verständnis entwickelt, wie digitale Geschäftsmodelle im Spannungsfeld von Kostenerfordernissen einerseits sowie Erlöspositionalen durch marktbezogene nutzenstiftende Leistungen andererseits auszugestalten sind. Sie verstehen das Zusammenspiel von betriebswirtschaftlichen, technologischen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen als zentrale Einflussfaktoren für die Ausgestaltung von Geschäftsmodellen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle	42	93

Treiber der digitalen Transformation und deren Bedeutung für die Gestaltung von Geschäftsmodellen – Merkmale digitaler Geschäftsmodelle – Systematisierung von Geschäftsmodelltypen – Techniken der Geschäftsmodell-Ideen-Gewinnung – Einflussfaktoren auf die Gestaltung digitaler Geschäftsmodelle – Instrumente zur Entwicklung und Erweiterung von digitalen Geschäftsmodellen – Geschäftsmodell-Implementierung – Reifegradanalyse digitaler Geschäftsmodelle.

BESONDERHEITEN

Dieses Modul muss in der Regel von allen Digital Business Management-Studierenden absolviert werden. Bei entsprechenden Vorkenntnissen entfällt nach Prüfung und Genehmigung der Wissenschaftlichen Leitung die Belegungspflicht.

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

- Becker, W./Ulrich, P./Stradtmann, M.: Geschäftsmodellinnovationen als Wettbewerbsvorteil mittelständischer Unternehmen, Wiesbaden.
- Borgmeier, A./Grohmann, A./Gross, S. (Hrsg.): Smart Services und Internet der Dinge: Geschäftsmodelle, Umsetzung und Best Practices, München.
- Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M: Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München.
- Gassmann, O./Sutter, P.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München.
- Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, München.
- Hoffmeister, C.: Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen, München.
- Jung, H.H./Kraft, P. (Hrsg.): Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, München.
- Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden.
- Matzler, K./Bailom, F./von den Eichen, S.F./Anschober, M.: Digital Disruption, München.
- Meinhardt, S.; Pflaum, A. (Hrsg.): Digitale Geschäftsmodelle – Band 1: Geschäftsmodell-Innovationen, digitale Transformation, digitale Plattformen, Internet der Dinge und Industrie 4.0 (Edition HMD), Wiesbaden.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation, Frankfurt.
- Porter, M.E./Heppelmann, J.E.: How Smart, Connected Products Are Transforming Companies, in: Harvard Business Review 93, 2015, 96-114.
- Rogers, D.L.: Digitale Transformation, Frechen.
- Schallmo, D./Rusnjak, A./Anzengruber, J./Werani, T./Jünger, M. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Wiesbaden.
- Strauß, R.E.: Digitale Transformation: Strategie, Konzeption und Implementierung in der Unternehmenspraxis, Stuttgart.
- Wirtz, B.W.: Business Model Management: Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Wiesbaden

Digitale Ökosysteme (W3M11304)

Digital Ecosystems

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11304	-	1	Prof. Dr. Erich Heumüller	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	15	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Ausprägungen digitaler Ökosysteme und können Governance-Mechanismen von digitalen Ökosystemen im Allgemeinen und von Digitalen Plattformen im Speziellen beschreiben. Die Struktur von Plattform-Geschäftsmodellen ist ihnen bekannt und kann modellhaft erläutert werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind befähigt, Netzwerkeffekte anhand bekannter Plattformmodelle zu analysieren und darauf aufbauend Gestaltungsmöglichkeiten abzuleiten. Die Studierenden können Governance-Modelle bei der Gestaltung von digitalen Plattformen und Ökosystemen zielorientiert anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für die ethischen und abstrakten wirtschaftlichen Implikationen von digitalen Plattform-Geschäftsmodellen. Sie wissen um den natürlich monopolisierenden Charakter dieser Geschäftsmodelle und können folgende Implikationen kritisch in Diskurse einbringen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Auswirkungen von kooperativen Beziehungen in digitalen Ökosystemen auf Unternehmen, Staat und Gesellschaft. Sie ordnen ihr Handeln in diesen Kontext ein.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitale Ökosysteme	42	93

Konzeptionelle Aspekte digitaler Ökosysteme: Begrifflichkeiten (Ökosystem, Lebenszyklen von Ökosystemen) – Ökosystemreferenzmodell – Ökosystemarchetypen – Ökosystemgesundheit – Ökosystem-Governance

Digitale Plattformen: Definition und Arten digitaler Plattformen – Netzwerkeffekte – Plattformgeschäftsmodell und Plattform-Governance – Plattformökonomie: Dezentrale und selbstorganisierende Märkte

Managementansätze Digitaler Ökosysteme: Strategische Partnerschaften (Anreize, Beteiligungen der Akteure) – Portfoliomanagement in Ökosystemen – Produktionsökosysteme

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Iansiti, M.; Levien, R. (2004): Strategy as Ecology. In: Harvard Business Review (82:3), pp. 1–11.
- Anggraeni, E.; Hartigh, E. Den; Zegveld, M. (2007). Business Ecosystem as a Perspective for Studying the Relations between Firms and Their Business Networks. In: ECCON 2007 Annual Meeting Proceedings, Delft: Delft University of Technology Press, pp. 1–28.
- Moore, J. F.: The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems, New York: HarperBusiness.
- Pelttoniemi, M. (2006). "Preliminary Theoretical Framework for the Study of Business Ecosystems," Emergence: Complexity & Organization (8:1), pp. 10–19.
- Porter, M. E.: The competitive advantage of nations. New York: Free Press.
- Farhadi, N.: Cross-Industry Ecosystems. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Reillier, L.C.; Reillier, B.: Platform Strategy. Routledge, New York.
- Sambamurthy, V.; Zmud, R.W.: Guiding the Digital Transformation of Organizations, Legerity Digital Press
- Schreieck, M.; Wiesche, M.; Krcmar, H. (2016): Design and governance of platform ecosystems - Key concepts and issues for future research. 24th European Conference on Information Systems, ECIS 2016. Istanbul.
- Gawer, A.: Platform, markets and innovation: an introduction. In: Gawer, A. (Ed.): Platform, markets and innovation. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, pp. 1–16

Business Analytics (W3M11305)

Business Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11305	-	1	Prof. Dr. Gerhard Hellstern	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Transferbericht (50%) und Mündliche Prüfung (50%)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen wichtige Ziele und Anwendungsfelder von Business Analytics im Unternehmen. Sie können relevante Begriffe im Kontext von Business Analytics voneinander abgrenzen bzw. in Beziehung zueinander setzen.

Die Studierenden können die Struktur eines Business Analytics Use Case anhand abstrakter Prozessphasen, die im CRISP-DM bzw. ASUM-DM-Referenzmodell definiert sind, erklären. Sie kennen verschiedene technische und methodische Hilfsmittel für die jeweiligen Phasen und können dessen Auswahl begründen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Hilfe des abstrakten Analyseprozesses gemäß des CRISP-DM bzw. ASUM-DM-Referenzmodells einen eigenen Anwendungsfall strukturieren und entwerfen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die Geeignetheit von Daten und technischen Lösungsmöglichkeiten im Hinblick auf das spezifische Business Analytics-Ziel zu beurteilen. Die Studierenden durchdringen Möglichkeiten und Grenzen des Business Analytics-Ansatzes in praktischen Anwendungsfällen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden ordnen Business Analytics in die Informationsversorgung eines Unternehmens ein. Sie kennen die Bedeutung für die betriebliche Entscheidungsunterstützung.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Analytics	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Grundlagen und Zielsetzungen von Business Analytics (BA) - Struktur- bzw. Vorgehensmodell und deren Weiterentwicklung mit agilen Ansätzen (CRISP-DM bzw. ASUM)

Geschäftsverständnis: Business-Ziele – Erfolgsfaktoren und Erfolgsevaluation – BA-Ressourcen – Risiken

Datenverständnis: Datenherkunft – Datenquellen - Datenqualität

Datenvorbereitung: Datenauswahl und Entscheidungskriterien – Analysefähigkeit von Daten – Extraktion, Transformation und das Laden von Daten – Speichern von Daten

Modellierung: Analysemethoden und deren Ziele – Voraussetzungen und Auswahl von Analysemethoden – Interpretation der Ergebnisse von Analysemethoden

Evaluation und Inbetriebnahme: Bewertung der Analyse – Visualisierung der Ergebnisse – Verstärkigung des Analyseprojekts

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Kemper, H.-G., Baars, H.; Mehanna, W.: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, Wiesbaden: Vieweg + Teubner.

Laursen, G. H. N.; Thorlund, J.: Business Analytics for Managers: Taking Business Intelligence Beyond Reporting, Hoboken: Wiley and SAS business series.

Saxena, R.; Srinivasan, A.: Business Analytics: A Practitioner's Guide, New York: Springer.

Seiter, M.: Business Analytics. Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen, München: Vahlen.

Stubbs; E.: Delivering Business Analytics – Practical Guidelines for Best Practice, Hoboken: Wiley and SAS business series.

Digitalisierung betrieblicher Wertschöpfungsprozesse (W3M11306)

Digitization of Value Added Processes

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11306	-	1	Prof. Dr. Dietrich Emmert	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wesentlichen strategischen und operativen Anforderungen an die Wertschöpfungsprozesse, um sachangemessene Einschätzungen von unterschiedlichen Lösungsstrategien zur digitalen Transformation der Prozesse vornehmen zu können. Die Auswirkungen dieser Transformation werden verstanden, diskutiert und Vor- und Nachteile bewertet. Die Studierenden erhalten Zugang zu einer Vielzahl von Best-Practice-Lösungen für eine erfolgreiche Gestaltung und Weiterentwicklung der Wertschöpfungsprozesse mit besonderem Fokus auf digitale Technologien.

METHODENKOMPETENZ

Studierende beherrschen die Anwendung und Reflexion von Methoden und Techniken im Kontext der Digitalisierung von Wertschöpfungsprozessen. Hierzu gehören die Methoden des Lean Startup Ansatzes und Growth Hacking. Hinzu kommt die Weiterentwicklung analytischer Methodenkompetenz zur Prozessgestaltung und Prozessmodellierung. Die Studierenden finden sich in der Vielfalt und Tiefe der Methoden zurecht und können deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit einem Gremium zu präsentieren und dieses von der Qualität der Arbeit und den Lösungsansätzen zu überzeugen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Wertschöpfungsprozesse weisen vielfältige Schnittstellen mit den Unterstützungsprozessen im Unternehmen auf, was eine hohe Komplexität der Aufgaben impliziert und damit im besonderen Maße die Fähigkeit zur Lösung komplexer Probleme erfordert. Studierende haben ein vertieftes Verständnis von übergreifenden Zusammenhängen welches ihnen ermöglicht, entsprechend der erlernten Methoden ihr Wissen auch auf neue Arbeitsfelder zu adaptieren und multidisziplinäre Zusammenhänge zu erfassen.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitalisierung betrieblicher Wertschöpfungsprozesse	42	93

EINFLUSS DER DIGITALISIERUNG AUF WERTSCHÖPFUNGSPROZESSE IN DER PRODUKTION

Prozesselemente in der überbetrieblichen Wertschöpfung (SCOR-Modell)

Key Performance Indikatoren (Durchlaufzeiten, Integrationsfähigkeit, Komplexitätsbeherrschung)

Verbesserte Entscheidungsgrundlagen bei Prognoseprozessen (APS-Systeme; Predictive Analytics)

EINFLUSS DER DIGITALISIERUNG AUF WERTSCHÖPFUNGSPROZESSE BEI DIENSTLEISTUNGEN

Konvergenz von Servitierung und Digitalisierung

Produktion von immateriellen Gütern (Dienstleistungsprozessen) und Value Added Services

(Datenbasierte Dienstleistungen, sog. Smart Services, Build-Own-Operate (BOO))

Hybride Wertschöpfung und Hybride Leistungsbündel bzw. Product Service Systems

EINFLUSS DER DIGITALISIERUNG AUF DEN GESAMTPROZESS DER WERTSCHÖPFUNG

Virtuelle Wertschöpfung: Virtuelle Unternehmen und Teamstrukturen, Auflösung von

Unternehmensgrenzen, Transformation von Wertschöpfungsketten zu

Wertschöpfungsnetzwerken, Digitalisierung und Kooperationsformen

Interaktive Wertschöpfung: Neue Formen der Arbeitsteilung/Wissenstransfers und

Individualisierung/Mass Customization zwischen Unternehmen, Partnern und Kunden

BESONDERHEITEN

Portfolioprüfung umfasst: Selbstreflexion in Bezug auf Modul und Vorerfahrungen. Weiterführende Fragestellungen, Befunde und Reflexion. Summative Evaluation des Gelernten und Konsequenzen. Antestat, Schriftliche Ausarbeitungen (z.B. Glossar, Lernergebnisse), Gruppenpräsentation.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegendes Verständnis von Wertschöpfungsprozessen auf dem Niveau einer einführenden BWL-Veranstaltung. Erste Kenntnisse und ein Grundverständnis der Entwicklungen und Möglichkeiten der Digitalisierung

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Brynjolfsson, E./ McAfee, A.: Machine, Platform, Crowd: Harnessing the Digital Revolution, W.W. Norton & Company: New York/ London.

Göpfert, I. (Hrsg.): Logistik der Zukunft – Logistics for the Future, Springer Gabler: Wiesbaden.

Jung, H. H./ Kraft, P. (Hrsg.): Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung. - Szenarien, Optionen und Erfolgsmodelle für smarte Geschäftsmodelle, Produkte und Services, Hanser: München.

Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Springer Gabler: Wiesbaden.

Richter, S.; Wischmann, S.: Additive Fertigungsmethoden. Entwicklungsstand, Marktperspektiven für den industriellen Einsatz und IKT-spezifische Herausforderungen bei Forschung und Entwicklung. Hrsg. v. Institut für Innovation und Technik in der VDI / VDE Innovation + Technik GmbH (iit).

Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R. T.; Mösllein, K. M.; Neuburger, R.; Neyer, A.-K.: Die grenzenlose Unternehmung: Information, Organisation & Führung, Springer Gabler: Wiesbaden.

Porter, Michael E.; Heppelmann, James E.: Wie smarte Produkte Unternehmen verändern. In: Harvard Businessmanager, Sonderdruck (12).

Reichwald, R.; Piller.: Interaktive Wertschöpfung: Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung, Gabler: Wiesbaden.

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

Schallmo, D. und Rusnjak, A.: "Roadmap zur Digitalen Transformation von Geschäftsmodellen", in: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, D. Schallmo, A. Rusnjak, J. Anzengruber, T. Werani und M. Jünger (Hrsg.). Wiesbaden: Springer, S. 1-31.

Seiter, M., Grünert, L., Berlin, S. : Betriebswirtschaftliche Aspekte von Industrie 4.0. Springer: Wiesbaden

Wirtz, B. W.: Electronic Business, Springer Gabler: Wiesbaden.

Digital Innovation Management (W3M11307)

Digital Innovation Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11307	-	1	Prof. Dr. Martin Mikusz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Digitale Innovation konzeptuell und berufspraktisch durchdringen und sind sensibilisiert für deren Besonderheiten im Vergleich zur Innovation im Allgemeinen.

Die Studierenden kennen und verstehen die zentralen institutionalen und prozessualen Ansatzpunkte des Managements Digitaler Innovationen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben einen Überblick über die zentralen Methoden und Techniken des Digital Innovation Managements und können deren Praktikabilität und Grenzen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können die positiven wie negativen Implikationen Digitaler Innovation aus sozialer, gesellschaftlicher, ökologischer, politischer und volkswirtschaftlicher Perspektive reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digital Innovation Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Dimensionen des Innovationsbegriffs (nach Inhalt, Neuheitsgrad usw.) und besondere Charakteristika und Potentiale Digitaler Innovationen

Innovation in der Informations-/Internetökonomie und im strategischen Umfeld des Digital Business (Innovation und Netzwerkeffekte, War of Standards, Konvergenz, Innovationsdynamik)

Relevante Konzeptualisierungen Digitaler Innovation (Kombinatorische, Disruptive, Cross Industry Innovation; Generativity)

Digitale Innovation als Prozess (Prozessschritte, Methoden und Tools wie Design Thinking; Steuerung von Innovationsprozessen und -projekten)

Innovation als Managementaufgabe und deren Verankerung im Digital Business Management (Innovation Hubs, unternehmensübergreifende Innovationsnetzwerke, Innovations-Ökosysteme)

Interaktive Wertschöpfung, kooperative Innovationsansätze und Nutzerorientierung im Digital Innovation Management (Co-Innovation, Open Innovation)

Technologiemanagement im Zusammenspiel mit Innovationsmanagement
(Technologieorientierte Umwelt- und Unternehmensanalyse, Trendforschung und Technologiebewertung, Formulierung einer Technologiestrategie usw.)

Gesellschaftliches, wirtschaftspolitisches und volkswirtschaftliches Umfeld des Digital Innovation Managements (Gesellschaftliche Einstellungen zur digitalen Innovation, staatliche Innovationspolitik usw.)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse in Betriebswirtschaftslehre auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Hauschildt, J., Salomo, S., Schultz, C., Kock, A.; Innovationsmanagement; München

Reichwald, R., Piller, F.; Interaktive Wertschöpfung – Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung; Wiesbaden

Leimeister, J. M.; Dienstleistungsengineering und -management – Data-driven Service Innovation; Berlin, Heidelberg

Wirtz, B.; Electronic Business; Wiesbaden

Fichman, R.; Dos Santos, B.; Zheng, Z.; Digital Innovation as a Fundamental and Powerful Concept in the Information Systems Curriculum; MIS Quarterly (2014); <https://doi.org/10.25300/MISQ/2014/38.2.01>

Wiesböck, F., Hess, T.; Digital innovations; Electronic Markets (2019); <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00364-9>

Customer Experience Management (W3M11310)

Customer Experience Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11310	-	1	Prof. Dr. Matthias Rehme	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Customer Experience Value Chain als grundlegendes Konzept des Customer Experience Management, können Möglichkeiten zur Beeinflussung von Kundenerwartungen sowie klassische Ansätze zur Messung der Kundenzufriedenheit erläutern und in den Kontext des Customer Experience Management einordnen. Weiterhin sind sie in der Lage, wichtige Mapping-Konzepte sowie Methoden der Marktforschung zur Analyse des Kundenverhaltens zu erklären und verfügen über das Wissen um die jeweiligen Einsatzfelder. Sie kennen Instrumente zur multisensualen, erlebnisorientierten Gestaltung von Touchpoints und Möglichkeiten zur organisatorischen Implementierung des Customer Experience Management im Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können verschiedene Mapping-Techniken zur Analyse des Kundenverhaltens situationsspezifisch anwenden. Zudem haben sie erste Erfahrungen beim Einsatz neuerer Methoden zur kundenorientierten, multisensualen Gestaltung von Touchpoints innerhalb der Customer Journey.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden nehmen die Perspektive des*der Kunden*in ein, verstehen dessen*deren Bedürfnisse und Erwartungen und sind so in der Lage Leistungen zu gestalten, die von individuellem oder gesellschaftlichem Nutzen sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden wissen um die Bedeutung des kanalübergreifenden Kundenverhaltens und können die Kundeninteraktionen ganzheitlich analysieren sowie gestalten. Dabei wenden sie Gestaltungsinstrumente aus Marketing, Dienstleistungsmanagement und Softwareentwicklung integrativ an.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Customer Experience Management	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Definition und Einordnung des Customer Experience Management (CEM)
Customer Experience Value Chain als Ausgangspunkt des CEM
Instrumente des Kundenerwartungsmanagement
Methoden der Kundenzufriedenheitsmessung
Mapping als Instrument zur Analyse von kanalübergreifendem Kundenverhalten: Empathy Map, Customer Journey Map, Experience Map, Service Blueprint
Data Analytics als Instrument zur Analyse von kanalübergreifendem Kundenverhalten
Experience Research-Methoden: z.B. Clickstream Analysis, Eyetracking, Usability-Analysen, Focusgruppen-Interviews, Akzeptanzstudien
Instrumente zur multisensualen Gestaltung von Touchpoints: Service Design, Design Thinking, Kreativmethoden, Rapid Prototyping, Mixed Reality, Content Management, Storytelling, Interaktionsgestaltung (z.B. Card Sorting), Marketing Automation (z.B. Chatbots)
Organisatorische Einbindung des CEM im Unternehmens

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Marketing-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bruhn, M.: Relationship Marketing: Das Management von Kundenbeziehungen. München.
Bruhn, M.; Hadwich, K. (Hrsg.): Customer Experience: Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden.
Goodman, J. A.: Customer Experience 3.0: High-Profit Strategies in the Age of Techno Service. o.O.
Kalbach, J.: Mapping Experiences: A Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams. Sebastopol.
Pennington, A.: The Customer Experience Book: How to design, measure and improve customer experience in your business: Harlow u.a.
Rusnjak, A.; Schallmo, D. R. A. (Hrsg.): Customer Experience im Zeitalter des Kunden. Best Practices, Lessons Learned und Forschungsergebnisse. Wiesbaden.
Newman, M.; McDonald, M.: 100 Practical Ways to Improve Customer Experience: Achieve End-to-End Customer Engagement in a Multichannel World. London.
Schmitt, B. H.: Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customer. Wiley.
Schneider, W.; Kornmeier, M.: Kundenzufriedenheit. Konzept, Messung, Management. Bern.
Watkinson, M.: The Ten Principles Behind Great Customer Experiences. Harlow u.a.

Tools für die Strategie-Beratung (W3M11313)

Tools for Strategy Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11313	-	1	Prof. Dr. Friedrich Augenstein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls detailliert Werkzeuge im Bereich der strategischen Analyse, der Strategieentwicklung und –umsetzung eines Unternehmens, die von Berater*innen in der Strategieberatung eingesetzt werden. Sie können dieses routiniert auf die Fragestellungen ihrer praktischen Arbeit und auf die Situation ihres Unternehmens übertragen.

Die Studierenden lernen ein IT-basiertes Strategisches-Management-Tool kennen, dessen strukturierte Vorgehensweise und dessen Vorlagen einen durchgängigen Beratungsprozess in der Strategieberatung unterstützen.

METHODENKOMPETENZ

Mithilfe der vermittelten strukturierten Vorgehensweisen in der Strategieberatung können die Studierenden Strategieberatungsprojekte erfolgreich mitgestalten und auf die konkrete Situation im Unternehmen abgestimmte Methoden auswählen und zielgerichtet einsetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein Projekt zur Strategieentwicklung und –umsetzung effektiv zu unterstützen oder dieses zu leiten. Sie sind sensibilisiert für die gerade in Strategieprojekten umfassend zu berücksichtigenden Interessenskonflikte und können adäquat damit umgehen, stärken aber auch Kreativität und Innovationskraft, wie sie für Strategieprojekte ebenfalls unerlässlich sind.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Um praktikable Lösungen bei der Strategieentwicklung und –umsetzung zu erarbeiten, verstehen die Studierenden auch die nachgelagerten Auswirkungen auf Aufbau- und Ablauforganisation sowie mögliche Umsetzungen in IT-Systemen. Da Strategien mehrere Funktionsbereiche eines Unternehmens tangieren, reflektieren die Studierenden die Erfolgsfaktoren und spezifischen Anforderungen dieser unterschiedlichen Bereiche und berücksichtigen dies bei der Lösungserarbeitung.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Tools für die Strategie-Beratung	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Prozess des Strategischen Managements
Einführung in das Strategische Management Tool
Methoden und Vorgehensweise zur Tool-Auswahl in der Strategischen Analyse
Übergreifende Analysen
Zielbildung/-revision: 7-S-System, EFQM-Modell, Vision, Mission und Leitbild, Geschäftsmodell, Lückenanalyse u.a. Tools
Externe Strategische Analyse: PESTEL, Stakeholder-Analyse, Porters 5-Forces, Strategische Gruppen, Profit Pools, Industriekostenkurve, Industrielebenszyklus, Schlüsselerfolgsfaktoren u.a. Tools
Interne Strategische Analyse: VRIO-Rahmen, Ressourcen-/ Fähigkeitsmatrix, Wertkette u.a. Tools
Aktuelle Entwicklungen im Bereich der Strategischen Analyse
Methoden und Vorgehensweise zur Tool-Auswahl in der Strategie-Entwicklung
Entwicklung von Unternehmensstrategien: Segmentierung, BCG-Matrix, McKinsey-Matrix, Lebenszyklus-Matrix, Restrukturierungs-Hexagon u.a. Tools Entwicklung von Geschäftsfeldstrategien:
Generische Geschäftsstrategien, Erfahrungskurven, Blue-Ocean-Modell u.a. Tools Ansoff-Matrix, Szenario-Analyse, Spieltheorie, TOWS-Matrix
Aktuelle Entwicklungen im Bereich der Strategie-Entwicklung
Methoden und Vorgehensweise zur Tool-Auswahl in der Strategie-Umsetzung
Balanced Scorecard, Six Sigma, Change Management
Kritische Reflexion der eingesetzten Tools
Fallstudie unter Nutzung des Strategischen Management Tools

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Augenstein, F.: Strategisches Management Tool, Simmozheim
Bergmann, R., Bungert, M.: Strategische Unternehmensführung, Berlin/Heidelberg
Dillerup, R., Stoi, R.: Unternehmensführung, München
Grant, R.: Contemporary Strategy Analysis, Chichester, West Sussex, United Kingdom
Hungenberg, H.: Strategisches Management in Unternehmen - Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden
Kerth, K., Asum, H., Stich, V.: Die besten Strategietools in der Praxis, München
Macharzina, Wolf: Unternehmensführung, Wiesbaden
Matzler, K., Müller, J., Mooradian, T.: Strategisches Management: Konzepte und Methoden, Wien
Paul, H., Wolny, V.: Instrumente des strategischen Managements, München
Probst, G., Wiedemann, C: Strategieleitfaden für die Praxis, Wiesbaden
Welge, M., Al-Laham, A.: Strategisches Management: Grundlagen - Prozess - Implementierung, Wiesbaden

Tools für die Organisations-Beratung (W3M11314)

Tools for Process and Management Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11314	-	1	Prof. Dr. Friedrich Augenstein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über 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 übergeordnetes Wissen um die Zusammenhänge zwischen Strategie-, Organisations- und IT-Beratung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Tools für die Organisations-Beratung	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Bezug zur Unternehmensfhrung 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
Einfhrung und Nutzung eines IT-Tools zur Prozessmodellierung
Grundsze und typische Vorgehensweisen zur Geschäftsprozess-Optimierung und zum Business Process Reengineering
Robotic Process Automation – Einsatzgebiete und Vorgehensweise zur Einfhrung
Robotic Process Automation – Einfhrung eines IT-Tools für RPA und praktische Beispiele
Organisationsformen des Prozessmanagements
Prozessorientiertes Controlling
Beratungsprozess und Beratungsmethodik- Phasenmodelle, Techniken und Ergebnistypen
Prinzipien und Vorgehensweisen zur Organisationsoptimierung
Lean Management, Reifegradmodelle, Six Sigma, Standardisierung, Outsourcing, Automatisierung und andere Methoden des Performance Improvements Phasenmodell eines betrieblichen Vernderungsprozesses: Initialisierung, Fokussierung, Grobdesign, Feindesign, Implementierung, Kontinuierliche Verbesserung, Review; ausgewhlte Techniken und Ergebnistypen
Exemplarische Vertiefung ausgewhlter Problemstellungen
Standard-Beratungsprodukte: Entwicklung und Anwendung
Kostenmanagement als Beispiel eines Standard-Beratungsproduktes
Gemeinkostenwertanalyse
Die Kostenmanagement-Toolbox - eine strukturierte EDV-gesttzte Vorgehensweise zum Kostenmanagement

PRASENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Becker, J./Kugeler, M./Rosemann, M.: Prozessmanagement, Berlin.
Best, E./Weth, M.: Geschäftsprozesse optimieren, Wiesbaden
Gaitanides, M. u.a.: Prozessmanagement, München.
Hammer/Champy: Business Process Reengineering, New York
Mohapatra, S.: Business Process Reengineering, New York
Rosenkranz, F.: Geschäftsprozesse. Modell- und computergesttzte 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: Auftragsdurchfhrung und Qualitssicherung, München/Wien Hardt, R.: Kostenmanagement, München/Wien
Stibbe, R.: Kostenmanagement, München

Grundlagen der Informationstechnik (W3M11315)

Foundations of Information Technology

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11315	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur + Programmumentwurf (Gewichtung: 50% / 50%)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die wesentlichen Prinzipien objektorientierter Programmierung und strukturierten Entwicklung von Software. Sie können die Entwicklung vom Algorithmus zum Quellcode darstellen, erläutern und analysieren. Die Studierenden können kleinere Praxisprobleme durch eigenständige Programmierung lösen. Basierend auf dem erworbenen Wissen können die Studierenden einschlägige typische Algorithmen entwickeln und gemäß den gängigen Verfahren in Quellcode abbilden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden bestimmen und klassifizieren die Methoden zur Entwicklung und Umsetzung von Software und Rechnernetzen. Die Studierenden sind befähigt die methodischen Ansätze zur Analyse oder dem Entwurf von Software und Rechnernetzen darzustellen und zu bewerten. Die Studierenden können die üblichen Fragestellungen aus der Praxis bearbeiten, in dem die passende Methodik ausgewählt und angewendet wird.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Informationstechnik	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Grundlagen der Softwareentwicklung und der Programmierung

Softwarelebenszyklus: Entwurf, Implementierung, Test, Wartung von Software
Algorithmus, Programmierentwicklungsumgebung, Übersetzung von Quellcode in ausführbaren Code, Fehlersuche
Grundaufbau von Programmen, Namenskonventionen, Notationen
Variablen, Datentypen, Operatoren, Kontrollstrukturen (Sequenz, Auswahl, Iteration), Felder, Methoden / Funktionen
Objektorientierte Konzepte der Programmierung: z.B. Klassen, Objekte, Kapselung, Vererbung, Schnittstellen, Klassenbibliotheken, APIs

Grundlagen der Rechnernetze und Kommunikationssysteme

Grundbegriffe der Datenübertragung und Nachrichtentechnik, Normen und Standards
Funknetze und Mobilkommunikation, z.B. WLAN, LTE, 5G
Netzwerkelemente, z.B. Hub, Switch, Bridge, Gateway
Netzwerktopologien
ISO/OSI-Referenzmodell
Internet-Protokolle, z.B. HTTP, FTP, SSH

Grundlagen des Software Engineering

Agile und planbasierte Vorgehensmodelle
Anforderungsanalyse (Requirements Engineering)
Objektorientierte Systemanalyse und Entwurfsverfahren (z.B. UML, Entwurfsmuster)
Methodiken und Konzepte für Softwarearchitekturen, z.B. arc42
Qualitätssicherung von Software(architekturen), z.B. Test, Verifikation, Metriken
Wartung von Software

BESONDERHEITEN

Dieses Modul ist für Studierende des Studiengangs DBM ohne praktische IT- und Programmiererfahrung verpflichtend zu belegen.
Die Kombinierte Prüfung besteht aus den Prüfungsteilen Klausur (60min) + Programmertwurf (Gewichtung: 50% / 50%).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Deck, K.-G. und Neuendorf, H.: Grundkurs Programmieren für Wirtschaftsinformatiker. Vieweg, Wiesbaden
Deininger, M. und Kessel, T. „Java: Schritt für Schritt“, UTB, München
Deininger, M. und Kessel, T. „Fit für die Prüfung: Java - Lerntafel“, UTB, München
Gumm, H-P; Sommer, M.: Einführung in die Informatik, Oldenbourg Verlag, München
Ludwig, J. und Lichter, H. „Software Engineering: Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken“, dpunkt, Heidelberg
Ratz, D., Scheffler, J., Seese, D. und Wiesenberger, J.: Grundkurs Programmieren in Java, Hanser, München
Sommerville, I. „Software Engineering“, Pearson Studium, München
Starke, G. „Effektive Softwarearchitekturen: Ein praktischer Leitfaden“, Hanser, München
Tanenbaum, A. S.: Computer Netzwerke, Pearson Studium, München

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Digital Transformation Management (W3M11316)

Digital Transformation Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11316	-	1	Prof. Dr. Sabine Korte	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die durch digitale Technologien ausgelösten Veränderungen in Unternehmen erkennen und deren Auswirkungen für die Organisation und Mitarbeiter beurteilen. Die Gestaltungsaspekte einer Transformations-Governance sind den Studierenden bekannt und die sie können insb. Transformationsstrategien entwickeln, Transformationsprojekte managen und für die digitale Transformation relevante Managementrollen (z.B. CDO, CIO) definieren. Sie sind so in der Lage notwendige Veränderungen in der Organisationsstruktur und Organisationskultur zu managen und so eine innovations- und transformationsförderliche Organisation mit entsprechenden Führungs- und Managementmethoden zu gestalten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind methodisch befähigt, Konzepte zum Management der digitalen Transformation kritisch zu reflektieren und unter Beachtung betrieblicher Gegebenheiten bedarfsbezogen zu modifizieren beziehungsweise neu zu entwickeln und umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, psychologische, soziale und ethische Aspekte im Rahmen des Transformationsmanagements zu erkennen und kritisch zu reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Wechselwirkungen zwischen digitalen Technologien und organisationalen, sozialen und psychologischen Determinanten in Organisationen, die sich bei der Interaktion mit digitalen Infrastrukturen manifestieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digital Transformation Management	42	93

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Organisationsentwicklung im Rahmen des digitalen Transformationsmanagements (Formen des organisatorischen Wandels; Klassifikation von personenbezogenen und organisationsbezogenen Widerständen; Veränderungsphasen in Organisationen; Herausforderungen von Ambidextrie und ggf. Generativity digitaler Infrastrukturen; ausgewählte Handlungsfelder der Organisationsentwicklung und des Changemanagements im Rahmen des digitalen Transformationsmanagements)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Organisationskultur als Fundament der Transformation (Wechselwirkungen von Digitaler Transformation und Organisationskultur; Innovations- und Transformationsfördernde Organisationsstruktur und -kultur; Implikationen für Führungs- und Managementebenen (Digitales Mindset, Agilität und Offenheit)

Mitarbeiterführung und Mitarbeiterentwicklung zur Verankerung der Transformation (Digital Leadership, Agiles Arbeiten, Digitale Kompetenzen, Personaldiagnostik und Persönlichkeiten im digitalen Kontext; ausgewählte personalpsychologische Aspekte im Umgang mit digitaler Infrastruktur (z.B. Technostress))

Digitale Unternehmensverantwortung (Ausgewählte ethische, soziale, gesellschaftliche Aspekte der Corporate Digital Responsibility)

BESONDERHEITEN

Das Modul eignet sich sehr gut für Wirtschaftsinformatik

VORAUSSETZUNGEN

Inhaltliche Voraussetzungen BWL-Kenntnisse auf Bachelor-Niveau.

LITERATUR

Transformations-Governance (Transformationsstrategie; Managementrollen; Management von Transformationsprojekten)
Organisationsentwicklung im Rahmen des digitalen Transformationsmanagements (Formen des organisatorischen Wandels; Klassifikation von personenbezogenen und organisationsbezogenen Widerständen; Veränderungsphasen in Organisationen; Innovations- und Transformationsfördernde Organisationsstruktur; Herausforderungen von Ambidextrie und ggf. Generativity digitaler Infrastrukturen; ausgewählte Handlungsfelder der Organisationsentwicklung und des Changemanagements im Rahmen des digitalen Transformationsmanagements)

Organisationskultur als Fundament der Transformation (Wechselwirkungen von Digitaler Transformation und Organisationskultur; Innovations- und Transformationsfördernde Organisationskultur; Implikationen für Führungs- und Managementebenen; Digitales Mindset, Agilität und Offenheit)

Mitarbeiterführung und Mitarbeiterentwicklung zur Verankerung der Transformation (Digital Leadership; Agiles Arbeiten; Digitale Kompetenzen; Personaldiagnostik und Persönlichkeiten im digitalen Kontext; ausgewählte personalpsychologische Aspekte im Umgang mit digitaler Infrastruktur, z.B. Technostress)

Finanzierung von Startups/ Scaleups und Investor Relations (W3M11401)

Financing Startups/ Scaleups and Investor Relations

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11401	-	1	Prof. Dr. Ludwig Hierl	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben vertieftes Wissen über die Identifikation des Kapitalbedarfs unter Berücksichtigung von Risiken und damit einhergehend die Finanzierung aus dem freien Innenfinanzierungsvolumen sowie mittels Eigen- und Fremdkapital von außen. Sie verfügen über vertieftes Wissen zu spezifischen Finanzierungsquellen für Startups und Scaleups und kennen die Anforderungen an Startups und Scaleups als Investitionsobjekte aus Sicht der Kapitalgeber. Sie haben zudem vertieftes Faktenwissen über die verschiedenen Finanzierungs- und Investitionsphasen im Lebenszyklus eines Startups/Scaleups. Des Weiteren sind sie routiniert in der Analyse von Profitabilitätssteigernden Optionen. Ferner haben sie spezifische Fachkompetenzen in der Analyse, Anwendung und Beurteilung von Kennzahlen zur Messung des finanziellen Erfolges. Sie verfügen über konzeptionelles Wissen zu Optimierungsstrategien der Liquidität im Unternehmen und Beschleunigung des Cash-Flows. Sie verfügen über vertieftes Faktenwissen über die spezifischen rechnungslegenden und steuerrechtlichen Anforderungen in rapide wachsenden Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die intellektuelle Fähigkeit zur Entwicklung von praktischen und spezialisierten Lösungsstrategien zur finanziellen Stabilisierung des Unternehmens mit hohem Kapitalbedarf. Sie können Informationssammlung, Wissensaufbereitung und Weiterentwicklung spezifischer Methoden im Finanzbereich des Unternehmens routiniert einsetzen, um das Investitionsrisiko einzuschätzen und zu minimieren. Sie haben darüber hinaus Erfahrungswissen im Umgang mit Finanzierungs- und Liquiditätsplanungen und können außerdem die Praktikabilität und Grenzen der Methoden zur Profitabilitätssteigerung, Ressourcensteigerung, Prozessoptimierung und Beschleunigung des Cash-Flows angemessen einschätzen und bewerten. Sie haben Kompetenzen im Bereich der Finanzmarktforschung aufgebaut und können diese im beruflichen Anwendungsfeld reflektiert und kritisch anhand von Analyse- und wirksamen Gestaltungskonzepten umsetzen. Sie haben die Fähigkeit, die finanzielle Situation des Unternehmens zu dokumentieren und die finanziellen Daten für Reportings/Audits adäquat aufzubereiten. Sie können für neue unternehmerische Aufgaben zielorientierte Finanzstrategien zur optimalen Kapitalnutzung entwickeln und weisen einen hohen Grad an konzeptionellem Denken in Bezug auf die Spezifika der Finanzierungsgestaltung und den diesbezüglichen Anforderungen in Startups und Scaleups auf.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, souverän mit Finanzinvestoren in Kommunikation zu treten und eigenverantwortlich und auf Augenhöhe Verhandlungen zu planen und durchzuführen. Sie können die Zahlungsfähigkeit durch die Überwachung und Steuerung der Zahlungsströme sicherstellen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, im Unternehmen in Gruppen komplexe Aufgabenstellungen verantwortlich zu planen und erfolgsorientiert zu leiten. Sie sind in der Lage, ihre persönlichen und finanziellen Ziele vor dem Hintergrund der strukturellen Veränderungen im Unternehmen reflektiert und selbstkritisch zu verfolgen und durchzusetzen. Zudem identifizieren sie sich nachhaltig mit der Verantwortung, die die Finanzstruktur des Unternehmens bedingt. Ferner haben sie die Fertigkeit, Zielkonflikte und Dissonanzen zu erkennen, und diese sachangemessen und nachvollziehbar zu analysieren und Lösungsoptionen zu entwickeln. Sie sind reflektiert in der eigenen Rolle als Unternehmer*in und verhalten sich kritisch und verantwortungsvoll bezüglich der „Macht des Geldes“.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über die Handlungskompetenz, als Mitglied des Führungsteams eines Startups/Scaleups an der Entwicklung eines mehrstufigen Finanzierungskonzepts mitzuwirken, und die Implikationen des Finanzierungsmodells für ihre jeweilige Funktion zu verstehen und mitzutragen. Sie können die finanziellen Bedarfe und Notwendigkeiten der von ihnen verantworteten Bereiche und Funktionen in einem Startup/Scaleup ermitteln, in das Finanzierungskonzept einbringen, und die Interdependenzen zwischen der Finanzierung und den operativen Entscheidungen zielführend balancieren.

LERNINHÄITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHÄITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzierung von Startups/ Scaleups und Investor Relations	42	93

Finance Lifecycle von Startups/Scaleups

- Projektion des Kapitalbedarfs für Venture-Projekte (insb. Abschätzung Branchen- bzw. Technologiespezifika)
- Early-Stage-Finanzierung (Seed-Phase, Startup-Phase)
- Expansion-Stages-Finanzierung (Finanzierungs- und Investitionsphasen mit mehrstufige Finanzierungsrunden)
- Later-Stages-Finanzierung (zusätzliche Finanzierungsrunden, IPO, Fusion, Verkauf)

Spezielle Anforderungen der Finanzierung von Startups/Scaleups

- Empirische Finanzmarktforschung mit den Schwerpunkten Unternehmensfinanzierung
- Kooperationsdesigns in der Beteiligungsfinanzierung
- Liquiditätsmanagement für Startups/Scaleups (absoluter/relativer Liquiditätsbegriff, Liquiditätsmessung, Cash Flow, Dynamische Liquidität, Marktliquidität, Cash Acceleration Strategy, Rapid Finance Strategy)
- Auf Skalierung angepasste Rechnungslegung (Cash Reporting, Jahresabschluss/Jahresbericht für Startups/Scaleups)
- Szenarienbasiertes Financial Modeling
- Optimierung der Kapitalstruktur im Wachstumsprozess und Management der Ergebnisvolatilität
- Aufbereitung und Dokumentation von finanziellen Daten für Reportings und Audits

Ausgewählte finanzstrategische Elemente in Wachstumsunternehmen

- Anforderungen an Finanzstrategien (u.a. neue Geschäftsfelder, Internationalisierung, IPO, Finanzstrategische Vorsorge für den Krisenfall)
- Entwicklungsprozess-Modelle für Startups/Scaleups
- Finanzierungs- und Investitionsstrukturen in Startups/Scaleups

Investor Relations in Startups/Scaleups

- Integration unterschiedlicher Kapitalgebertypen
- Shareholder-Value Ansatz und Kritik Interessen und Ziele von Unternehmenskoalitionären (Finanzierungsbeziehungen, Agency-Theorie/Costs, Anreizkompatibilität)
- Kommunikation mit Finanzpartnern

Persönliche Implikationen und Reflexion

- Identifikation individuelle finanzieller Ziele und persönliche Absicherung
- Umgang mit Verantwortung im Rahmen der spezifischen Aufgabenbereiche (z.B. Capital Executive, Financial Accountant, Business Partner, Risk Manager, Performance Officer)
- Reflexion der Rolle und der Funktion des Kapitals in der Marktwirtschaft

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Asquith, P. / Weiss, L.: Lessons in corporate finance - a case studies approach to financial tools, financial policies, and valuation, Wiley, New Jersey.

Brettel, M.: Finanzierung von Wachstumsunternehmen - Grundlagen, Finanzierungsquellen, Praxisbeispiele, Gabler, Wiesbaden.

Bürgin, P. / Pape, U.: Start-up-Finanzierung - Einfluss von Investoren auf Finanzierungsentscheidungen des Gründers, Eul Verlag, Siegburg.

Coenenberg, A.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse - Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen; HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

Collins, J.: Good to Great - Why Some Companies Make the Leap...And Others Don't, Harper Business, New York.

Diehm, J.: Controlling in Start-up-Unternehmen - Praxisbuch für junge Unternehmen und Existenzgründungen, Springer Gabler, Wiesbaden.

Hahn, C.: Finanzierung von Start-up-Unternehmen, Springer Gabler, Wiesbaden.

Horváth und Partners (Hrsg.): Beyond Budgeting umsetzen - Erfolgreich planen mit Advanced Budgeting, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Kollmann, T.: E-Entrepreneurship, Springer Gabler, Wiesbaden.

Langenbeck, J.: Kosten- und Leistungsrechnung - Grundlagen, Vollkostenrechnung, Teilkostenrechnung, Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung, Zielkostenrechnung, Kosten-Controlling, NWB, Herne.

Mensch, G.: Finanz-Controlling, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Wiesbaden.

Portisch, W.: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus, Oldenbourg Verlag, München.

Schulte, C.: Corporate Finance - Die aktuellen Konzepte und Instrumente im Finanzmanagement, Vahlen, München.

Shelters, D.: Start-Up Guide for the Technopreneur - Financial Planning, Decision Making and Negotiating from Incubation to Exit, Wiley, Singapore.

Theuermann, C.: Beyond budgeting in technologieorientierten Unternehmungen - das Hybride beyond Budgeting-Managementmodell, Verlag der Technischen Universität, Graz.

Weitnauer, W.: Handbuch Venture Capital - von der Innovation zum Börsengang, Beck Verlag, München.

Zwißler, F. / Okhan, E. / Westkämper, E.: Lean and Proactive Liquidity Management for SMEs, in: Procedia CIRP 7, 2013, 604-609.

Vertrieb und Wachstumsstrategie (W3M11402)

Sales and Growth Strategy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11402	-	1	Prof. Dr. Gregor Hopf	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen und verstehen die Spezifika verschiedener Entwicklungs-, Wachstums- und Skalierungsoptionen für Geschäftsmodelle insgesamt und insbesondere für den Vertrieb. Sie verstehen den Unterschied zwischen organischem bzw. linearem Wachstum und exponentieller Skalierung und die daraus erwachsenden Konsequenzen für den Aufbau des Vertriebs. Sie können Wachstum und Skalierung mit den angemessenen Modellen und Instrumenten der Mikroökonomik und der Organisationstheorie beschreiben und erklären. Sie verstehen die Bedeutung unterschiedlicher Indikatoren für Wachstum und können diese anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Vertriebsprozesse und -organisationen konzipieren und für die Umsetzung auf nationaler und internationaler Ebene planen. Sie können die Kostenrelation und die Effizienz von Akquiseaktivitäten messen, beurteilen, und steuern. Sie erkennen potenzielle Gefahren wie Komplexitätsfallen, unausgewogenes Wachstum oder Engpassfaktoren und können Lösungsansätze entwickeln. Sie können die Lern- und Veränderungsprozesse im Unternehmen aufgrund der Vertriebsskalierung messen, beurteilen, und mit geeigneten Methoden beeinflussen. Sie verstehen die notwendige Kongruenz von Produktion, Technologie und Finanzen für die Skalierung im Vertrieb und können diese Faktoren balancieren. Sie können Strategien zur Steigerung des Wachstums für konkrete Anwendungsfälle herleiten und deren Umsetzung operativ planen. Sie können Teams für unterschiedliche Wachstumsphasen funktional ermitteln, das Recruiting planen, und das Teambuilding konzipieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Problembewusstsein für die kritischen Phasen des Unternehmenswachstums (Komprimierung/ Beschleunigung des Wachstumsprozesses/extrem schnelle Anpassungsnotwendigkeit) und der daraus folgenden Herausforderungen für sich selbst und die Mitarbeiter*innen. Sie können ihr Kommunikations- und Führungsverhalten angemessen an die Erfordernisse der Vertriebsskalierung anpassen. Sie können eine vertriebsbezogene Führungsrolle übernehmen und diese professionell ausfüllen, sowohl im nationalen wie im internationalen Kontext.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können mögliche Wachstumspfade ihres Projekts analysieren und daraus Entscheidungsvorlagen für den Vertrieb ableiten. Sie können sich selbst reflektieren, Passung und Diskrepanzen zwischen eigenen und betrieblichen Zielen beim Scaling beurteilen, und daraus angemessene Veränderungsimpulse für beide Seiten ziehen und umsetzen. Sie entwickeln auf der Grundlage sorgfältiger Analyse anspruchsvolle Skalierungskonzepte für ihre Unternehmen und setzen diese sowohl strategisch als auch operativ um. Sie sind in der Lage, im internationalen Kontext zu denken und zu agieren. Sie begreifen den Weltmarkt als Bezugsrahmen für Skalierungsaktivitäten.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertrieb und Wachstumsstrategie	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Angewandte Methoden im hochkompetitiven Unternehmensumfeld

- Spezielle Analysemethoden (u.a. Customer Journey, Persona, Zielgruppenanalyse, Product-Market-Fit)
- Agile Methoden für Startups/Scaleups (u.a. OKR, Scrum, Kanban, Rapid Prototyping, Lean Startup)
- Entwicklung spezifischer Kennzahlen und KPIs für Marketing und Vertrieb (Northstar Metrics, Actionable Metrics)
- Führung und Kommunikation bei Skalierung sowie angepasstes Personalmanagement („Trimming“)

Besonderheiten in skalierten Wachstumsprozessen

- Qualitatives Wachstum vs. quantitatives Wachstum
- Kritische Phasen des Wachstums und Wachstumskrisen Schlüsselkompetenzen (Agilität, Anpassungsfähigkeit, Flexibilität)
- Phasenmodelle des Unternehmenswachstums
- Wertschöpfungssysteme
- Verhinderung "Sophomore Slump" sowie "2nd Valley of Death"
- Growth Hacking Process (Etablierung Growth Mindset; Verständnis des Vertriebstrichters; Rapid Experimentation; Data Analyse, Ideating, Priorisierung und Testphase)

Ausgewählte vertriebsstrategische Aspekte in Scaleups

- Strategieentwicklung Startup vs. Scaleup (insb. Blue Ocean Strategy)
- Unternehmen- und Geschäftsfeldentwicklung sowie Business Development
- Skalierung Produktion/Distribution Economies of Scale vs. Economies of Scope
- Vertriebsziele und Vertriebsstrategien für Startups/Scaleups (z.B. "Pirate Funnel" - AAARRR-Modell)

Ausgewählte marketingstrategische Aspekte in Scaleups

- Differenzierung B2B/B2C Marketing
- Growth-Marketing vs. traditionelles Marketing (Ansoff etc.); Analyse Kern-Nutzergruppe; User Experience
- Growth Hacking Marketing Process (u.a. Tests, Landing Pages, virale Kampagnen, E-Mail-Zustellbarkeit, Open Graph)
- spezielle Marketing Aspekte im Wachstumsprozess: u.a. Cross Selling, Up Selling, Vermeidung "Leaky Bucket Syndrom", Push/Pull Marketingkanäle, Hook-Modell

Reflexion

- Ökonomischer Imperativ zum Wachstum (Globalisierung, Verdrängungswettbewerb, externe und interne Treiber des Wachstums, Wachstumsgrenzen)
- Wachstum als Phänomen (Aspekte der Entscheidungstheorie, Ökonomie, Soziologie, Wirtschaftspsychologie, Organisationstheorie)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Marketing und Vertrieb (Grundlagen Vertriebsstrategie, operativer Vertrieb, Positionierung, Marketing-Mix, Marktforschung, Vertriebsprozesse, Online-Marketing, strategische Analysen, Branchenstruktur).

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

LITERATUR

- Altschuler, M.: Hacking Sales - The Ultimate Playbook and Tool Guide to Building a High Velocity Sales Machine, Wiley, New York.
- Blount, J.: Virtual Selling, Beck Verlag, München.
- Brown, M.: Hacking Growth - How Today's Fastest-Growing Companies Drive Breakout Success, Virgin Books, London.
- Frei, P.: Assessment and valuation of high growth companies, Haupt, Bern.
- Friedmann, J.: Storytelling - Einführung in Theorie und Praxis narrativer Gestaltung, UTB, Freiburg.
- Ganz, W.: Schnelles Unternehmenswachstum - Personal, Innovation, Kunden, Kohlhammer, Stuttgart.
- Glaum, M.: Wachstumsstrategien internationaler Unternehmungen - internes vs. externes Unternehmenswachstum, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Häusel, H.-G.: Buyer Personas - Wie man seine Zielgruppen erkennt und begeistert, Haufe, Freiburg.
- Homburg, C. / Schäfer, H.: Sales Excellence - Vertriebsmanagement mit System, Springer Gabler, Berlin.
- Kim, W. / Mauborgne, R. / Köster, L.: Blue Ocean Shift - Jenseits des Wettbewerbs - bewährte Schritte, die Mut erzeugen und neues Wachstum schaffen, Vahlen, München.
- Minvielle, N. / Lauquin, M. / Caruso, N. / Rieser, C.: Durchstarten - Ein Blick hinter die Kulissen des Hyperwachstums, Vahlen, München.
- Scheid, B. / Scherer, P.: Strategisches Vertriebsmanagement - B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter, Springer Gabler, Berlin.
- Seebacher, U.: B2B Marketing, Beck Verlag, München.
- Tersteige, M.: KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis - Konzepte und Instrumente zum erfolgreichen Einsatz künstlicher Intelligenz, Beck Verlag, München.
- Wildemann, H. / Adan, D.: Wachstum durch Ressourceneffizienz - Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, TCW, München.
- Zerres, C.: Handbuch Marketing-Controlling - Grundlagen, Methoden, Umsetzung, Springer Gabler, Berlin.

Entrepreneurial Leadership (W3M11403)

Entrepreneurial Leadership

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11403	-	1	Prof. Dr. Jeanine Stehlik	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die einschlägigen Konzepte zur Mikroökonomik und sind somit in der Lage, betriebswirtschaftliche Probleme auf Basis der ökonomischen Konzepte zur Unternehmensführung zu bearbeiten. Die Studierenden sind versiert in kennzahlenbasierter Unternehmenssteuerung, insbesondere für Startup-/Scaleup-Kontexte. Sie kennen des weiteren die aktuellen Ansätze der Erkenntnis- und Entscheidungstheorie und können diese auf Führungssituation anwenden. Ferner haben sie umfangreiches Wissen in der Anwendung von unterschiedlichen Führungsmethoden und Anreiz- wie Motivationstheorien. Sie haben umfassendes und detailliertes Wissen über das Kompetenzprofil einer Führungskraft im spezifischen Startup-/Scaleup-Kontext.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Situation des eigenen Unternehmens qualitativ und quantitativ erfassen, angemessen beschreiben und zielführend kommunizieren. Sie können betriebswirtschaftliche Probleme in Modellen abbilden und darauf Lösungsstrategien ableiten und umsetzen. Sie verfügen über umfängliches Methodenwissen und haben Erfahrung erworben, um das unternehmerische Umfeld und Zukunftstrends präzise zu analysieren und zielorientiert zu bewerten. Sie sind methodisch in der Lage, zukunftssichernd Wissens- und Risikomanagement im Unternehmen zu etablieren. Zudem können sie Teamentwicklungsprozesse einleiten, analysieren und als Supervision kritisch reflektiert auf Konfliktsituationen reagieren sowie gruppodynamische Effekte validieren. Sie haben besondere Kompetenzen in der Gesprächsführung im Rahmen der Führungsrolle erworben und haben umfassende Fertigkeiten in der Personalauswahl und -entwicklung. Sie beherrschen ferner den Prozess des Changemanagements in Startup-/Scaleup-Kontexten und sind reflektiert über die Veränderung der eigenen Funktion und deren Ausgestaltung im Unternehmen. Sie kennen die Instrumente des Selbstmanagements und Selbstcoachings und können diese reflektiert und souverän bei sich und anderen anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen deziidierte Methoden zum Selbstmanagement und Persönlichkeitsoptimierung und wenden diese souverän im Rahmen der eigenen Leistungssteigerung und Resilienzstärkung an. Sie kennen die eigene unternehmerische Grundmotivation und sind in der Lage aufgrund vertieftem Wissen und Reflexionsvermögen, ein eigenes Stärken-Schwächen-Profil in Bezug auf ihre Mitarbeiterführungsaugaben zu erstellen und persönliche Entwicklungsziele abzuleiten. Sie sind sich ihrer Verantwortungsrolle bewusst und wenden ethische Prinzipien im Rahmen ihrer Entscheidungsfindung an. Zudem können sie sich auf der Grundlage der eigenen Grundmotive adäquate persönliche Ziele setzen. Sie gehen in der Unternehmensführung sensibel bezüglich sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen vor, verstehen Zielkonflikte, und können diese professionell handhaben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entrepreneurial Leadership	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Spezielle Anforderungen der Unternehmensführung für Startups/Scaleups

- Purpose, Vision, Mission und Wertebasis

- Business Modelling (Business Model Innovation, Transformative Business Modelling)

- Kennzahlenbasierte Unternehmensführung (u.a. Northstar Metric, Big Hairy Audacious Goal, Balanced Scorecard, OKR)

- Aktuelle Ansätze der Erkenntnis- und Entscheidungstheorie für Management in unstabilen Umwelten

- Methoden zur strategischen und operativen Unternehmensanalyse

- Methoden der Markt- und Trendanalyse

- Ansätze des Wissensmanagements für Startups/Scaleups

- Integration des Risikomanagements in die Unternehmenssteuerung

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Ausgewählte Methoden und Ansätze der Mitarbeiterführung in Startups/Scaleups

- Führungsmethoden (u.a. Agile Führungsmethoden, Interaktionelle Führung, Empowerment, Management-by-Techniken)

- Motivationstheorien (klassische vs. moderne Ansätze)

- Kompetenzprofil-Entwicklung und -Einsatz (insb. Agilität, Flexibilität, Resilienz)

- Modelle und Verfahren der Teamentwicklung

- Personalmanagement für Startups/Scaleups

- Talent Acquisition

- Klassische und aktuelle Ansätze der Führung für Startups/Scaleups

Persönliche Implikationen der Führungsverantwortung und Reflexion

- Selbstmanagement

- Wachstum und Persönlichkeitsoptimierung

- Personal Branding für Unternehmer*innen

- Ethik und Verantwortung für Führungskräfte

- Persönliche Ausrichtung für Unternehmer*innen (Situationsanalyse, Werte, Kompetenzen, Zielmanagement)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Personalwirtschaft und Führung (Grundlagen Personalplanung, Personalverwaltung, Personalentwicklung, Führungstheorien und -ansätze, Führungssysteme, Unternehmensorganisation, Arbeitsrecht).

LITERATUR

Arteaga, R. / Hyland, J.: Pivot - How Top Entrepreneurs Adapt and Change Course to Find Ultimate Success, Wiley, Chichester.

Büter, C.: Internationale Unternehmensführung - Entscheidungsorientierte Einführung, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.

Carsrud, A.: Understanding the entrepreneurial mind - Opening the black box, Springer, New York.

Harnish, V. / Ladanyi, N.: Scaling Up - Skalieren auch Sie! Weshalb es einige Unternehmen packen... und warum andere stranden, ScaleUp Institut, München.

Hummel, T.: Unternehmensführung im internationalen Kontext - mit Fallstudien, Übungsaufgaben und Lösungen, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.

Luhmann, N.: Macht im System, Suhrkamp, Berlin.

Merath, S.: Der Weg zum erfolgreichen Unternehmer - Wie Sie und Ihr Unternehmen neue Dynamik gewinnen, Gabal, Offenbach.

Müller, H.-E.: Unternehmensführung - Strategien, Konzepte, Praxisbeispiele, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.

Kauffeld, S.: Handbuch Kompetenzentwicklung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Rosenstiel, L. / Regnet, E. / Domsch, E.: Führung von Mitarbeitern - Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Schwalbach, J.: Der ehrbare Kaufmann - Modernes Leitbild für Unternehmer?, Gabler, Wiesbaden.

Thelen, F. / Schorn, M.: 10xDNA - Das Mindset der Zukunft, Frank Thelen Media GmbH, Köln.

Wehling, D.: Der Entrepreneur und die unternehmerischen Handlungsfelder - Opportunities, Märkte und Institutionen im Fokus des dynamischen Wandels, Peter Lang, Frankfurt am Main.

Zaech, S. / Baldegger, U.: Leadership in start-ups, in: International Small Business Journal 35, 2017, 157-177.

Innovation und Disruption (W3M11404)

Innovation und Disruption

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11404	-	1	Prof. Dr. Frank Beham	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die technologischen und gesellschaftlichen Einflussfaktoren auf Innovationen und verstehen die Wertschöpfung, die aus Innovationsprozessen erfolgt. Sie haben umfassendes und spezialisiertes Wissen und Gesamtverständnis nach neuestem Kenntnisstand über Bedeutung, Voraussetzungen, Ausprägungen, Entwicklungen, Indikatoren und (Erfolgs-) Faktoren von Innovation und Disruption sowie Innovationsschutz. Sie kennen den Unterschied zwischen inkrementeller und radikaler Innovation sowie Disruption und sind in der Lage, Praxisbeispiele entsprechend einzuordnen. Darüber hinaus kennen sie die Herausforderungen, die mit Innovation verbunden sind und kennen theoretische und praktische Lösungsansätze für variierende Anforderungsumgebungen. Sie haben die Fähigkeit, Komplexitätsfallen und andere schädigende Konsequenzen eines mangelhaften Innovationsmanagements zu erkennen und inhaltlich wie zeitlich adäquat strategisch gegenzusteuern. Sie haben Problembewusstsein für die kritischen Themen im Bereich von Innovation und Disruption, die zu Veränderungen, Change-Prozessen und Turnarounds im Unternehmen führen können. Sie verstehen die Wechselwirkung zwischen Innovation und Positionierung, insb. der Veränderung von Märkten, Nutzenversprechen, Trends und Kundenverhalten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Methodik des Technology Scouting und können diese für ihren Kontext umsetzen. Sie können eigenständig Strategien hinsichtlich Innovation und Disruption herleiten und auf das eigene Projekt/Dienstleistung anwenden. Weiterhin haben sie die Kompetenz, Innovationsprozesse zu entwickeln, zu gestalten, zu managen und zu überwachen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben die Fähigkeit, sich selbst zu reflektieren und flexibel den unternehmerischen, marktbedingten und gesellschaftlichen Situationen anzupassen. Sie können ihre eigenen Rollen im Spannungsfeld von Unternehmen und Innovation sowie Disruption einordnen und eine Vorbild- und Führungsfunktion für Innovationsteams übernehmen. Zudem können sie Innovationsprojekte gegenüber Stakeholdern kommunizieren und, wenn nötig, auch verteidigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden zeigen Handlungskompetenz, in dem sie die wissenschaftlichen Kenntnisse über die Treiber der Innovation und Disruption nutzen, um im eigenen Unternehmen die kritischen Faktoren anzupassen und innovationsorientierte Veränderungsprozess anstoßen und realisieren zu können. Sie können sich in regionalen, nationalen und globalen Kontexten angemessen bewegen und Innovationsprozesse kontext- und kulturbezogen umsetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Innovation und Disruption	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Strategische Elemente von Innovation und Disruption in Startups/Scaleups

- Analyse von Innovationszyklen
- Entwicklung einer Innovationsstrategie
- Positionierung und Innovation
- Innovationsorientiertes Enterprise Ressource Planning
- Strategisches Innovationscontrolling
- Entwicklung einer innovationsorientierten Startup-Unternehmenskultur
- Komplexitätsfallen
- Regulatorischer Rahmen für Innovation (u.a. Schutzrechte, IP)
- Trendradar/Megatrends

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Innovationsprozess

- Phasenmodelle des Innovationsprozesses (u.a. Stage-Gate-Modell)
- Ansätze des Innovationsmanagements in Startups, KMUs, Konzernen
- Invention vs. Innovation Technology Adoption Life Cycle
- Agile Innovationsmethoden (u.a. Minimal Viable Product, User Journey Mapping)

Ausgewählte Methoden und Ansätze für Innovation in Wachstumsunternehmen

- Design Thinking
- Innovation Coaching
- Minimum Viable Product
- Business Model Generation
- Value Proposition
- Technology Souting
- Prototyping

Spezielle Themenfelder innovativer/disruptiver Unternehmen

- Besonderheiten der Vermarktung von Innovationen („Crossing the Chasm“)
- Inkrementelle vs. Radikale Innovation
- Innovation at the bottom of the pyramid
- Evolution vs. Disruption

Persönliche Implikationen und Reflexion im innovativen Unternehmensumfeld

- Schumpeter'sches Rollenverständnis von Entrepreneurship
- Innovator's Dilemma
- Disciplined Entrepreneurship
- Imperativ der „Creativity and Mindfulness“

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Innovation, Kreation, Wachstum (Grundlagen Innovation, Umfeldanalyse, Kreativitätstechniken, Geschäftsmodellentwicklung, Business Planning, Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten, IP-Rechte).

LITERATUR

- Ankersen, C./ Pal Singh Sidhu, W.: The Future of Global Affairs - Managing discontinuity, disruption and destruction, Palgrave, Cham.
- Brown, T.: Change by Design, Harper Business, New York.
- Christensen, C.: The Innovators Dilemma. in: The Journal of Product Innovation Management 15, 1998, 95-97.
- Christensen, C. / Raynor, M.: The Innovator's Solution - Warum manche Unternehmen erfolgreicher wachsen als andere, Verlag Franz Vahlen, München.
- Disselkamp, M.: Innovationsmanagement - Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen, Gabler, Wiesbaden.
- Freitag, P.: Digital Disruption - Conceptualization, Strategy, and Transformation, Apprimus, Aachen.
- Gans, J.: The Disruption Dilemma, MIT Press, Cambridge.
- Gassmann, O./ Frankenberger, K.: The Business Model Navigator, FT Press, New Jersey.
- Grichnik, D.: Entrepreneurship - Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen, Schäffer-Poeschl, Stuttgart.
- Molthagen-Schnöring, S.: Grenzen in Zeiten technologischer und sozialer Disruption, Berliner Wissenschaftsverlag, Berlin.
- Moore, G.: Crossing the Chasm, Harper Business, New York.
- Osterwalder, A./ Pigneur, Y.: Business Model Generation, Campus Verlag, Frankfurt.
- Osterwalder, A./ Pigneur, Y.: Value Proposition Design, Campus Verlag, Frankfurt.
- Parker, G./ Van Alstyne, M.: Platform Revolution, Norton und Company, New York.
- Reinhardt, K.: Organisationen zwischen Disruption und Kontinuität - Analysen und Erfolgsmodelle zur Verbesserung der Erneuerungsfähigkeit von Organisationen durch Kompetenzmanagement, Rainer Hampp Verlag, Mering.
- Snihur, Y. / Thomas, L. / Burgelman, R.: An Ecosystem-Level Process Model of Business Model Disruption - The Disruptor's Gambit, in: Journal of management studies 55, 2018, 1278-1316.
- Völker, R. / Friesenhahn, A.: Innovationsmanagement 4.0 - Grundlagen - Einsatzfelder - Entwicklungstrends, Kohlhammer, Stuttgart.

Organisationsdesign und Stakeholder Relations (W3M11405)

Organizational Design and Stakeholder Relations

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11405	-	1	Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf neuestem Erkenntnisstand zur Organisationstheorie für Startups/Scaleups. Sie verstehen die Relevanz eines professionellen Stakeholder Managements für Startups/Scaleups. Sie haben vertieftes Verständnis über Funktion und Wirkungsweise von Werten und Prinzipien eines Unternehmens im Kontext einer gelebten Unternehmensethik. Sie haben vertieftes Verständnis für die Implikationen der Macht eines Unternehmens und des Unternehmers, sowie die daraus erwachsende Verantwortung. Zudem haben sie Erfahrungswissen im Umgang mit dem Zielkomplex unternehmerischer Ethik, insbesondere für die Wichtigkeit ethischen Verhaltens im Rahmen der Außenwirkung einer Organisation.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben spezialisierte konzeptionelle Fertigkeiten, um die Organisationsstruktur und das Organisationsdesign eines Startups/Scaleups zielorientiert zu planen und umzusetzen. Zudem sind sie routiniert in der Anwendung von unterschiedlichen Lösungsstrategien im Rahmen der strategisch ausgerichteten internen und externen Kommunikation zu Stakeholdern. Sie können die Methoden der Organisationsgestaltung für Startups/Scaleups beurteilen und einsetzen. Sie können relevante Arbeitsmethoden zur Informationssammlung und Weiterentwicklung von Methoden nutzen, um Stakeholder Relations strategisch zu planen und zielorientiert zu realisieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität im Umgang mit ethischen Unternehmensfragen auf und können die Herausforderungen komplexer neuer Situationen zielorientiert lösen. Sie können eigenständig und verantwortungsvoll Unternehmensziele und Unternehmenswerte entwickeln, diesbezügliche Aufgaben ableiten und daraus erfolgreich Strategien entwickeln. Sie sind in der Lage, durch Kreativität Weiterentwicklungen innerhalb der Organisation voranzutreiben. Darüber hinaus sind sie in der Lage, berufsethische Verantwortung in ihrer Rolle als Unternehmer*in zu übernehmen und reflektiert auf soziale, gesellschaftliche und ökologische Implikationen und Herausforderungen aus dem unternehmerischen Umfeld einzugehen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden zeigen Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über spezifische Theorien, Vorgehensweisen und Methoden nutzen, um die Organisation eines Startups/Scaleups schnell und agil weiterentwickeln. Sie können das Unternehmen und seine Aktivitäten mit ethischen Grundsätzen durchwirken und diese authentisch wie glaubwürdig nach innen wie nach außen in Realisation bringen. Sie beobachten sich selbst im Kontext der Unternehmensprinzipien und einschlägigen Theorien kritisch und streben stets nach Optimierungen und Weiterentwicklungen zum Nutzen des Unternehmens und seines Wirkkreises bezüglicher der Stakeholder.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Organisationsdesign und Stakeholder Relations	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- Ansätze und Methoden im Rahmen des Organisationsdesigns von Wachstumsunternehmen
- Spezielle Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik
 - Aktuelle, insb. agile Methoden zur Entwicklung des Organisationsdesigns
 - Methoden zur Entwicklung der Unternehmenskultur auf ethischen Grundsätzen und Werten
 - Gestaltung der Corporate Identity und der öffentlichen Persona
 - Modelle zur Konzeption von Macht in und von Organisationen
 - Außenwirkung ethischen Verhaltens

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Ausgewählte Schwerpunkte der Stakeholder Relations von Startups/Scaleups

- Aktuelle Ansätze des Stakeholder Managements
- Stakeholder-Analyse und Stakeholder Engagement
- Methoden der Stakeholder-Kommunikation für Startups/Scaleups
- Erfolgsmessung der internen und externen Kommunikation, KPIs und Frühwarnradar
- Nutzen ethischer Unternehmensführung („Licence to Operate“, Authentizität und Glaubwürdigkeit, Reputation als Leitwährung)
- Corporate Social Responsibility
- Corporate Political Responsibility
- Strategische Philanthropie für Startups/Scaleups sowie Kombination mit Storytelling-Ansätzen
- Rollenmodelle für Unternehmer*innen, Konzeption von Rolle, Funktion und Verantwortung

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsleistung besteht aus einer Seminararbeit mit Vortrag (Präsentation), die beide in englischer Sprache zu erbringen sind.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagenwissen Organisation und Wachstum (Grundlagen Unternehmensorganisation, Wachstumstrategien, Vermögensmanagement, Unternehmenswert, Unternehmenstransaktionen).

LITERATUR

- Barney, J. / Harrison, J.: Stakeholder Theory at the Crossroads, in: Business & society 59, 2020, 203-212.
- Beschorner, T. / Brink, A. (Hrsg.): Stakeholdermanagement und Ethik, Nomos, Baden-Baden.
- Bohnen, J.: Corporate Political Responsibility (CPR) - Wie Unternehmen die Demokratie und damit sich selbst stärken, Springer Gabler, Berlin.
- Ferrell, L. / Ferrell, O.: Unternehmensethik - Nachhaltigkeit. Vertrauen. Werte. Transparenz. Umwelt, Gabal, Offenbach.
- Freeman, R. / Moutchnik, A.: Stakeholder management and CSR - Questions and answers, Springer, New York.
- Gairing, F.: Organisationsentwicklung - Geschichte, Konzepte, Praxis, Kohlhammer, Stuttgart.
- Göbel, E.: Unternehmensethik, UVK Verlag, München.
- Jones, G. / Bouncken, R.: Organisation - Theorie, Design und Wandel, Pearson Studium, München.
- Luhmann, N.: Funktionen und Folgen formaler Organisation - Mit einem Epilog, Duncker & Humblot, Berlin.
- Marek, D.: Organisationsdesign - Ein Vorgehensmodell für Unternehmen in der neuen Arbeitswelt, Springer, Berlin.
- Martin, A. (Hrsg.): Organizational Behaviour/Verhalten in Organisationen, Kohlhammer, Stuttgart.
- Morgan, G.: Bilder einer Organisation, Klett-Cotta, Stuttgart.
- Nagel, R.: Organisationsdesign - Modelle und Methoden für Berater und Entscheider, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Rolke, L.: Der Stakeholder-Kompass der Unternehmenskommunikation, Finanzbuch Verlag, Frankfurt am Main.
- Sachs, S. / Rühli, E.: Stakeholders Matter - A New Paradigm for Strategy in Society, Cambridge University Press, Cambridge.
- Scherer, A.: Unternehmensethik und Corporate Social Responsibility - Herausforderungen an die Betriebswirtschaftslehre, Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf.
- Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, Vahlen, München.
- Vahs, D.: Organisation, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Van Aaken, D. / Schreck, P.: Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Suhrkamp, Berlin.

Corporate Entrepreneurship und Intrapreneurship (W3M11406)

Corporate Entrepreneurship and Intrapreneurship

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11406	-	1	Prof. Dr. Maren Müller	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassendes und spezialisiertes Wissen und Gesamtverständnis nach neuestem Kenntnisstand über Voraussetzungen, Ausprägungen, Konzepte, Erfolgsfaktoren und Herausforderungen des Unternehmertums in bestehenden Organisationen. Weiterhin sind sie in der Lage, verschiedene Formen von Intrapreneurship-Strukturen (Inkubatoren, Akzeleratoren, Company Builder etc.) zu unterscheiden und kennen die Unterschiede zwischen Entrepreneurship und Management sowie das Phänomen der Effectuation. Sie kennen das Phänomen und die Herausforderungen der organisationalen Ambidextrie und deren Relevanz in bestehenden Organisationen. Außerdem haben sie fundierte Kenntnisse über Möglichkeiten des Portfolio Managements und des Corporate Venturings. Darüber hinaus kennen sie die Wichtigkeit von internen und externen Stakeholdern sowie Partnern bei herausfordernden Innovationsprozessen in bestehenden Organisationen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Entwicklungen und Trends im Innovationsbereich vor dem Hintergrund einer bereits existierenden Wertschöpfung analysieren, auswerten und in entsprechende Handlungsempfehlungen ableiten. Sie verstehen den herausfordernden Lern- und Veränderungsprozess im Unternehmen während der Umsetzung von Innovationsprojekten, die nicht unbedingt mit dem Kerngeschäft der Organisation in Verbindung stehen. Sie haben die Fähigkeit, Komplexitätsfallen und andere schädigende Konsequenzen einer fehlenden Innovationsfähigkeit in bestehenden Unternehmen zu erkennen und inhaltlich wie zeitlich adäquat strategisch gegenzusteuern und verschiedene Lösungsansätze einzubringen. Sie können eigenständig Strategien zur Steigerung der unternehmerischen Aktivität in bestehenden Organisationen herleiten und in Projekten anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben besondere Kenntnis und Fertigkeiten für die Innovationsfähigkeit von bestehenden Organisationen und deren kontinuierliche Relevanz im Spannungsfeld der Ambidextrie. Weiterhin haben sie Problembewusstsein für die herausfordernde Umsetzung und Kommunikation von Innovationsprojekten in bestehenden Organisationen und können selbst erfolgreich kommunizieren. Sie sind in der Lage, einem Team entsprechendes Problembewusstsein und Mindset zu vermitteln und entsprechende Projekte eigenständig durchzuführen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden zeigen Handlungskompetenz, in dem sie die wissenschaftlichen Kenntnisse und praktischen Herausforderungen sowie Trends und Risiken von Innovationen in bestehenden Organisationen kennen und kommunizieren, um im eigenen Unternehmen diese Notwendigkeit strategisch zu platzieren und entsprechende Projekte zu realisieren. Sie haben die Fähigkeit, sich selbst zu reflektieren, sich flexibel den herausfordernden unternehmerischen Situationen anzupassen, aber auch Grenzen rechtzeitig zu erkennen und die Konsequenzen abzuleiten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Corporate Entrepreneurship und Intrapreneurship	42	93

Besonderheiten und Schwerpunkte der Operationalisierung von Intrapreneurship in Startups/Scaleups

- Ambidextrie als Phänomen und Herausforderung
- Innovator's Dilemma für Intrapreneurship-Projekte
- Portfolio-Management von Innovationen, Geschäftsmodellen und Startups/Scaleups
- Einbindung und Aktivierung interner und externer Innovations-Stakeholder
- Lern- und Change-Prozesse in unterschiedlichen Organisationsformen
- Komplexitätsfallen in Startups/Scaleups und in Konzernen
- Innovationskommunikation innerhalb komplexer Organisationen

Ausgewählte strategische Elemente des Corporate Entrepreneurships und Intrapreneurships

- Spezifische Methoden, Modelle und Varianten des Intrapreneurships
- Organisationsformen des Intrapreneurships (u.a. Inkubator-Modelle, Akzeleratoren, Company Builder)
- aktuelle Ansätze des Business Developments
- Effectuation als Leitprinzip
- Ziele und Formen des Corporate Venturings
- Ansätze der Zukunfts-, Entwicklungs- und Trendanalyse für Startups/Scaleups
- Entwicklung einer Innovationskultur und Critical Incident Management

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

- 1) Allgemeine wirtschaftliche Kenntnisse entsprechend einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor oder äquivalenter Nachweis.
- 2) Möglichkeit zur Gestaltung der Prüfungsleistung als Transferarbeit im eigenen Arbeits- bzw. beruflichen Umfeld.

LITERATUR

- Bitzer, M.: Intrapreneurship - Unternehmertum in der Unternehmung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Blarr, H.: Organizational Ambidexterity, Gabler, Wiesbaden.
- Burns, P.: Corporate entrepreneurship - Building an Entrepreneurial Organisation, Palgrave Macmillan, New York.
- Christensen, C.: The Innovators Dilemma, in: The Journal of Product Innovation Management 15, 1998, 95-97.
- Draeger-Ernst, A.: Vitalisierendes Intrapreneurship - Gestaltungskonzept und Fallstudie, Rainer Hampp Verlag, Mering.
- Engelen, A. / Engelen, M. / Bachmann, J.T.: Corporate Entrepreneurship - Unternehmerisches Management in etablierten Unternehmen, Gabler, Wiesbaden.
- Frank, H.: Corporate Entrepreneurship, Facultas, Wien.
- Kraus, S.: Entrepreneurship Fallstudien - Unternehmensgründung, Intrapreneurship und Innovationsmanagement, Springer, Wien.
- Kuckertz, A.: Management - Corporate Entrepreneurship, Gabler, Wiesbaden.
- Reiter, T.: Revolution dank Innovation - Mit Corporate Entrepreneurship zurück an die Spitze!, Campus Verlag, Frankfurt am Main.
- Sarasvathy, S. D.: Effectuation - Elements of Entrepreneurial Expertise, Edwar Elger Publishing, Cheltenham.
- Taylor, B.: Corporate Governance And Entrepreneurship, Emerald Publishing Limited, Bradford.
- Tübke, A.: Success factors of corporate spin-offs, Kluwer, Boston.
- Tuominen, K. / Ahola, T. / Malmberg, L.: Intrapreneurship - Excellence Criteria, Benchmarking, Turku.
- Zinke, G. / Ferdinand, J. / Groß, W. / Möring, J. / Nögel, L. / Petzolt, S. / Richter, S. / Robeck, M. S. / Wessels, J.: Trends in der Unterstützungslandschaft von Start-ups – Inkubatoren, Akzeleratoren und andere, Institut für Innovation und Technik, Berlin.

Family Business (W3M11407)

Family Business

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11407	-	1	Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassendes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand über die Definition, die Konzeptionen, den Aufbau und besondere Charakteristika in verschiedenen Entwicklungsstufen von Familienunternehmen und kennen die Abgrenzung vom Mittelstandsbegriff. Sie haben zudem vertieftes, strategisches Wissen über die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten von Familienunternehmen. Sie haben dezidierte Fachkompetenzen im Bereich des Managements von Familienunternehmen und dessen besondere Implikationen, sowie auch des Managements von Unternehmerfamilien. Sie sind routiniert in der Anwendung von unterschiedlichen Lösungsstrategien in typischen Krisenfällen und kennen das Konfliktpotential und Paradoxien in Familienunternehmen. Schließlich haben sie vertieftes Faktenwissen im Rahmen der Nachfolgeregelungen und Übergabeprozessen.

METHODENKOMPETENZ

Sie sind in der Lage, die Positionierung des Familienunternehmens am Markt zu analysieren, insbesondere innerhalb des einschlägigen Branchen- bzw. Technologie-Lebenszyklus und können Zukunftsähigkeit und Innovationsbedarfe eigenständig ableiten. Sie sind ebenso in der Lage, in der Unternehmensführung die strategische Planung, Weiterentwicklungen und Innovationen selbstständig und voller Verantwortung konzeptionell zu entwerfen. Sie haben die Kompetenzen zur übergreifenden Planung einer Nachfolgeregelung, inklusive der Auswahl von geeigneten Beratern und Unterstützern sowie in der Identifikation von Zielkonflikten und Krisenpotential. Sie haben Erfahrungswissen im Rahmen der systematischen Entwicklung von Innovationsansätzen unter Berücksichtigung vorhandener Strukturen und der spezifischen Unternehmenskultur.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind durch einen hohen Grad an Selbstmanagement in der Lage, Prioritäten zu setzen und ihre Aufgaben innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmen zu erledigen. Sie identifizieren sich darüber hinaus nicht nur mit den Aufgaben im Familienunternehmen, sondern sind zudem reflektiert über ihre eigene Rolle innerhalb dessen. Sie weisen einen hohen Grad an Reflexivität im Rahmen ihrer Stellung im Familienunternehmen auf und können mit Veränderungen, insbesondere während des Nachfolge- bzw. Übergabeprozesses, umgehen und diese mitsteuern. Ihr Handeln ist partizipativ, reflektiert, respektvoll und sensibel in Bezug auf die unterschiedlichen Generationen, Altersstufen und Bedürfnisse der anderen Personen und Gesellschafter innerhalb des Familienunternehmens. Sie sind in der Lage, sich selbst in der Rolle als Nachfolger*in zu reflektieren und im Gesamtsystem zu positionieren und des weiteren gelungen den Abgleich mit den eigenen Lebenszielen vorzunehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben Verständnis bezüglich der immanenten Innovations-, Wachstums und Veränderungsprozesse innerhalb von Familienunternehmen, insbesondere für die Herausforderungen in Nachfolgeprozessen. Sie zeigen Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über spezifische Vorgehensweisen und Methoden nutzen, um im Rahmen der Führung und Entwicklung des Familienunternehmens in die nächste Generation angemessen, authentisch und erfolgreich zu agieren. Sie sind reflektiert in ihren Aufgaben im Familienunternehmen vor wissenschaftlichem Hintergrund, haben Weitblick und zeigen Verantwortung in ihrer Stellung im Unternehmen, insbesondere im Kontext zu gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Implikationen im Rahmen der unternehmerischen Weiterentwicklung und Innovation.

LERNEINHEITEN UND INHALTE		PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
LEHR- UND LERNEINHEITEN			
Family Business		42	93
Spezifika in Nachfolgesituationen			
- Psychologische Aspekte einer Unternehmensnachfolge			
- Entwicklung eines integrierten Nachfolgekonzepts (persönlich, fachlich, finanziell, organisatorisch, kommunikativ)			
- Familieninterne vs. -externe Nachfolgeoptionen			
- Externe Varianten (Management Buyout, Employee Buyout, Management Buyin, Gründung Kapitalgesellschaft, Stiftung)			
- Erbfolge-Varianten (Testament, Verkauf, Schenkung, Übertragung gegen wiederkehrende Leistung, Verpachtung)			
- Lebenszyklusmodelle, Krisen und Mortalität von Unternehmen			
Ausgewählte Aspekte der strategischen und operativen Führung von Familienunternehmen			
- Definition und Konzeption von Familienunternehmen sowie Abgrenzung vom Mittelstandsbegriff			
- Bedeutung von Familienunternehmen in Deutschland und international			
- Drei-Kreis-Modell und andere Konzeptionsansätze			
- Varianten und Entwicklungsmuster von Mehrgenerationen-Familienunternehmen			
- Theorieansätze zur Erklärung der Besonderheiten von Familienunternehmen (Agency-Theorie, Stewardship-Theorie, SocioemotionalWealth)			
- Definitions- und Theorieansätze für privatplatziertes Fremdkapital			
- Finanzierungstheorien und Anwendbarkeit auf Familienunternehmen (Neoklassische Finanzierungstheorien, Irrelevanztheorem nach Modigliani/Miller, Statische Trade-Off-Theorie)			
Management von Paradoxien in Familienunternehmen			
- Atmosphärisches Management (rational, emotionaler, narrativer, appellativer Raum)			
- Konflikte in Familienunternehmen (typische Anlässe, Konfliktpartner, sanierungs- und krisentypische Konfliktkreise, familieninduzierte Konflikte als krisenauslösendes, krisenbeschleunigendes bzw. konfliktescalierendes Moment)			
BESONDERHEITEN			
-			
VORAUSSETZUNGEN			
1) Allgemeine wirtschaftliche Kenntnisse entsprechend einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor oder äquivalenter Nachweis.			
2) Möglichkeit zur Gestaltung der Prüfungsleistung als Transferarbeit im eigenen Arbeits- bzw. beruflichen Umfeld.			
LITERATUR			
Achleitner, A. K.: Die Kapitalmarktfähigkeit von Familienunternehmen - Unternehmensfinanzierung über Schulschein, Anleihe und Börsengang, Stiftung Familienunternehmen, München.			
Berthold, F.: Familienunternehmen im Spannungsfeld zwischen Wachstum und Finanzierung, Eul, Lohmar.			
De Massis, A. / Audretsch, D. / Uhlaner, L. / Kammerlander, N.: Innovation with Limited Resources - Management Lessons from the German Mittelstand, in: The Journal of Product Innovation Management 35, 2018, 125-146.			
Felden, B./ Hack, A.: Management von Familienunternehmen - Besonderheiten, Handlungsfelder, Instrumente, Springer Gabler, Berlin.			
Filsler, M. / De Massis, A. / Gast, J. / Kraus, S. / Niemand, T.: Tracing the Roots of Innovativeness in Family SMEs - The Effect of Family Functionality and Socioemotional Wealth, in: The Journal of Product Innovation Management 35, 2018, 609-628.			
Fischer, N.: Die Gewinnverteilung von Familienunternehmen - Anforderungen und Lösungsansätze aus Sicht der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, Nomos, Baden-Baden.			
Halter, F.: Familienunternehmen im Nachfolgeprozess - Die Emotionen des Unternehmers, Eul, Lohmar.			
Kluth, O.: Nachfolge im Familienunternehmen - Besonderheiten und Herausforderungen, Bedey Media GmbH, Hamburg.			
Meyer, A.: Unternehmerfamilie und Familienunternehmen erfolgreich führen - Unternehmertum fördern, Führungskultur entwickeln, Konflikte konstruktiv lösen, Gabler, Wiesbaden.			
Müller, V.: Nachfolgertypen und Rollenkonflikte im Nachfolgeprozess von Familienunternehmen, Rainer Hampp Verlag, Mering.			
Natmeßnig, C. / Schmid-Schmidtsfelden, V.: Familienunternehmen - Ökonomie, Geschichte, Werte, Manz, Wien.			
Rossaro, F.: Zu den Beständigkeitsmerkmalen von Familienunternehmen - Eine Analyse aus soziologischer und mikrotheoretischer Sicht, Duncker und Hublot, Berlin.			
Rüsén, T. / von Schlippe, A.: Dynamiken in Familie und Unternehmen, V und R unipress, Göttingen.			
Schröder, M.: Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Familienunternehmen, Nomos, Baden-Baden.			
von Schlippe, A.: Familienunternehmen verstehen - Gründer, Gesellschafter und Generationen, Vandenhoeck und Ruprecht, Göttingen.			
Witt, P. / Hack, A.: Management von Familienunternehmen, Gabler, Wiesbaden.			

Social Entrepreneurship und CSR (W3M11408)

Social Entrepreneurship and CSR

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11408	-	1	Prof. Dr. Jeanine Stehlik	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben die intellektuelle Fähigkeit aktuelle, regional oder global relevante gesellschaftliche Problemfelder zu erkennen. Sie haben vertieftes Faktenwissen über die Ausgestaltung von Sozialunternehmen und kennen deren Abgrenzung zu klassischen Wirtschaftsunternehmen mit CSR-Aktivitäten. Sie haben des weiteren konzeptionelle Kenntnisse und routinierte Fertigkeiten in Bezug auf besondere Organisationsstrukturen und Rechtsformen, Ziel- und Strategieformulierung, Marktpositionierung und Kooperationen, erweiterte Finanzierungsarten und Audits von Sozialunternehmen. Sie sind zudem in der Lage, verschiedene Abhängigkeiten und miteinhergehende erhebliche strategische/operative Probleme und Konsequenzen je nach Finanzierungsmodell zu erkennen und zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können für erkannte Problemfelder eine unternehmerische Lösungsstrategie mit Gemeinwohlorientierung entwickeln. Sie sind routiniert in der adäquaten Auswahl, Anwendung, Reflexion und Weiterentwicklung spezifischer Methoden zur innovativen Geschäftsmodellentwicklung im sozialen Sektor. Zudem sind sie in der Lage Sozialunternehmen oder CSR-Projekte zu planen und zu realisieren. Darüber hinaus können sie ein Sozialprojekt/-Unternehmen wissenschaftlich fundiert konsolidieren bzw. skalieren. Sie haben Kompetenz bezüglich der Auswahl und des Einsatzes des adäquaten Finanzierungsmodells und können mit den jeweiligen Implikationen und Konsequenzen nachhaltig umgehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Adoptionsfähigkeit, Reflexion, Kreativität und Resilienz auf. Sie können mit dem Phänomen der Komplexität umgehen und komplexe Sachverhalte analysieren und bewerten. Des weiteren haben sie die Fähigkeit, flexibel und konstruktiv auf starke Veränderungen zu reagieren. Sie verfügen über eine glaubwürdige Haltung zum Zweck des Sozialunternehmens/- Projekt sowie verfügen sie über ein hohes Maß an Kritikfähigkeit, Selbstmanagement, Ausdauer und Belastungsfähigkeit. Sie zeigen partizipatives, kultursensibles und tolerantes Handeln in multinationalen Kontexten, insbesondere Teamarbeiten und Kooperationsprojekten. Zudem sind sie in sehr hohem Maß sensibilisiert auf soziale, gesellschaftliche und ökologische Implikationen der Umwelt und folgen glaubwürdig einem ethischen grundlegenden Wertesystem.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben das Faktenwissen und die Fähigkeit zum Aufbau und Weiterentwicklung von innovativen Geschäftsmodellen mit metaökonomischen Oberzielen, die primär zu nachhaltigen Lösungen von aktuellen Herausforderungen aus den Bereichen Bildung, Gesellschaft & Politik, Klima & Umwelt, Kultur oder Gesundheit beitragen. Sie sind erfolgreich in der Lage, neue gemeinwohlorientierte Denk- und Lösungsansätze nachhaltig mit unternehmerischen Werten im Rahmen der Corporate Social Responsibility zu verleben.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Social Entrepreneurship und CSR	42	93

Besondere operative Aspekte des Social Entrepreneurships und CSR

- Nutzen und Instrumentalisierung der Corporate Social Responsibility und Corporate Political Responsibility

- Umgang Kapitalgeber und Finanzierungsmodelle für Social Startups

- Besonderheiten der Kapitalakquise

- Methoden des Storytelling und Out-of-the-Box-Thinkings

- Messung und Kommunikation des Social Impacts

- Stakeholdermanagement für Social Startups/Scaleups

- Umgang mit Machtpromotoren

Ausgewählte strategische Elemente im Social Entrepreneurship und CSR

- Methoden zur Geschäftsmodellentwicklung mit Schwerpunkt Gemeinwohlorientierung

- Gemeinwohlorientierte Strategieentwicklung

- Ansätze und Prinzipien der Venture Philanthropie

- Auswahl und Entwicklung von Gesellschaftsformen und Organisationsstrukturen für Social Startups/Scaleups

- Entwicklung von Problemerkenntnis, Problemakzeptanz und Paradigmenwechsel im Rahmen des Social Business Modeling

- Spezifika von Sozialunternehmen als Ausprägung von Startups/Scaleups

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

1) Allgemeine wirtschaftliche Kenntnisse entsprechend einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor oder äquivalenter Nachweis.

2) Möglichkeit zur Gestaltung der Prüfungsleistung als Transferarbeit im eigenen Arbeits- bzw. beruflichen Umfeld.

LITERATUR

Amaeshi, K. / Nnodim, P. / Osuji, O.: Corporate Social Responsibility, Entrepreneurship, and Innovation, Routledge, New York

Brinkmann, V.: Sozialunternehmertum, Schneider, Baltmannsweiler.

Eschenbach, R. / Baumüller, J.: Management der Nonprofit-Organisation - Bewährte Instrumente im praktischen Einsatz, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Grunwald, K. / Langer, A.: Sozialwirtschaft - Handbuch für Wissenschaft und Praxis, Nomos, Wiesbaden.

Hemingway, C.: Corporate Social Entrepreneurship - Integrity within, Cambridge University Press, Cambridge

Hu, X. / Marlow, S. / Zimmermann, A. / Martin, L. /Frank, R.: Understanding Opportunities in Social Entrepreneurship - A Critical Realist Abstraction, in: Entrepreneurship Theory and Practice 44, 2020, 1032-1056.

Korber, M.: Innenwelten und Außenwelten von Social Entrepreneurs, Facultas, Wien.

Lautermann, C.: Verantwortung unternehmen! - Die Realisierung kultureller Visionen durch gesellschaftsorientiertes Unternehmertum - eine konstruktive Kritik der "Social Entrepreneurship"-Debatte, Metropolis, Marburg.

Leppert, T.: Social Entrepreneurship in Deutschland - Einflussfaktoren auf den Gründungsprozess von Social Entrepreneurs, Kovac, Hamburg.

Schaper, M.: Making ecopreneurs - Developing Sustainable Entrepreneurship, Routledge, London.

Schmidt, P.: CSR im Zeichen der Employer Brand - Einfluss und Eignung des Konzeptes der Corporate Social Responsibility für das Employer Branding in der stakeholderspezifischen Markenführung, Peter Lang, Frankfurt am Main.

Schober, C.: Praxishandbuch Social Return on Investment - Wirkung sozialer Investitionen messen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Schwingenstein, M.: Der „Sozialunternehmer“ - Kulturwissenschaftliche Analyse einer Leitfigur postmaterieller Ökonomie, Utz, München.

Sprinkart, K. / Gottwald, F. / Sailer, K.: Fair Business - Wie Social Entrepreneurs die Zukunft gestalten, Walhalla Fachverlag, Regensburg.

Stoll, B. / Herrmann, H.: Corporate Social Responsibility - Impulse aus der und für die Profit- und Sozialwirtschaft, Verlag Barbara Budrich, Opladen.

Wunder, T.: CSR und strategisches Management - Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb gewinnt, Springer Gabler, Berlin.

Unternehmerische Haltung, Skills und Methoden (W3M11491)

Entrepreneurial Mindset, Skills and Methods

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11491	-	1	Prof. Dr. Jeanine Stehlik	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der unternehmerischen Profession vor dem Hintergrund des deutschen und internationalen Gründungsgeschehens. Sie verstehen den Zusammenhang von wirtschaftlichen, technologischen und sozialen Zyklen mit unternehmerischer Strategieentwicklung, Positionierung und Marktwahl. Sie verstehen das spezifische Zielsystem für Eigentümer-Unternehmer (Unternehmer-Pyramide) und die Interdependenz zwischen Unternehmer und Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können Zyklen analysieren und daraus die Implikationen für Geschäftsmöglichkeiten ableiten. Sie können einen Markt mittels strategischer Geschäftsfeldsegmentierung analysieren und daraus Positionierungsoptionen ableiten. Sie können eine SWOT-Analyse für ein existierendes oder geplantes Unternehmen durchführen, Normstrategien ableiten, und deren Chancen anhand einer Kernkompetenz-Analyse strukturiert prüfen. Sie können mit den Standardmodellen strategischer Planung umgehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen ihre Rolle als Innovator und Führungskraft in unternehmerischen Kontexten und können diese nachhaltig wahrnehmen. Sie kennen das relevante Netzwerk für unternehmerische Aktivitäten und können Gesprächs- und Geschäftspartner zielführend aussuchen, kontaktieren und überzeugen. Sie können im Rahmen von Eignungsdiagnostik-Modellen ihre eigene Eignung für Gründungsaufgaben und -projekte kritisch reflektieren und einschätzen. Sie kennen die ethischen Implikationen unternehmerischen Handelns und übernehmen Verantwortung für sich selbst, das Unternehmen, und die relevanten Stakeholder.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können technologische und soziale Innovationszyklen beobachten, analysieren und nutzen, um daraus neue, erfolgversprechende Marktchancen und Geschäftsmodelle abzuleiten. Sie können neue Venture-Projekte für die Seed- und Startup-Phasen planen und zu nachhaltig erfolgreichen Wachstumsmodellen weiterentwickeln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmerische Haltung, Skills und Methoden	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- Ausgewählte Methoden und aktuelle Ansätze der Entrepreneurshipforschung
- Zyklen auf unterschiedlichen Iterationsebenen (Produkte, Märkte, Branchen, Technologien, Basistechnologien, Gesellschaften)
 - Entwicklungs- und Phasenmodelle für Unternehmen und für Unternehmer*innen
 - Modell der Unternehmer-Pyramide
 - Strategieprozess und strategische Analysetools (strategische Geschäftsfeldsegmentierung, Branchenstrukturanalyse, SWOT-Analyse und Normstrategieentwicklung, Kernkompetenz-Analyse, Wettbewerbsanalyse, Portfolio-Analysen)
 - Verfügbare Statistiken und Datengrundlagen des internationalen Gründungsgeschehens (z.B. Global Entrepreneurship Monitor)
 - Aufbau und Nutzung von unternehmerischen Netzwerken
 - Kodizes und Governance für eignergeführte Unternehmen
 - Nachhaltiges Unternehmertum (ökonomisch, ökologisch, persönlich, familiär)

Persönliche Elemente des Unternehmertums

- Prozess der Professionsbildung für Unternehmer*innen
- Eignungsdiagnostik-Ansätze für Unternehmer*innen
- Ethische Dilemmata für Unternehmer*innen
- Entwicklung unternehmerische Haltung

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Das Modul kann von Studierenden des Studiengangs Entrepreneurship nur belegt werden, wenn die Belegung zur Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen durch die Wissenschaftliche Leitung beauftragt wurde.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bea, F.-X. / Haas, J.: Praxis der strategischen Zielbildung - Strategisches Management konkret, UVK, Tübingen.
- Dahlmann, J.: Das innovative Unternehmertum im Sinne Schumpeters - Theorie und Wirtschaftsgeschichte, Metropolis, Marburg.
- Eschenbach, R. / Eschenbach, S. / Kunesch, H.: Strategische Konzepte - Management-Ansätze von Ansoff bis Ulrich, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Göbel, E.: Unternehmensethik - Grundlagen und praktische Umsetzung, UVK, Konstanz.
- Gräwe, D.: Wirtschaftsrecht, Springer Gabler, Berlin.
- Kerth, K. / Asum, H.: Die besten Strategietools in der Praxis, Hanser, München.
- Klandt, H. / Heidenreich, S.: Empirische Forschungsmethoden in der Betriebswirtschaftslehre, De Gruyter, Berlin.
- Kohlert, H.: Unternehmensanalyse und strategische Planung, Kohlhammer, Stuttgart.
- Müller-Stewens, G.: Strategisches Management - Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Nagel, M. / Mieke, C.: Strategiemethoden, UVK, Konstanz.
- Pahnke, A. / Welter, F. / Colombo, M.: The German Mittelstand - Antithesis to Silicon Valley Entrepreneurship?, in: Small Business Economics 52, 2019, 345-358.
- Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategien - Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, Campus, Frankfurt am Main.
- Riess, B. / Scheerer, J.: Verantwortungsvolles Unternehmertum - Wie tragen Unternehmen zu gesellschaftlichem Mehrwert bei?, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Schmitz, G.: Unternehmertum ist nichts für Feiglinge - Mit Mut, Konsequenz und Kreativität zum Erfolg, Gabal, Offenbach.
- Simon, W.: Kursbuch Strategieentwicklung - Analyse, Planung, Umsetzung, Redline, München.

Unternehmerische Innovation, Kreation und Wachstum (W3M11492)

Entrepreneurial Innovation, Creation and Growth

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M11492	-	1	Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Referat	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen Ablauf, Charakteristika und Varianten von Innovationsprozessen in verschiedenen Kontexten (Startup, KMU, Konzern, Gesellschaften). Sie verstehen das Phänomen der Disruption als Folge von Innovationsprozessen und die Konsequenzen für Märkte, Unternehmen, Personen und Gesellschaften. Sie kennen verschiedene Kreativitäts -und Innovationstools sowie die Basisfaktoren für erfolgreiche Innovationsarbeit. Sie verstehen die einschlägigen Verfahren des Business Plannings und der Geschäftsmodellentwicklung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können einschlägige Ideation-Tools und Kreativitätstechniken im Kontext von Startups einsetzen. Sie können anhand von Umweltdaten und Ausgangssituation ein plausibles Geschäftsmodell entwickeln, seine Konsistenz prüfen, und Engpassfaktoren identifizieren. Sie verstehen unterschiedliche Wachstumspfade, können diese konzipieren, und die Konsequenzen für das Unternehmen und die Beteiligten abschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen ihre eigenen kreativen Zugänge und Kanäle, verstehen diesbezüglich ihre Stärken und Schwächen, und können abschätzen, inwieweit dies in einem Gründungsteam balanciert werden kann. Sie verstehen die persönlichen Konsequenzen aus der Wahl bestimmter unternehmerischer Kontexte und Wachstumspfade und können Entscheidungen für den eigenen beruflichen Lebensweg fundiert treffen. Sie verstehen die Funktion ethischer, moralischer und gesellschaftlicher Normen, können das eigene unternehmerische Verhalten reflektieren und Zielkonflikte managen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Innovations- und Kreationsprozesse verantwortlich initiieren und leiten, um daraus Ansatzpunkte für neue Produkte, Lösungen und Marktchancen zu erarbeiten. Sie können die aktuellen Methoden und Ansätze der Geschäftsmodellentwicklung und des Business Plannings für konkrete Vorhaben einsetzen und damit neue Startups bzw. Business Units entwickeln. Sie können ein neues Startup bzw. eine neue Business Unit über verschiedene Wachstums- und Entwicklungsphasen planen, Brüche und Übergänge bewältigen und nachhaltig erfolgreiche Unternehmen konzipieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmerische Innovation, Kreation und Wachstum	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Anwendungsorientierte Ansätze und Prozesse unternehmerischen Wachstums

- Business Model Canvas
- Value Proposition Canvas
- Strategisches Profil
- Kundenzentrierte Geschäftsplanung
- Business Planning
- Lean Startup
- Wachstumspfade (stagnativ, organisch, rapide, exponentiell) und ihre Konsequenzen und Implikationen
- Teamaufbau und -entwicklung im Startup
- Kapitalgeber und Finanzierungsformen

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Ausgewählte Methoden und Ansätze unternehmerischer Innovation

- Innovationsbegriff und Innovationstheorien
- Konzeption des Innovationsprozesses
- Closed vs. Open Innovation
- Technologie- und Innovationszyklen
- Markt- und Kontextanalysen für Innovationsansätze
- Evolution vs. Disruption Diskontinuitäten und Krisen
- Red vs. Blue Oceans
- Effectuation

Persönliche Faktoren von Unternehmer*innen

- Moralkodizes vs. funktionale Zielsetzung
- Eigenschaften Ehrliche Kauffrau/Ehrlicher Kaufmann
- Kreativitätstechniken (Brainstorming/-writing/-swarming/-walking, 6-3-5, Walt Disney, De Bono, Osborn/Scamper, Kopfstand, Morphologischer Kasten, What If, Assoziationen, Funktionsanalyse, Ideenmühle)

BESONDERHEITEN

Das Modul kann von Studierenden des Studiengangs Entrepreneurship nur belegt werden, wenn die Belegung zur Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen durch die Wissenschaftliche Leitung beauftragt wurde.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Böpple, O.: Kreativmethoden im unternehmerischen Einsatz - Design Thinking als Ordnungsrahmen, Nomos, Stuttgart.

Dillerup, R. / Stoi, R.: Unternehmensführung, Vahlen, München.

Faschingbauer, M.: Effectuation - Wie erfolgreiche Unternehmer denken, entscheiden und handeln, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Freitag, E.: Kreativitätstechniken, UTB, Tübingen.

Gassmann, O. / Frankenberger, K. / Csik, M.: Geschäftsmodelle entwickeln, Hanser, München.

Higgins, J. / Wiese, G.: Innovationsmanagement - Kreativitätstechniken für den unternehmerischen Erfolg, Springer, Berlin.

Hofert, S. / Visbal, T.: Teams & Teamentwicklung: wie Teams funktionieren und wann sie effektiv arbeiten, Vahlen, München.

Hoffmeister, C.: Digital Business Modelling - Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, Hanser, München.

Oehlrich, M. / Dahmen, A.: Betriebswirtschaftslehre - Eine Einführung am Businessplan-Prozess, Vahlen, München.

Osterwalder, A.: Value Proposition Design, Wiley, New York.

Ottersbach, J.: Der Businessplan - Praxisbeispiele für Unternehmensgründer und Unternehmer, Dtv, München.

Schlicksupp, H.: Innovation, Kreativität und Ideenfindung, Vogel, Würzburg.

Wirtz, B.: Business Model Management - Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Springer Gabler, Berlin.

Projektarbeit I (W3M12001)

Project I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M12001	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Individualbetreuung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
405	4	401	15

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse zu spezifischen Fachthemen sowie der funktional-organisatorischen Zusammenhänge in ihrem Unternehmen. Sie sind in der Lage, Lösungsansätze komplexer praktischer Problemstellungen zu konzipieren, zu analysieren und zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls vielgestaltige und interdependente Praxisherausforderungen unter Anwendung angemessener Methoden vorausschauend, umsichtig und strukturiert lösen. Die Möglichkeiten der Praktikabilität sowie die Grenzen der eingesetzten Methoden hinterfragen sie jederzeit kritisch. Die Studierenden haben Erfahrungswissen im Umgang mit unterschiedlichen Methoden erworben, insbesondere zur Adaption von theoretischen Konzepten auf die betriebliche Praxis.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden gehen die Projektarbeit planerisch und lösungsorientiert an. Sie zeichnen sich durch Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit aus. Neuerungen und Innovationen gegenüber sind sie aufgeschlossen. Sie sind fähig, aus dem Zusammenwirken von Theorie und Praxis Impulse zur betrieblichen Weiterentwicklung zu geben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse entwickelt. Auch in unklaren Situationen sind sie in der Lage, den Überblick zu behalten und unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse angemessen und eigenverantwortlich zu handeln.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Projektarbeit I	4	401

Die Projektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen oder öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.

BESONDERHEITEN

Es kann eine begleitende Lehrveranstaltung angeboten werden, um die Studierenden an die methodischen Besonderheiten dualer wissenschaftlicher Arbeiten heranzuführen.

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%.

Die Projektarbeit hat einen Umfang von 20 – 30 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von fünf Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Projektarbeit II (W3M12002)

Project II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M12002	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Individualbetreuung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
405	4	401	15

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse zu verschiedenen Fachthemen und erfassen übergreifende, organisatorische Zusammenhänge in ihrem Unternehmen. Sie sind in der Lage, Lösungsansätze komplexer praktischer Problemstellungen eigenständig zu konzipieren, zu analysieren und zu beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls eigenständig komplexe Praxis herausforderungen unter Anwendung angemessener Methoden umsichtig und strukturiert lösen. Die Möglichkeiten der Praktikabilität sowie die Grenzen der eingesetzten Methoden hinterfragen sie jederzeit kritisch. Sie haben ein ausgeprägtes Verständnis für transfer- und anwendungsorientiertes wissenschaftliches Arbeiten im wirtschaftlichen Kontext entwickelt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden gehen die Projektarbeit planerisch und lösungsorientiert an. Sie zeichnen sich jederzeit durch Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit aus. Neuerungen und Innovationen gegenüber sind sie aufgeschlossen und wissen, diese in ihrem Unternehmen anzustossen und verantwortungsvoll zu begleiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein tiefgehendes Verständnis für übergreifende Zusammenhänge und Prozesse entwickelt. Auch in unklaren, komplexen Situationen sind sie in der Lage, jederzeit den Überblick zu behalten und unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse angemessen und eigenverantwortlich zu handeln. Zugkraft in der Verwertung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Vorgehensweise zur Entwicklung berufs- und unternehmenspraktischer Lösungen zeichnet die Studierenden aus.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Projektarbeit II	4	401

Die Projektarbeit greift Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis auf, deren Lösung im Rahmen der erfolgreichen Führung von Unternehmen und / oder öffentlichen Institutionen notwendig ist. Die systematische und fundierte Lösung dieser Problemstellungen erfolgt auf Basis wissenschaftlicher Modelle und Theorien.

BESONDERHEITEN

Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Schriftliche Ausarbeitung 70% und Mündliche Prüfung 30%.

Die Projektarbeit hat einen Umfang von 20 – 30 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von fünf Monaten erstellt. Die mündliche Prüfung umfasst eine Dauer von in der Regel 30 Minuten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

IT-Governance & IT-Strategy (W3M20001)

IT-Governance & IT-Strategy

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20001	-	1	Prof. Dr. Marcus Vogt	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können 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 mehrwert schaffende Systeme zu identifizieren und diese in die Unternehmensarchitektur zu integrieren. Die Studierenden sind in der Lage, IT-Strategien und IT-Governance-Prozesse zu beschreiben, zu gestalten, zu spezifizieren und dabei, soweit angemessen, Standardmodelle und Best-Practice-Verfahren zu berücksichtigen, um diese wertschöpfend im Unternehmen einzusetzen. Dabei greifen die Studierenden auf die Anwendung von Verfahren und Werkzeuge zur Qualitätsbetrachtung und Leistungsmessung von Prozessen und Systemen zurück. Die Studierenden legen fest, welche Kenngrößen zur Beschreibung der Leistungsfähigkeit eines IT-Services herangezogen werden sollen, wie jene gemessen werden und durch welche IT-Controlling-Maßnahmen deren Erreichung sichergestellt werden kann.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Grenzen und die Umsetzbarkeit, sowie der Vor- und Nachteile der Methoden der IT-Governance und der IT-Strategie einordnen, bewerten und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über konzeptionelles Wissen in Bezug auf IT-Governance und IT-Strategie, d.h. sie sind in der Lage daraus selbstständig Ziele, Aufgaben und Vorgehensweisen im betrieblichen Kontext abzuleiten. Sie können weiterhin die unterschiedlichen Dimensionen und Konsequenzen der getroffenen Entscheidungen eigenständig reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind zu eigenverantwortlichem und situationsangemessenem Handeln im Bereich der IT-Governance und IT-Strategie befähigt. Sie können dabei ihre Handlungen stichhaltig und sachangemessen argumentieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Governance & IT-Strategy	50	85

Einführung und Grundlagen zu Unternehmerischen Entscheidungen, IT-Governance und IT-Strategie

Erweiterte Aspekte der Unternehmensarchitektur, Unternehmensstrategie und Corporate Governance im Bezug auf IT-Governance & IT-Strategie, z.B:

- Wechselwirkungen der strategischen Unternehmensarchitekturplanung und der Corporate Governance Strukturen auf die IT-Governance und IT-Strategie
- Strategische Entscheidungsmodelle
- Business Model Management als strategisches Unterstützungstool für die strategische Digitalisierung in Unternehmen
- Grundlagen der Enterprise Architecture und Wechselwirkung mit der IT-Governance und der IT-Strategie eines Unternehmens
- Rollenverständnis und Zusammenspiel von Chief Executive Officer, Chief Information Officer, Chief Data Officer und Chief Digital Officer (CxO's)
- Digitale Services, Ökosysteme und Systemplattformmanagement aus Sicht der Unternehmens- und IT-Strategie
- Decision Rights und Governance Arrangements

Erweiterte Aspekte des IT-Managements im Bezug auf IT-Governance und IT-Strategie, z.B.:

- Strategisches Geschäftsprozessmanagement als Unterstützungstool für die IT-Strategie
- IT-Service-Management-Prozesse im Kontext der IT-Governance und Corporate Governance und aus Sicht der Wertschöpfung
- Standardisierung von IT-Landschaften vs. Agilität
- Risiko Management
- IT-Controlling
- Best Practice Frameworks im Kontext der IT-Governance (ITIL, COBIT, Val-IT, Risk-IT, TOGAF, CMMI, etc.)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Es sollte ein Grundverständnis für IT-Service-Management und betriebswirtschaftliche Entscheidungen vorhanden sein. Studierenden ohne Kenntnisse im IT Service Management wird ggf. zum vorherigen Besuch des Moduls „IT Service Management“ geraten. Dies stellt jedoch keine Pflicht dar.

LITERATUR

- Gaulke, Markus: Praxiswissen COBIT - Val IT – Risk IT: Grundlagen und praktische Anwendung für die IT-Governance. dpunkt
Johannsen, Wolfgang und Goeken, Matthias: Referenzmodelle für IT-Governance: Methodische Unterstützung der Unternehmens-IT mit COBIT, ITIL & Co. dpunkt
Keller, Wolfgang: IT-Unternehmensarchitektur: Von der Geschäftsstrategie zur optimalen IT-Unterstützung. dpunkt
Rüter Andreas, Schröder, Jürgen, Göldner, Axel und Niebuhr, Jens (Hrsg.): IT-Governance in der Praxis: Erfolgreiche Positionierung der IT im Unternehmen. Anleitung zur erfolgreichen Umsetzung regulatorischer und wettbewerbsbedingter Anforderungen. Springer
Weill, Peter und W. Ross, Jeanne: IT Governance: How Top Performers Manage IT Decision Rights for Superior Results. Harvard Business Review Press

IT Project and Project Portfolio Management (W3M20002)

IT Project and Project Portfolio Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20002	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden durchdringen die Grundbegriffe, Grundprinzipien, Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements und Projekt-Portfoliomanagement insbesondere im Kontext von IT-Projekten. Dabei vertiefen sie ihr Verständnis für weiterführende Aspekte des Projekt- und Portfoliomanagements (z.B. Risiko-Analysen, probabilistische Planungsverfahren, Estimationsverfahren) und verstehen den Zusammenhang zwischen Modellen und Methoden des Software-Engineering und denen des Projekt- und Portfoliomangements.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verwenden die Methoden des Projekt- und Portfoliomanagements, um vorhandene Ressourcen nach Maßgabe von Qualität, Umfang, Zeit und Kosten effizient einzusetzen. Mit Hilfe geeigneter Projektmanagementsoftware planen und steuern sie insbesondere IT- und Softwareprojekte und überprüfen deren Wirtschaftlichkeit sowie Realisierbarkeit. Dazu beurteilen die Studierenden Risiken und kritische Pfade, kontrollieren das Budget, sichern die Qualität und erstellen das Berichtswesen. Darüber hinaus beherrschen Sie die Verknüpfung von Projekt- und Portfoliomanagementmethoden und -modellen mit den Methoden zur Analyse und zum Entwurf von IT- und Softwareprojekten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden bilden die Grundzüge einer beruflichen Identität aus und sind sich der unterschiedlichen Rollenerwartungen im Praxiskontext bewusst. Sie sind in der Lage, effektiv an gemeinsamen Zielen in einer Teamumgebung zu arbeiten und können Meinungsverschiedenheiten verhandeln sowie lösungsorientierte Vorschläge im Konsens erarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden exemplarisch Praxisfälle fachlich analysieren, einschätzen und entsprechende Handlungskonsequenzen ableiten. Dabei transferieren sie erlernte, theoretische Inhalte und Modelle auf ihre Praxis und prüfen diese umgekehrt an Praxisbeispielen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT Project and Project Portfolio Management	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

IT Project Management and Project Management Systems

- Definition von Projekt und Projektmanagement
- Grundlagen Projektmanagement
- Projektrisiko, statistische Betrachtung
- Projektmanagement Werkzeuge
- Schätzmethoden für IT und Softwareprojekte
- aktuelle Methoden im Projektmanagement (agile Methoden, SCRUM, PRINCE2)
- Projektportfoliomanagement, Programmanagement
- Multiprojektmanagement
- Fallbeispiele

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Kraus, G. und Westermann, R.: Projektmanagement mit System, Organisation, Methoden, Steuerung. München.

- Marchewka, Jack T.: Information Technology Project Management. Hoboken (N.J.).

- PMI: A guide to project management body of knowledge, Newton Square (Pa.).

- Scheer, August Wilhelm: Wirtschaftsinformatik. Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse. Berlin u.a.

- Schelle, H., Ottmann, R. und Pfeiffer, A.; ProjektManager. Nürnberg.

Ergänzend werden Fachartikel zu Themen wie Portfolio Management, Agile Methoden, Strategic Alignment herangezogen. Die für das jeweilige Jahr ausgewählte Teilmenge der o.g. Literatur wird über das Learning Management System rechtzeitig vor Modulbeginn bekanntgegeben

Business Process Management & Modelling (W3M20003)

Business Process Management & Modeling

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20003	-	1	Prof. Dr. Rainer Hoch	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen verschiedene Möglichkeiten der Geschäftsprozessmodellierung und kennen wichtige Aspekte, so dass sie die für einen Einsatzzweck passende Option auswählen können. Für spezielle IT-Systeme, z.B. Workflow Management (WfM) oder Enterprise Content Management (ECM), können sie Geschäftsprozesse überführen. Darüber hinaus wissen sie, wie in größeren Unternehmen eine integrierte Modellierung der Geschäftsprozesse organisiert werden sollte. Zudem verfügen die Studierenden über vertieftes Wissen der Geschäftsprozessmodellierung sowie der Analyse und Bewertung von Prozessen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Analyse- und Modellierungswerzeuge systematisch anzuwenden, um Prozesse aufzunehmen, zu gestalten und zu bewerten. Sie können verschiedene formale Beschreibungsmethoden zur Modellierung von Geschäftsprozessen in Unternehmen verwenden bzw. vorliegende Prozessmodelle weiterentwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich im Team mit ihrer Vorgehensweise bei der Bearbeitung von Lösungsoptionen zur Einführung von Geschäftsprozessmanagement in Unternehmen reflexiv auseinander. Die Kompetenz problemlösend und kooperativ in Teams zu arbeiten wird zudem gefördert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die Methoden des Geschäftsprozess- und Informationsmanagements für Unternehmensanwendungen in IT-Systemen geeignet einsetzen zu können. Dafür benötigen sie ein Verständnis für die Interpretationsvielfalt von Begriffen und deren Sprachgebrauch, um reflektierende Entscheidungen zu treffen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Process Management & Modelling	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Einordnung Geschäftsprozessmanagement in das Gesamtkonzept Information Management (IM)
Typische Prozessstrukturen in Organisationen, Analyse und Dokumentation von Prozessen,
Optimierung
Überblick und Abgrenzung von Managementtechnologien (GPM, IM, DMS/ECM, WfMS)
Architektur von DMS/ECM und WfMS, Aufgaben und Funktionen, Dokumentformate (z.B. XML)
Geschäftsprozesse und deren Modellierung, Bedeutung von Beschreibungsmethoden
Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK), Unified Modeling Notation (UML), Business Process
Model and Notation (BPMN)
Herausforderungen unternehmensweiter Prozessmodellierung und Automatisierung
Praxisbeispiele und Übungen zur Umsetzung

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Keine Programmierkenntnisse notwendig.

LITERATUR

- Allweyer, T. (2012): Geschäftsprozessmanagement – Strategie, Entwurf, Implementierung, Controlling, W3L Verlag.
- Allweyer, T. (2014): BPMS: Einführung in Business Process Management Systeme, BOD Verlag
- Gadatsch, A. (2020): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis, 9. Auflage, Springer Vieweg Verlag.
- Götzer, K., Schmale, R., Maier, B. und Komke, T. (2023): Dokumenten-Management: Informationen im Unternehmen effizient nutzen, 6. Auflage, dpunkt.verlag.
- Riggert, W. (2019): Enterprise Content Management, 2. Auflage, Springer Vieweg Verlag
- Rücker, B., Freund, J. (2019): Praxishandbuch BPMN, 6. Auflage, Carl Hanser Verlag
- Seidlmeier, H. (2019): Prozessmodellierung mit ARIS: Eine beispielorientierte Einführung für Studium und Praxis in ARIS 9, 5. Auflage, Springer Vieweg Verlag.

Business Process Analytics, Simulation, and Mining (W3M20004)

Business Process Analytics, Simulation, and Mining

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20004	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden der Prozessanalyse, -simulation und -optimierung, dabei verstehen Sie deren Einsatzbereiche und wählen die richtigen Methoden und Ansätze zur Analyse und Bewertung von konkreten betrieblichen Prozessen aus und zeigen über deren Einsatz die Optimierungspotentiale in diesen Prozessen auf. Dabei sind sie sich den möglichen Problemen bei der Optimierung selber und beim Einsatz der Methoden bewusst. Dazu sind sie in der Lage, Daten in größeren integrierten IT-Systemen zu identifizieren, diese aufzubereiten und mit ihnen Prozessabläufe zu rekonstruieren. Die gewonnenen Daten nutzen die Studierenden, um wichtige oder typische Prozessabläufe zu generieren, analysieren und optimieren.

METHODENKOMPETENZ

Um Prozesse analysieren und optimieren zu können, wählen die Studierenden systematisch Analyse-, Modellierungs- und Simulationswerkzeuge aus, begründen Ihre Anwendbarkeit und zeigen über deren Anwendung konkrete Ergebnisse anhand realer Prozesse oder realistischer Prozessbeispiel. Anhand der statistischen Evaluationsmethoden ordnen sie Simulations- und Analyseergebnisse in den betriebswirtschaftlichen Kontext ein und ergreifen konkrete Optimierungsmaßnahmen zur Prozessoptimierung.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Auswirkungen auf das sozio-technische System Unternehmen, die die Definition von Geschäftsprozessen verursacht, wird von den Studierenden berücksichtigt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über Kommunikationsfähigkeiten und beherrschen Kommunikationstechniken (mündlich, schriftlich, graphisch und unter Einsatz von modernen Technologien), um Informationen über Prozesse zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Process Analytics, Simulation, and Mining	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

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

LITERATUR

- Banks Jerry (Hrsg.): Handbook of Simulation. Principles, Methodology, Advances, Applications, and Practice. Wiley-Interscience.
Bartlett, Randy: A Practitioner's Guide To Business Analytics: Using Data Analysis Tools to Improve Your Organization's Decision Making and Strategy. McGraw-Hill.
Darnton, Geoffrey: Business Process Analysis: including architecture, engineering, improvement, management, and maturity. Requirements Analytics.
Fishman George: Discrete-Event Simulation: Modeling, Programming and Analysis. Springer.
Lin, Nathaniel: Applied Business Analytics. Integrating Business Process, Big Data, and Advanced Analytics. Pearson Education.
Saxena, Rahul und Srinivasan, Anand: Business Analytics: A Practitioner's Guide. International Series in Operations Research & Management Science. Springer.
Sterman, John. D.: Business Dynamics. Systems Thinking and Modelling for a Complex World. McGraw-Hill Education.
Weilkiens, Tim und Weiss, Christian et al.: Basiswissen Geschäftsprozessmanagement: Aus- und Weiterbildung zum OMG-Certified Expert in Business Process Management 2 (OCEB2) - Fundamental Level. dpunkt.verlag GmbH.

Strategic Management of Digital Business Processes (W3M20005)

Strategic Management of Digital Business Processes

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20005	-	1	Prof. Dr. Frank Wolff	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Möglichkeiten Prozesse mit Digitalisierungstechnologien neu zu schaffen bzw. radikal umzugestalten. Dabei wissen sie, dass das notwendige Fundament für eine effektive Ausrichtung der Unternehmensprozesse eine enge Verknüpfung mit der Unternehmensstrategie ist. Die Betrachtung der Geschäftsprozesse bezieht sich dabei nicht nur auf das eigene Unternehmen, sondern bezieht die Lieferanten und Kunden mit ein.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf Basis der Unternehmensstrategie neue Chancen für digitalisierte Prozesse zu entdecken und ihre Umsetzung im Rahmen des Prozessmanagements voranzutreiben. Die Studierenden können eine unternehmensweite Prozessmodellierung im Unternehmen gestalten und in kontinuierliche Verbesserungsprozesse einbetten. Die Studenten kennen und nutzen Methoden zur flexiblen Gestaltung des effektiven Zusammenspiels zwischen Geschäftsprozessen und ausführenden IT-Systemen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden kennen und berücksichtigen die Auswirkungen auf das sozio-technische System Unternehmen, die durch die Definition und durch Veränderungen von Geschäftsprozessen verursacht werden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Digitalisierung wird als wichtiger Faktor und Treiber des Geschäftsprozessmanagements aktiv genutzt. Die Studierenden erkennen die komplexen Abhängigkeiten zwischen Geschäftsprozessen und IT-Systemen und berücksichtigen diese bei Ihrer Arbeit.
Die Studierenden verfügen über Kommunikationsfähigkeiten und beherrschen Kommunikationstechniken (mündlich, schriftlich, graphisch inklusive der Nutzung moderner Technologien), um Strategien im Prozessmanagement zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Strategic Management of Digital Business Processes	50	85
Strategisches Alignment von Geschäftsprozessen – Digitalisierung von Prozessen - Collaborative Business Process Management		
Corporate Process Governance und Leadership Prozesscontrolling - Performance Management		
Prozessmanagement-Methoden und Werkzeuge – Auswahl, unternehmensweite Einführung und ihre produktive Nutzung		

VORAUSSETZUNGEN

Keine Programmierkenntnisse notwendig.

Gute Kenntnisse im Bereich Geschäftsprozessmodellierung, z.B. durch die Veranstaltung "Business Process Management & Modelling" oder äquivalente Angebote.

LITERATUR

- Barton, T., Müller, C., Seel, C. (Hrsg., 2018) „Digitalisierung im Unternehmen“, Springer.
- Brocke, J. v., Rosemann, M. (Hrsg., 2015) „Handbook on Business Process Management 1: Introduction, Methods, and Information Systems (International Handbooks on Information Systems)“, 2. Aufl., Springer
- Brocke, J. v., Rosemann, M. (Hrsg., 2015) „Handbook on Business Process Management 2: Strategic Alignment, Governance, People and Culture (International Handbooks on Information Systems)“, 2. Aufl., Springer
- Franz, P., Kirchmer, M. (2012) „Value-Driven Business Process Management: The Value-Switch for Lasting Competitive Advantage“, McGraw-Hill
- Freund, J., Rücker, B. (2019) „Praxishandbuch BPMN 2.0“, Carl Hanser Verlag, 6. Aufl.
- Hanschke, I., Lorenz, R. (2012) „Strategisches Prozessmanagement - einfach und effektiv: Ein praktischer Leitfaden“. Hanser
- Hess, T. (2019) „Digitale Transformation strategisch steuern“, Springer

Integrierte Informationsverarbeitung (W3M20006)

Integrated Information Processing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20006	-	1	Prof. Dr. Dirk Uwe Palleduhn	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen u.a. den historischen und wissenschaftlichen Kontext, in welchem das theoretische Konzept der Integrierten Informationsverarbeitung entstanden ist, um betriebliche IT-Lösungen und deren sinnvolle Verknüpfung analysieren, bewerten, konzipieren und (weiter-) entwickeln zu können. Sie verstehen die Komplexität von heterogenen IT-Landschaften und können die resultierenden Probleme benennen und evaluieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Fähigkeit, Konzepte und Systeme der Integrierten Informationsverarbeitung mit adäquaten Methoden sowohl auf einer theoretisch-abstrakten als auch einer sachlich-konkreten Ebene strukturiert zu durchdringen und evolutionär zu verbessern. Hierbei sind sie sich der bestehenden Interdependenzen bewusst und kennen geeignete Ansätze der Wissenschaft, diese systematisch abzubilden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die soziologischen Herausforderungen, die mit der praktischen Realisierung einer Integrierten Informationsverarbeitung verbunden sind, z.B. im Hinblick auf die Unternehmensstrategie, den Datenschutz oder die Komplexität von entsprechenden IT-Projekten mit Gruppen, die teils konträre Interessen verfolgen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Systeme der Integrierten Informationsverarbeitung in strukturierter Form analysieren und konzipieren. Zudem verfügen Sie über die notwendigen Fähigkeiten, entsprechende IT-Projekte unter Verwendung zeitgemäßer Methoden und Technologien effektiv zu realisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integrierte Informationsverarbeitung	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- (1) Allgemeine Grundlagen (u.a. Systemtheorie, domänen-übergreifende Termini)
(2) Geschichte der betrieblichen Informationsverarbeitung
(3) Wissenschaftsdisziplin "Wirtschaftsinformatik" im deutschsprachigen Raum:
a) Historische Entwicklung
b) Forschung und Lehre
(4) Theoretische Grundlagen der Integrierten Informationsverarbeitung (u.a. Ziele und Probleme, Integrationsmodelle und Informationsarchitekturen)
(5) Funktionen und Prozesse in den Bereichen des Industriebetriebs
a) Sektoren in Industrieunternehmen (u.a. "Beschaffung", "Produktion", "Versand")
b) Funktionsbereich- und prozessübergreifende Integrationskomplexe und IT-Anwendungen
(6) Rahmenbedingungen der Integrierten Informationsverarbeitung (u.a. IT-Governance, Herausforderungen beim Projektmanagement und Lösungsansätze)
(7) Realisierung der Integrierten Informationsverarbeitung
a) Allgemeine Aspekte und Grundlagen (u.a. Implementierung und Migrationsstrategien)
b) Grundlagen von ERP (Enterprise Resource Planning)-Systemen
c) Marktübersicht und Lösungsanbieter
(8) Praktische Übungen an einem freien und/oder proprietären ERP-System (z.B. SAP S/4HANA):
a) Systemarchitektur
b) Programmiermodelle
c) Abwicklung von Geschäftsprozessen

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die akademische Lehrveranstaltung "Integrierte Informationsverarbeitung (IIV)" kann als theoretische Grundlage für den Besuch des Praxis-Kurses "SAP TS410 – Integrierte Geschäftsprozesse in SAP S/4HANA" dienen, welcher mit einer Zertifizierungsprüfung bei der SAP SE abgeschlossen wird.

VORAUSSETZUNGEN

Es müssen grundlegende BWL- und IT-Kenntnisse vorhanden sein, u.a. zu den betriebswirtschaftlichen Themen
- Externes Rechnungswesen (Finanzbuchhaltung),
- Internes Rechnungswesen (Kosten- und Leistungsrechnung),
- Materialmanagement und Logistik,
- Produktion und
- Geschäftsprozessmanagement
sowie zu den informationstechnischen Bereichen
- Datei- und Datenbankorganisation und
- Systemarchitekturen.

LITERATUR

- Alpar, Paul; Alt, Rainer; Bensberg, Frank; Weimann, Peter: Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik. Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Dittrich, Jörg; Mertens, Peter; Hau, Michael; Hufgard, Andreas: Dispositionsparameter in der Produktionsplanung mit SAP. Einstellhinweise, Wirkungen, Nebenwirkungen. Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Gronau, Norbert: ERP-Systeme. Architektur, Management und Funktionen des Enterprise Resource Planning. DeGruyter Oldenbourg, München u.a.
- Kurbel, Karl: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie. Von MRP bis Industrie 4.0. Oldenbourg, München u.a.
- Leser, Ulf; Naumann, Felix: Informationsintegration. Architekturen und Methoden zur Integration verteilter und heterogener Datenquellen. dpunkt, Heidelberg.
- Heinrich, Lutz J.: Geschichte der Wirtschaftsinformatik. Entstehung und Entwicklung einer Wissenschaftsdisziplin. Unter Mitarbeit von Rudolf G. Ardelt. Mit Selbstzeugnissen von Dieter Ehrenberg, Joachim Griese, Hans Robert Hansen, Ulrich Hasenkamp, Lutz J. Heinrich, Wolfgang König, Hermann Krallmann, Karl Kurbel, Peter Mertens, Heinrich Reinermann, Friedrich Roithmayr, Dietrich Seibt, Peter Stahlknecht, Franz Steffens, Wolffried Stucky und Norbert Szyperski. Gabler, Wiesbaden.
- Mertens, Peter: Integrierte Informationsverarbeitung 1. Operative Systeme in der Industrie. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Mertens, Peter; Meier, Marco C.: Integrierte Informationsverarbeitung 2. Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Palleduhn, Dirk Uwe; Neuendorf, Herbert: Geschäftsprozessmanagement und Integrierte Informationsverarbeitung. Oldenbourg, München u.a.
- Scheer, August-Wilhelm: Wirtschaftsinformatik. Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse. Springer, Berlin u.a.
- Stiehl, Volker: Prozessgesteuerte Anwendungen entwickeln und ausführen mit BPMN. Wie flexible Anwendungsarchitekturen wirklich erreicht werden können. dpunkt.verlag, Heidelberg.

Advanced Aspects in E-Business & Digitalization (W3M20007)

Advanced Aspects in EBusiness & Digitalization

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20007	-	1	Prof . Dr. Marcus Vogt	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundprinzipien des E-Business und der Digitalisierung, können diese anwenden und kombinieren. Sie sind in der Lage, bewährte Konzepte des E-Business mit neuen Konzepten der Digitalisierung zu vergleichen und diese unter wirtschaftlichen, strategischen und rechtlichen Gesichtspunkten zu bewerten. Die Studierenden erkennen neue digitale Geschäftsmodelle, um darauf aufbauend Digitalisierungsinitiativen zu planen und diese in das Unternehmen wertschöpfend zu implementieren. Dabei sind sich der Risiken und Chancen in diesem Bereich bewusst und können den Risiken aktiv entgegenwirken bzw. die Chancen strategisch verwerten. Die neuen Trends im Bereich E-Business und Digitalisierung werden durch die Studierenden identifiziert und deren Auswirkungen für das Unternehmen bzw. die Branche abgeschätzt. Für die digitalen Ökosysteme und Plattformen können sie Konzepte aus strategischen Gesichtspunkten beurteilen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen das Spektrum der unterschiedlichen Methoden des E-Business & der Digitalization, sie können diese verstehen, anwenden und ggf. im beruflichen Kontext anpassen. Sie erwerben dabei tiefgehendes Erfahrungswissen

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können das erworbene Wissen und die erlernten Vorgehensweisen im Kontext des E-Business & der Digitalization weiterentwickeln und dank Selbstmanagement auch in Belastungssituationen einsetzen. Sie sind sich der eigenen Verantwortung sowie möglicher Zielkonflikte bewusst, sie können die sozialen oder gesellschaftlichen Implikationen des eigenen Handelns reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen Kommunikationstechniken, um Informationen zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln. Sie können ihr Wissen auch in ungewohnten Situationen anwenden, dieses entsprechend der erlernten Methoden auf neue Arbeitsfelder adaptieren und multidisziplinäre Zusammenhänge erfassen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Aspects in E-Business & Digitalization	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- 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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die Studierenden erwerben ein tiefes Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge im Kontext des E-Business & der Digitalization, sie können dabei die zugrundeliegenden Strukturen und Charakteristika kritisch beurteilen und berufsbezogene Lösungen in einen theoretischen Rahmen einordnen bzw. weiterentwickeln.

VORAUSSETZUNGEN

Es sollte ein Grundverständnis für IT-basierte Dienste und betriebswirtschaftliche Entscheidungen vorhanden sein. Studierenden ohne IT Kenntnisse wird ggf. zum vorherigen Besuch des Moduls „Technologien der Digitalen Transformation“ geraten. Dies stellt jedoch keine Pflicht dar.

LITERATUR

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

Paradigmen moderner Unternehmensanwendungen (W3M20008)

Paradigms of Modern Enterprise Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20008	-	1	Prof. Dr. Raymond Bimazubute	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Programmentwurf	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Kategorien der Unternehmensanwendungen und wie diese durch typische Fragestellungen motiviert werden. Hierbei werden die relevanten Paradigmen, typischen Architekturen, Entwurfsmuster und Anwendungsfälle voneinander abgegrenzt/erarbeitet und sie können eigenständig von den Studierenden umgesetzt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben eine vertiefte Reflexions- und Handlungsfähigkeit erworben, mit der die verschiedenen Vorgehensmodelle und Methoden bei der Analyse und Entwicklung der Unternehmensanwendungen verglichen und eingesetzt werden können. Die Studierenden können eine Methodik für den betreffenden Problem- oder Themenbereich auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die sozialen Implikationen von Unternehmensanwendungen und berücksichtigen diese bei der Entwicklung bzw. Umsetzung im betrieblichen Kontext.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, die erlernten Ansätze, Methodologien und Technologien in neue Kontexte zu übertragen oder in Verbindung mit anderen Themen erfolgreich umzusetzen. Sie können dabei sowohl die betriebswirtschaftlichen als auch die informationstechnischen Dimensionen solcher Projekte erfassen, reflektieren und managen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Paradigmen moderner Unternehmensanwendungen	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Grundlegende integrative Architekturen, Technologien, Protokolle und Pattern im Bereich nebenläufiger, verteilter, lose gekoppelter, reaktiver Anwendungssysteme.
Die Inhalte werden durchgängig durch konkrete Java-Codierungsbeispiele verdeutlicht und demonstriert.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Themenfelder:

- Grundlagen und Paradigmen von IT-Plattformen / Frameworks / Architekturen zur Entwicklung von Unternehmenssoftware
- Allgemeine Überlegungen und Prinzipien beim Systementwurf (Entkopplung, Fehlertoleranz, Skalierbarkeit)
- Typische Systemarchitekturen für jeweilige Softwarekategorie (z.B. Kommunikation bei verteilten Systemen, REST/Webservices, Microservices, Message Oriented Middleware)
- Wichtige Muster beim Entwurf Cloud-basierter Anwendungen
- Message-orientierte Architekturen, Frameworks, Technologien, Protokolle und Integrations-Patterns:

Entkoppelnde Design Prinzipien und Patterns – Observer, Reactive Streams, Dispatcher-Worker, Consumer-Producer, Bedeutung von Queues
Zustandsbehandlung und Entkopplung (technologisch, logisch, räumlich, zeitlich),
Asynchrone, nicht-blockierende Kommunikation und Message-orientierte Protokolle
Grundlagen, Funktionsweisen und Quality of Service von Messaging-Systemen
Abgrenzung Message Broker (Topic based Routing) und Enterprise Service Bus (Content Based Routing & Filtering)
Message-basierte Architektur des Internet of Things

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundkenntnisse in Softwareentwicklung. Es werden grundlegende Kenntnisse der Programmierung in Java vorausgesetzt. Jedoch werden innerhalb der Vorlesungen die darüber hinaus gehenden Kenntnisse (u.a. Grundlagen Multithreading) vermittelt.

LITERATUR

- Fehling, C., Leymann, F. et al.: Cloud Computing Patterns: Fundamentals to Design, Build, and Manage Cloud Applications, Springer
- Goll, J.: Architektur- und Entwurfsmuster der Softwaretechnik, Springer
- Spichale, K.: API-Design, dpunkt
- Starke, G.: Effektive Softwarearchitekturen. Ein praktischer Leitfaden. Carl Hanser Verlag.
- Toth, S.: Vorgehensmuster für Softwarearchitektur: Kombinierbare Praktiken in Zeiten von Agile und Lean. Carl Hanser Verlag.

Development of Mobile Business Applications (W3M20009)

Development of Mobile Business Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20009	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können selbstständig 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 grundlegende Aufbau und können diese zur Implementierung von Anwendungen nutzen. Die Studierenden verstehen das spezielle Bedürfnis nach einer Absicherung mobiler Applikationen und kennen grundlegende Technologien, um die Sicherheit dieser zu gewährleisten. Neben der Konzeption und Implementierung von individuellen Anwendungen sind die Studierenden in der Lage, den vollen Lebenszyklus einer Anwendung in einem Unternehmenskontext umzusetzen. Dazu zählt auch das Verteilen von Anwendungen an Endkunden oder Mitarbeiter sowie das Management mobiler Geräte.

METHODENKOMPETENZ

Mithilfe der erworbenen Fachkompetenz sind die Studierenden in der Lage typische Fragestellungen methodisch und strukturiert anzugehen und Lösungsalternativen zu bestimmen, zu bewerten und prototypisch umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können für komplexe IT-Projekte im Unternehmensumfeld die Eigenschaften, Einsatzgebiete und Limitationen mobiler Applikationen in den Kontext der Gesamtapplikation einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Development of Mobile Business Applications	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

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, Resourcenlimitiertes 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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aichele, Christian und Schönberger, Markus: App-Entwicklung – effizient und erfolgreich. Eine kompakte Darstellung von Konzepten, Methoden und Werkzeugen. Springer Vieweg

Danger Gardner, Lyza und Grigsby, Jason: Mobiles Web von Kopf bis Fuß. O'Reilly Verlag GmbH & Co. KG

Eschenbach, Andreas: Plattformunabhängige Softwareentwicklung für mobile Endgeräte: HybridApps mit Cross-Platform Toolkits. VDM Verlag

Franke Florian und Ippen, Johannes: Apps mit HTML5, CSS3 und JavaScript: Für iPhone, iPad und Android. Rheinwerk Computing

Franz, Klaus: Handbuch zum Testen von Web- und Mobile-Apps. Testverfahren, Werkzeuge, Praxistipps. Springer Vieweg

Knott, Daniel: Mobile App Testing: Praxisleitfaden für Softwaretester und Entwickler mobiler Anwendungen. dpunkt

Künneth, Thomas: Android 5: Apps entwickeln mit Android Studio. Rheinwerk Computing

Stillmann, Thomas: Apps für iOS 9 professionell entwickeln: Sauberen Code schreiben mit Objective-C und Swift. Stabile Apps programmieren. Techniken & Methoden von Grund auf verstehen. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG

Verclas, Stephan und Linnhoff-Popien, Claudia (Hrsg.): Smart Mobile Apps: Mit Business-Apps ins Zeitalter mobiler Geschäftsprozesse. Springer

Wächter, Mark: Mobile Strategy: Marken- und Unternehmensführung im Angesicht des Mobile Tsunami. Springer Gabler

Advanced Data Management (W3M20011)

Advanced Data Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20011	-	1	Prof. Dr. Christoph Sturm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden durchdringen die Funktionen und Komponenten eines Datenbankmanagementsystems sowie ihr Zusammenspiel und können die grundlegenden Techniken des Query Processings, des Database Tunings anwenden. Sie verfügen über die Fähigkeit aktuelle Ansätze der Datenbankentwicklung (In-Memory Datenbanken, Column Stores, Triple Stores, etc.) zu evaluieren und diese innerhalb bestehender Systeme zu verorten. Dabei können sie alternative Datenbankmodelle (XML, JSON, RDF) und die zugehörigen Anfragesprachen anwenden. Die entsprechenden Daten verwalten sie in NoSQL Datenbanken und integrieren diese in entsprechende Anwendungen. Sie können verteilte Datenbanksysteme analysieren und bewerten. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, neue Anwendungsfelder der Datenbanken (Temporal, Cloud, Big Data) und deren Verarbeitungskonzepte selbständig zu erschließen.

METHODENKOMPETENZ

Das technisch profilierte Fachwissen befähigt die Studierenden, die bestehenden Datenbankmanagementsysteme der Unternehmen zu nutzen, zu warten und nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen zu optimieren bzw. zu erweitern. Es ist ihnen selbstständig möglich, den betrieblichen Anforderungen durch die Anbindung neuer Systeme und Programmiermodelle effektiv Rechnung zu tragen. Hierbei erschließen sie kompetent neue Anwendungsbereiche und leisten den notwendigen Transfer. Zukünftige Neu- und Weiterentwicklungen können mit dem erworbenen Wissen verortet, kritisch reflektiert und auf ihre Realisierbarkeit im Unternehmen überprüft werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden werden für die gesellschaftlichen und ethischen Rahmenbedingungen bei der Verarbeitung und Strukturierung betrieblicher Daten sensibilisiert. Sie können den Wert der Daten einzuschätzen und Anforderungen bezüglich der Datensicherheit ableiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden durchdringen die Verarbeitung von Daten und Informationen als wichtige Grundlage aller Informationssysteme. Dies befähigt sie zum Entwurf eines nachhaltigen, zukunftsorientierten Einsatzes der Techniken und Konzepte der Datenverarbeitung für die Unternehmen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Data Management	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Vertiefende DB Technologien

- Query Processing (Parse, Compile and Execute Queries)
- Query Optimizing Database Tuning

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

In Memory Datenbanken (IMDB)

- Column Stores
- Datenkompression
- Anfrageverarbeitung

Verteilte Datenbanksysteme

- Verteilungsentwurf
- Datenintegration
- Datenreplikation
- Clustering
- DB as a Service / Cloud DBs

NewSQL

Temporalisierung in Datenbanken

Anbindung relationaler Datenbanken in objektorientierten Programmiersprachen

Alternative Datenbankmodelle und NoSQL-Datenbanken

- Flexible Schemas in RDBMS (XML- und JSON-Datenmodelle)
- Key-Value Stores
- Document Stores
- Graph Databases
- Time Series Databases
- RDF Stores

Datenhaltung und Datenverarbeitung im Big Data-Umfeld

- Horizontale Skalierbarkeit
- Distributed Data Storage
- Distributed Logs
- Code Pushdown (Distributed Batch- and Stream-Processing)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Grundlegende Kenntnisse über relationale Datenbanken, Basiskenntnisse in Programmieren.

LITERATUR

- Bauer, C., King, G und Gregory, G. (2015): Java Persistence with Hibernate. 2. Auflage. Manning.
- Curé, O. und Blin, G. (2014): RDF Database Systems. Morgan Kaufmann.
- Date, C. J., Darwen, H. und Lorentzos, N. (2014): Time and Relational Theory. 2. Auflage. Morgan Kaufmann.
- Elmasri, R. und Navathe, S. (2015): Fundamentals of Database Systems. 7. Auflage. Pearson New International.
- Etzion, O., Jajodia, S. und Sripada, S. (1998): Temporal Databases: Research and Practice. Springer.
- Fiore, S. und Aloisio G. (2011): Grid and Cloud Database Management. Springer.
- Härdter, T. und Rahm, E. (2001): Datenbanksysteme Konzepte und Techniken der Implementierung. 2. Auflage. Springer.
- Kemper, A. und Eickler, A. (2013): Datenbanksysteme. 9. Auflage. Oldenbourg Verlag.
- Moos, A. (2008): XQuery und SQL/XML in DB2- Datenbanken. Vieweg+Teubner.
- Petrov, A. (2019): Database Internals. O'Reilly.
- Plattner, H. und Zeier, A. (2012): In-Memory Data Management. 2. Auflage. Springer.
- Saake, G., Sattler, K. und Heuer, A. (2019): Datenbanken: Implementierungstechniken. 4. Auflage. mitp.
- Sadalage, P.J. und Fowler, M. (2013): NoSQL Distilled. Addison Wesley.
- Snodgrass, R. T. (1999): Developing Time-Oriented Database Applications in SQL. Morgan Kaufmann.
- White, T. (2012): Hadoop: The Definitive Guide. 3. Auflage. O'Reilly.

Advanced Topics of Software Engineering (W3M20012)

Advanced Topics of Software Engineering

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20012	-	1	Prof. Dr. Thomas Kessel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die relevanten Werkzeuge und Technologien im Bereich der Softwareentwicklung für betriebliche Informationssysteme. Sie können diese veranschaulichen und vergleichen und anschließend sowohl im theoretischen als auch im betrieblichen Kontext umsetzen bzw. implementieren. Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden typische Praxisprobleme einordnen, mittels der bekannten Theorien analysieren und basierend auf dem erworbenen Wissen die einschlägigen Technologien und Standards zur Lösung anwenden.

METHODENKOMPETENZ

-

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Topics of Software Engineering	50	85

- Teamorientierte und skalierte agile Vorgehensmodelle zur Softwareentwicklung
- Fortgeschrittene Konzepte der Objektorientierung (Entwurfsmuster)
- Implementierung: Ansätze zur Sicherstellung einer hohen Softwarequalität (Coding Style, Dokumentation, etc.)
- Moderne Vorgehensweisen bei der Implementierung: Test Driven Development (TDD), Acceptance Test Driven Development (ATDD)
- Qualitätsmanagement (statische und dynamische Verfahren der Codeanalyse, Fehlerverfolgung, Dokumentation)
- Software Tests (Testarten, Testprozesse, Testfallerstellung, Black-Box/White-Box-Tests, Testüberdeckung)
- Wartung (Pflege und Refactoring)
- Automatisierung, Integration und Auslieferung (Continuous Integration, Continuous Delivery, DevOps)
- Werkzeuge für die Softwareentwicklung, z.B. Test-, Versions- und Konfigurationsmanagement

VORAUSSETZUNGEN

Gute Kenntnisse in Softwareentwicklung, -architekturen und Software Engineering.

LITERATUR

Balzert, Helmut und Balzert, Heide et al.: Lehrbuch der Softwaretechnik. Basiskonzepte und Requirements Engineering. Spektrum Akademischer Verlag.

Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik. Entwurf, Implementierung, Installation und Betrieb. Spektrum Akademischer Verlag.

Balzert, Helmut: Lehrbuch der Softwaretechnik. Softwaremanagement. Spektrum Akademischer Verlag.

Bommer, Christoph und Spindler, Markus: Softwarewartung. Grundlagen, Management und Wartungstechniken. dpunkt.verlag.

Bucsics, Thomas und Baumgartner, Manfred: Basiswissen Testautomatisierung: Konzepte, Methoden und Techniken. dpunkt.verlag

Fowler, Martin: Continuous Integration: Improving Software Quality and Reducing Risk. Addison Wesley.

Ian Sommerville: „Software Engineering“, PearsonEberhard Wolf, „Continuous Delivery: Der pragmatische Einstieg“, dpunkt.verlag.

Ludewig, Jochen und Lichter, Horst: Software Engineering. Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken. dpunkt.verlag.

Mouat, Adrian: Docker: Software entwickeln und deployen mit Containern. dpunkt.verlag.

Rupp, Chris und die SOPHISTen: Requirements-Engineering und Management: Aus der Praxis von klassisch bis agil. Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG.

Spillner, Andreas und Linz, Tilo: Basiswissen Softwaretest: Aus- und Weiterbildung zum Certified Tester - Foundation Level nach ISTQB-Standard. dpunkt.verlag.

Spillner, Andreas und Roßner, Thomas et al.: Praxiswissen Softwaretest - Testmanagement: Aus- und Weiterbildung zum Certified Tester - Advanced Level nach ISTQB-Standard. dpunkt.verlag.

Stahl, Thomas und Völter, Markus et al.: Modellgetriebene Softwareentwicklung. Techniken, Engineering, Management. dpunkt.verlag.

Wiest, Simon: Continuous Integration mit Hudson/Jenkins: Grundlagen und Praxiswissen für Einsteiger und Umsteiger. dpunkt.verlag.

Wolff, Eberhard: Microservices: Grundlagen flexibler Softwarearchitekturen. dpunkt.verlag.

IT-Security Cryptography and Secure Communications (W3M20014)

IT-Security Cryptography and Secure Communications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20014	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen, dass Vertraulichkeit als grundlegendes Prinzip für die Integrität und Sicherheit für die Speicherung und Übertragung von Informationen, immer wichtiger wird. Nach Abschluss des Moduls kennen sie die Grundprinzipien der Kryptographie durch die Vertraulichkeit, Integrität und Nicht-Zurückweisbarkeit zur Verfügung gestellt werden kann. Das dafür erforderliche grundlegende mathematische Verständnis für die Prinzipien der Kryptographie, den Verschlüsselungs- und Entschlüsselungsverfahren für die Ablage und Übertragung von Informationen sowie dem Verständnis für das Management von Schlüsseln wenden sie fallbezogen an. Darüber hinaus kennen die Studierenden wichtige Protokolle der sicheren Datenübertragung und können diese in den Gesamtkontext der Datenübertragung einordnen.

METHODENKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der Kryptographie und der sicheren Datenübertragung verknüpfen die Studierenden lösungsorientiert und bringen sie beispielhaft zur Anwendung.

Die Studierenden erkennen, wo und in welchem Umfang die Methoden und Techniken zur Kryptographie und sicheren Datenübertragung im Unternehmenskontext zum Einsatz gebracht werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sich der Verantwortung im Umgang mit sensiblen Daten und deren Schutzziele bewusst.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Security Cryptography and Secure Communications	50	85

Diskrete Mathematik Grundprinzipien der Kryptographie
 Symmetrische und Asymmetrische Verschlüsselung Schlüsselverteilungsproblem und PublicKey
 Kryptographie Digitale Signaturen & Zertifikate
 Standardisierung in der Kryptographie Netzwerk und Transportsicherungsprotokolle
 Sicherheitsprotokolle in der Anwendungsebene
 Implementierung: HW & SW Lösungen und der Grenzen Kommunikationskanäle, verdeckte Kanäle (Covert Channels)
 Datenintegrität Authentifizierung
 Infrastrukturen für PublicKeyVerfahren

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss des Moduls "Praktische Kommunikationstechnik" oder vergleichbarer Nachweis aus grundständigem Studium.

LITERATUR

Schmeh, Klaus: Cryptography and Public Key Infrastructure on the Internet. John Wiley & Sons. current edition Ferguson, New York.

Schneier, Niels und Schneier, Bruce: Practical Cryptography., John Wiley & Sons. current edition, New York.

Stallings, William: Cryptography and Network Security: Principles and Practice. Prentice Hall. current edition, Toronto.

Information Security Management (W3M20015)

Information Security Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20015	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Informationssicherheit und deren Konzepte. Dabei können Sie aktuelle Themen der Informationssicherheit in einen wirtschaftlichen Kontext einordnen, Sicherheitsrichtlinien analysieren und Maßnahmen der physischen Sicherung festlegen, um daraus die für eine Aufgabenstellung am besten geeigneten Maßnahmen festzulegen. Für diese Maßnahmen können die Studierenden Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen durchführen und beziehen dabei Methoden der Risikoermittlung und -bewertung ein. Darüber hinaus verstehen sie die Bedeutung der Informationssicherheit im Rahmen der Unternehmensstrategie.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Lösungen zu Sicherheitsfragen zu entwerfen und dazu angemessene Sicherheitsstrategien und -richtlinien zu entwerfen und zu implementieren. Darüber hinaus können sie ein Informationssicherheitssystem systematisch bewerten und hinsichtlich seiner Richtlinienkonformität beurteilen. Die wesentlichen Aspekte von Sicherheitsassessments können sie exemplarisch durchführen und wählen Maßnahmen zur Behebung von Sicherheitsmängeln aus, um diese anschließend zu bewerten. Die Studierenden entwerfen in Abstimmung mit der Unternehmensstrategie eine Informationssicherheitsstrategie und leiten aus dieser geeignete Richtlinien ab, um Methoden zu deren Umsetzung zu konzipieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind ihrer Verantwortung für die Schutzziele des Unternehmens und der unterschiedlichen Rollenerwartungen im Praxiskontext bewusst. Informationssicherheitsrelevante Fragestellungen können sie insbesondere im Hinblick auf Strategien und Richtlinien und deren Auswirkungen auf Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und die Gesellschaft bewerten und diskutieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Information Security Management	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

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

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI): Grundschutzzpublikationen. 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 Attack and Defense (W3M20017)

IT-Security Attack and Defense

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20017	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierende können die Angriffsvektoren von typischen Einbruchsszenarien erkennen und nachvollziehen. In diesem Zusammenhang haben sie Unterschiede und Gemeinsamkeiten von typischen Systemumgebungen und deren Schwachstellen (Windows/Unix, Router und Switch, ausgewählte Anwendungssoftware) im Rahmen der Informationssicherheit nachgewiesen. Sie übertragen die erlangten Kenntnisse auf neue Anwendungskontexte. Im Rahmen der Unternehmens-IT analysieren Studierende die Verwendung der gelehnten Methoden und Techniken durch Angreifer und identifizieren geeignete Abwehrstrategien.

METHODENKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der Informationssicherheit können die Studierenden lösungsorientiert verknüpfen, bekannte Schwachstellen erkennen und diese in sicherer Umgebung ausnutzen. Den Umgang mit klassischen Angriffswerkzeugen haben sie erlernt, um daraus geeignete Schutzmaßnahmen abzuleiten und in Schutzsystemen abzubilden. Die Spuren eines Einbruchsvorfalls können die Studierenden lesen, Schutz- und Abwehrmaßnahmen ergreifen und Beweise für eine Strafverfolgung sichern. Für die erlernten IT-Komponenten und IT-Systeme können sie jeweils geeignete Maßnahmen zur Sicherung vornehmen, bewerten und gezielt einsetzen. Sie differenzieren Angriffsmuster und implementieren konkrete Abwehrmaßnahmen und kontrollieren deren Wirksamkeit.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Der Verantwortung im Umgang mit sensiblen Daten sind sich die Studierenden bewusst. Die Grenzen zulässiger Verfahren zur Abwehr von Angriffen auf Computersysteme sind Ihnen bekannt und sie wissen um die Risiken beim Einsatz von Werkzeugen zur Sicherheitsanalyse für die Vertraulichkeit von Informationen von Personen sowie Unternehmen. Dabei erkennen Sie, dass diese Fähigkeiten erhöhte Verantwortung im Umgang mit Informationen und Informationssystemen mit sich bringt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Im Zusammenspiel zwischen technischen und social-Engineering Angriffen entwerfen Studierende einen geeigneten Mix aus organisatorischen und technischen Maßnahmen, die im Zusammenspiel IT-technischer Systeme, Personen und Organisationselementen für eine Verbesserung der Systemsicherheit beitragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
IT-Security Attack and Defense	50	85

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN

Studierende können die Angriffsvektoren von typischen Einbruchsszenarien erkennen und nachvollziehen. Sie haben den Umgang mit klassischen Angriffswerkzeugen erlernt und können daraus geignete Schutzmaßnahmen ableiten und in Schutzsystemen abbilden.
Sie können die Spuren eines Einbruchsvorfalls lesen, Schutz- und Abwehrmaßnahmen ergreifen und Beweise für eine Strafverfolgung sichern.
Sie haben in diesem Zusammenhang Unterschiede und Gemeinsamkeiten von typischen Systemumgebungen und deren Schwachstellen (Windows/Unix, Router und Switche, ausgewählte Anwendungssoftware) im Rahmen der Informationssicherheit kennengelernt und können jeweils geeignete Maßnahmen zur Sicherung vornehmen.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss von "Praktische Kommunikationstechnik" oder vergleichbarer Nachweis aus grundständigem Studium.
Erfolgreicher Abschluss mindestens eines der beiden Module „IT Security“ und „Cryptography and Secure Communications“

LITERATUR

Cole, Eric: Hackers Beware: The Ultimate Guide to Network Security. Pearson Education.
Northcutt, Stephen, et al.: Inside Network Perimeter Security: The Definitive Guide to Firewalls, VPNs, Routers, and Intrusion Detection Systems. Pearson Education.
Skoudis, Edward and Perlman, Radia: Counter Hack: A Step-by-Step Guide to Computer Attacks and Effective Defenses. Prentice Hall Professional Technical Reference.
Spitzer, Lance. Honeypots: Tracking Hackers. Pearson Education. Upper Saddle River.
Spitzer, Lance: Know Your Enemy: Revealing the Security Tools, Tactics, and Motives of the Blackhat Community. Pearson Education.
Nelson, Bill, Philippss, Amelia und Steuart, Christopher: Guide to Computer Forensics and Investigations. Cengage Learning, Boston.

Internet of Things (W3M20020)

Internet of Things

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20020	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Laborarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Technologien und Schnittstellen, die bei verteilten,ressourcenbeschränkten Geräten in unzuverlässigen Kommunikationsnetzen zum Einsatz kommen. Diese Technologien können sie mit den bereits aus anderen Lehrveranstaltungen bekannten Systemarchitekturen und Infrastrukturen integrieren und somit eine durchgängige und umfassende Abbildung eines Anwendungsszenarios ermöglichen. Dementsprechend sind sie in der Lage, Gesamtkonzepte für entsprechende Szenarien aus den Anwendungsgebieten zu erstellen und zu implementieren, die neben den technischen Aspekten auch ökonomische Perspektiven (z.B. im Rahmen der Aushandlung von Dienstgütern oder -kosten) berücksichtigt.

METHODENKOMPETENZ

Anhand der erlernten und mit der Fachkompetenz verknüpften methodischen Vorgehensweise können die Studierenden mittels wissenschaftlich fundierter Methoden zukünftige Projekte einschätzen und kritisch reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden bewerten Praxis und methodisches Handeln in Bezug auf berufsethische Standards. Im Umgang mit Informationen, die über die ubiquitären Informationssysteme des IoT generiert werden, sind sie sich Ihrer Verantwortung bewusst und lassen besondere Sorgfalt walten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Aus der Analyse und Einschätzung von exemplarischen Praxisfällen im Bereich der Digitalisierung in Bezug auf die Alltagswelt als auch auf das Unternehmensumfeld leiten die Studierenden entsprechende Handlungskonsequenzen ab. Dabei können sie erlernte theoretische Inhalte und Modelle auf ihre Praxis transferieren und diese umgekehrt an Praxisbeispielen prüfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Internet of Things	50	85

Konzeption und Implementierung cyberphysischer Systeme und digitaler Zwillinge und die damit einhergehenden Kommunikations- und Netzwerkstandards (Netzwerktechnologien, Routingprotokolle, Kommunikationsprotokolle wie 6LoWPAN und CoAP, Delay Tolerant Networks) sowie Programmiermodelle (z.B. ereignisgesteuerte Modelle oder Echtzeit-Modelle). Weiterhin die Einbindung der genannten Einzelsysteme in Gesamtinfrastrukturen (z.B. die Intranet/Internetweite Dienstbeschreibung, Dienstsuche und Dienstnutzung, Schnittstellenkonzepte, die Integration mit betrieblichen Informationssystemen etc) unter Wahrung der IT-Sicherheit. Auf ökonomischer Ebene werden diese Infrastrukturen in den Kontext unterschiedlicher Anwendungsfelder gesetzt (Smart City/Factory/Grid/Transportation, Industrie 4.0 etc.) und mit Geschäftsmodellen und Service Levels unterlegt.

BESONDERHEITEN**VORAUSSETZUNGEN****LITERATUR**

- Andelfinger Volker P. und Hänsch, Till: Internet der Dinge: Technik, Trends und Geschäftsmodelle. Springer.
- Bahga, Arshdeep und Madisetti, 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.
- Couloris, 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.
- Taege, 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.

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

Blockchain technology, smart contracts and digital platforms

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20023	-	1	Prof. Dr. Sebastian Richter	Deutsch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Modulprüfung - Mündliche Prüfung + Transferbericht (Gewichtung: 50% / 50%)	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die technische Funktionsweise ausgewählter Blockchain/Distributed Ledger-Designs, um sie auf Geeignetheit spezieller Geschäftsmodelle bewerten und auswählen zu können. Dieses technologische Verständnis dient dem Transfer in spezielle Anwendungskontexte. Hierbei sollen die Studierenden das Änderungspotential innerhalb dieser Anwendungskontexte analysieren und bewerten können. Dabei ist es untern anderem wichtig, auf theoretischer Basis die Problemlösungsdimensionen der Technologieklasse in die Problemlösungsdimensionen des Managements zu überführen. Darüber hinaus werden die Auswirkungen von Token, die technisch gesehen auf Blockchains basieren, auf wirtschaftliche Strukturen untersucht und von den Studierenden verstanden. Dadurch wird insbesondere die Gestaltungskompetenz der Studierenden im betrieblichen Anwendungskontext gefördert.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen unter Anleitung spezifische Probleme mittels der Programmierung von Smart Contracts zu lösen. Hierbei steht die Bewertung des Quellcodes im Vordergrund, so dass vor allem Studierenden mit wenig/keiner Programmierkenntnis ein Zugang zum Problemlösungspotential der Technologie gegeben wird.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden öffnen sich einer neuen Technologieklasse, und können deren Begriffe sicher kommunizieren. Sie reflektieren, wann die Technologie einzusetzen ist, indem sie die technologische und betriebswirtschaftliche Dimension der Technologie vereinen. Sie sind so verantwortungsvoller Anführer in der mit der Technologieklasse verbundenen innovativen Weiterentwicklung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Blockchain-Technologie, Smart Contracts und digitale Plattformen	50	85
Bitcoin als Beispiel einer Blockchain-Implementierung		
Grundlagen der technischen, insbesondere kryptografischen Bestandteile der BCT,		
Sicherheitsbetrachtungen		
Entscheidungsprinzipien verteilter Transaktionssysteme		
Blockchain-Typen und -implementierungen		
Praktische Implementierung von Smart Contracts (etwa am Bsp. Ethereum)		
Durch BCT adressierte Problemdimensionen; Anwendungsfälle		
Business Cases und BCT-Klassen		
Blockchain-Ökosysteme		

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus den Prüfungsteilen: Mündliche Prüfung + Transferbericht (Gewichtung: 50% / 50%)

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Burgwinkel, D. (Hrsg.) (2016): Blockchain Technology. Einführung für Business- und IT-Manager, De Gruyter Oldenbourg: Berlin, Boston

Giese, P., M. Preuss & M. Kops (2016): Die Blockchain Bibel. DNA einer revolutionären Technologie, BTC-Echo: Kleve, München

Giese, P., M. Preuss, M. Kops, S. Wagenknecht & D. de Boer (2016): Die Bitcoin Bibel. Das Buch zur digitalen Währung, BTC-Echo: Kleve, München

Sixt, E. (2017): Bitcoins und andere dezentrale Transaktionssysteme. Blockchains als Basis einer Kryptoökonomie. Springer Gabler: Wiesbaden

Witt, J. & S. Richter (2018): Ein problemzentrierter Blick auf Blockchain-Anwendungsfälle. Proceedings of the MKWI 2018, 06.-09.03.2018, Lüneburg

Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (W3M20024)

Applications of Artificial Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20024	-	1	Prof. Dr. Thomas Kessel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden 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

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Anwendungen der Künstlichen Intelligenz	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Systematisierung von Begriffen aus dem Kontext „Künstliche Intelligenz“ und Rahmenbedingungen
Anwendungsszenarien von Verfahren aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz, z.B.
- Computer Vision / Audition / Linguistics
- Robotik
- Forecasting
- Discovery
- Planning and Search
- Creation
Aktuelle Entwicklungen, z. B. Autonomie (Drohnen, Fahrerlose Systeme, Autonome Automaten), Text- / Bildgeneratoren, Neural Computing
Kritischer Diskurs im Hinblick auf Datenschutz, Modellfehler sowie ethische und gesellschaftliche Aspekte des zunehmenden Einsatzes von Verfahren der Künstlichen Intelligenz
Technologieauswahl, Geschäftsmodelle und Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen anhand von Fallstudien,
Paradigmen, Turing-Test
Grundlagen der Künstlichen Intelligenz, hierbei sollen ausgewählte Technologien betrachtet werden, wie z.B.
- Agentensysteme und ihre Umgebungen
- Klassische Suchverfahren zur Problemlösung: Tiefen- und Breitensuche
- Problemlösung durch informierte und heuristische Suche, z.B. A*
- Adversale Suche bei Spielen/Entscheidungen (d.h. unter Berücksichtigung der Züge des Gegners): z.B. Alpha-Beta-Ansatz
- Problemlösung unter Randbedingungen (Constraints): Backtracking und seine Verbesserungen
- Logisch-basiertes Problemlösen: Wissensmodellierung, Inferenzen, Vorwärts- und Rückwärts-verkettung
- Wissensrepräsentation: Formalismen der Darstellung von Wissen und darauf aufbauende Verfahren des Schließens

Maschinelles Lernen:

- Maschinelles Lernen (Lernmodelle und –verfahren: z.B. Lernen von Beispielen, überwachtes Lernen, statistisches Lernen)
- Weitere Formen der künstlichen Intelligenz: z.B. Schwarmintelligenz
Klassifikationsverfahren: z.B. Support-Vector-Machine, Neuronale Netze, Entscheidungssysteme
Anwendung der Klassifikation in Geschäftsprozessen: z.B. Process Mining, Decision Mining

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die Lehrveranstaltung ist eine Einführung in die Künstliche Intelligenz, sie wendet sich an alle interessierten Studierenden z.B. aus der BWL, Informatik, Wirtschaftsinformatik und dem Wirtschaftsingenieurwesen.

VORAUSSETZUNGEN

Es werden keine Programmierkenntnisse vorausgesetzt. Grundlegende Kenntnisse in Informatik (z.B. Algorithmus) oder Technologien der Digitalen Transformation oder inhaltlich gleichwertige Kenntnisse werden vorausgesetzt.

LITERATUR

- Ertel, W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz: Eine praxisorientierte Einführung, Springer Vieweg
- Frochte, J.: „Maschinelles Lernen“, Hanser
- Russell, S., Norvig, P.: Künstliche Intelligenz, Pearson Studium

Business Data Science (W3M20025)

Business Data Science

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20025	-	1	Prof. Dr. Christoph Sturm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden vergleichen die Anwendungsgebiete von Data Science und KI/Machine Learning in Unternehmen und Organisationen (Enterprise Data Science) und sind in der Lage die Chancen und den Nutzen von Data Science kritisch zu bewerten. Sie besitzen die Fähigkeit die Situation innerhalb ablaufender Data Science Prozesse zu lokalisieren, zu bewerten und gegebenenfalls korrigierend einzutreten. Die Studierenden können verschiedene Arten des Lernens untersuchen und die zugehörigen Lernalgorithmen zur Analyse großer Datenmengen evaluieren und situativ passend auswählen. Sie können die Algorithmen auf diversen Plattformen des maschinellen Lernens anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierende können bewerten, ob eine betriebliche Frage durch Data Science und Machine Learning beantwortet werden kann. Sie können unter Anleitung ausgewählte Methode der datengetriebenen Informations- und Wissensgewinnung zur Beantwortung dieser Fragen einsetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die datengetriebene und datenzentrierte Entscheidungsfindung und den betriebswirtschaftlichen Wert von Daten.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Business Data Science	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Data Science

- Definition / Einführung
- Data-Analytic Thinking
- Business Problems and Data Science Solutions

Data Science als Prozess

- Datenvorverarbeitung / Feature Engineering
- Analyse großer Datenmengen
- Wissensgenerierung und Wissensmodelle
- Anwendung des Wissens

Data Science und Machine Learning

- Arten und Modelle des Maschinellen Lernens
- Elementare Evaluation der Modelle: Lernen und Testen
- Anwendung

Data-Science-Projekte

- CRISP-DM, Knowledge Discovery from Data (KDD)

Data Science Use Cases

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEiten

Besonders geeignet für Studierende ohne vertiefte Programmierkenntnisse

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- W. S. Cleveland. Visualizing Data. Hobart Press (1993)
- W. S. Cleveland. The Elements of Graphing Data. Hobart Press (1994)
- S. Few. Now You See It: Simple Visualization Techniques for Quantitative Analysis. Analytics Press (2006)
- U. Leser und F. Naumann. Informationsintegration. dpunkt.verlag (2006)
- F. Provost und T. Fawcett. Data Science for Business. Cambridge University Press (2014)
- B. Schmarzo. Big Data: Understanding How Data Powers Big Business. Wiley (2013)
- T. Segaran und J. Hammerbacher, Jeff. Beautiful Data. O'Reilly (2009)
- E. R. Tufte. Visual Display of Quantitative Information. 2. Auflage. Bertrams (2001)

Data Science – Processes and Algorithms (W3M20026)

Data Science – Processes and Algorithms

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20026	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur [50%] und Laborarbeit [50%]	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen fundierten Einblick in die Konzepte und Anwendungsgebiete von Data Science und Machine Learning. Sie lernen die Anwendungsgebiete von Data Science in verschiedenen Kontexten kennen - Enterprise DS, Robotik, Internet der Dinge, Smart Cities, etc. - und können den Mehrwert der Wissensgewinnung aus großen Datenmengen bewerten. Sie verstehen die Funktionsweise spezifischer Lernalgorithmen zur Analyse großer Datenmengen und zur Wissensgewinnung aus Daten und wissen, wie mit diesen Algorithmen Wissensmodelle erzeugt werden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierende können die Methoden der datenbasierten Analyse und Wissensgewinnung anwenden und bewerten. Sie können insbesondere evaluieren, welche Methoden und Algorithmen in bestimmten Anwendungsfällen und Fragestellungen zielführend sind. Sie sind in der Lage, die Methoden und Algorithmen in den entsprechenden Anwendungsszenarien einzusetzen und deren Anwendung an die spezifischen Rahmenbedingungen anzupassen. Sie können die Güte der Analysen und der erzeugten Wissensmodelle bewerten, optimieren und operativ einsetzen. Die Studierenden können Data-Science-Projekte planen und zielgerichtet durchführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die datenzentrierte Analyse und Wissensgewinnung und sind in der Lage, diese zu bewerten und anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Data Science – Processes and Algorithms	50	85

Grundlagen Data Science und Machine Learning

- Data Science – Definition und Anwendungsgebiete

- Data Science als Prozess / CRISP-DM, KDD

- o Datenauswahl

- o Datenvorverarbeitung / Feature Engineering

- Datenarten, Datenverständnis, Datenvisualisierung Datenqualität

- Datenintegration

- Datenreduktion

- o Datentransformation

- o Wissensgewinnung und Modellbildung

- o Interpretation und Anwendung des Wissens

- Methoden der Wissensgewinnung

- o Supervised learning

- o Unsupervised learning

- o Reinforcement Learning

- Lernalgorithmen und Techniken für die Analyse großer Datenmengen

- Machine Learning

- Evaluation der Modelle

Anwendung von Data Science und Machine Learning

- Python- und Machine-Learning-Bibliotheken

- Data-Science- und Machine-Learning-Plattformen

- Hands-On-Projekte und Praxisbeispiele mit Python, TF, Keras, YOLO, etc.

BESONDERHEITEN

Die Kombinierte Prüfung besteht aus Laborarbeit [50%] und Klausur [50%].

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- E. Alpaydin. Introduction to Machine Learning. MIT Press (2014)
- J. Bell. Machine Learning – Hands-On for Developers and Technical Professionals. Wiley (2014)
- Ch. Bishop. Pattern Recognition and Machine Learning. Springer (2011)
- D. Cielen, A. D. B. Meysman, M. Ali. Introducing Data Science. Manning (2016)
- S. Cooper. Data Science from Scratch. Create Space Independent Publishing Platform (2018)
- M. Deru and N. Alassane. Deep Learning. Rheinwerk (2020)
- A. Géron. Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn and TensorFlow. O'Reilly (2017)
- J. Han, M. Kamber, J. Pei. Data Mining. Concepts and Techniques. Third Edition. Elsevier (2012)
- J. Leskovec, A. Rajaraman, J. D. Ullman. Mining of Massive Data Sets. CUP (2014)
- N. Marz. Big Data. Manning (2015)
- F. Provost, T. Fawcett. Data Science for Business. O'Reilly (2013)
- S. Raschka. Machine Learning with Python. mitp (2017)
- B. Schmarzo. Big Data: Understanding How Data Powers Big Business. Wiley (2013)
- W. M. P. van der Aalst. Process Mining. Springer (2011)
- M. J. Zaki, W. Meira Jr. Data Mining and Analysis. Cambridge University Press (2014)

Big Data Engineering (W3M20027)

Big Data Engineering

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20027	-	1	Prof. Dr. Christoph Sturm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur (50%) und Laborarbeit (50%)	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit die Anwendungsbereiche von Big Data zu untersuchen und zu bewerten. Sie entwerfen Big Data Architekturen und evaluieren deren Einsatzgebiete, Stärken und Schwächen kritisch. Die Studierenden können Big Data Processing Frameworks zur Datenverarbeitung selbstständig auf betriebliche Problemstellungen übertragen und reflektieren.

Die Studierenden sind in der Lage verschiedene Data Lake Architekturkonzepte einander gegenüberzustellen. Sie können ihr erworbenes Handlungswissen im Bereich Data Engineering benutzen, übertragen und eigene Problemlösungsstrategien entwerfen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die üblichen Methoden und Techniken von Big Data und Data Engineering in ihrem Unternehmen selbstständig einsetzen und reflektiert weiterentwickeln. Sie haben die Fähigkeit die Grenzen und Möglichkeiten der Methoden für das Vorhaben ihres Unternehmens reflektiert einzuschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Fähigkeit die Aussagekraft von Datenanalysen auf Basis der Bewertung der zugrundeliegenden mit Data Engineering Methoden aufbereiten Daten zu deuten und kritisch zu hinterfragen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Big Data Engineering	50	85

Big Data

- Small vs. Big Data
- Chancen und Auswirkungen von Big Data
- Big Data Use Cases
- Communication Cost Model

Architekturen

- Lambda- Architektur
- Kappa-Architektur

Big Data Processing Frameworks

- Code Pushdown
- Batch Processing
- Stream Processing

BESONDERHEiten

Die Kombinierte Prüfung besteht aus einer Laborarbeit [50%] und einer Klausur [50%].

VORAUSSETZUNGEN

DB Kenntnisse, Programmierkenntnisse

LITERATUR

- Crickard, P. (2020): Data Engineering with Python. Packt Publishing.
Gorelik, A. (2019): The Enterprise Big Data Lake. O'Reilly
Inmon, B. (2016): Data Lake Architecture. Technics Publications
John, T. , Misra, P. (2017):Data Lake for Enterprises. Packt Publishing.
Kleppmann, M. (2017): Designing Data-Intensive Applications. O'Reilly.
Kunigk, J., Buss, I., Wilkinson, P. und George, L. : Architecting Modern Data Platforms. O'Reilly
Malaska, T. , Jonathan Seidman, J. (2018): Foundations for Architecting Data Solutions. O'Reilly
Malaska, T. (2019): Rebuilding Reliable Data Pipelines Through Modern Tools. O'Reilly
Marz, N., Warren, J. (2015): Big Data. Manning
Schmarzo, Bill (2013): Big Data: Understanding How Data Powers Big Business. Wiley.

Software Quality Engineering (W3M20029)

Software Quality Engineering

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20029	-	1	Prof. Dr. Katja Wengler	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
133	48	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Motivation, Anwendungsfälle und Szenarien zu Aspekten des Qualitätsmanagements im Software-Lebenszyklus. Sie sind in der Lage die aktuellen Qualitätsmaßnahmen in ihren Unternehmen zu analysieren, die Effektivität zu reflektieren und diese anzupassen bzw. zu erweitern, um die Software-Qualität zu steigern.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Techniken und Methoden zum konstruktiven und analytischen Qualitätsmanagement und können sie voneinander abgrenzen. Sie haben langfristiges und konzeptionelles Wissen über geeignete Methoden und Techniken zur Qualitätssicherung und können diese bewerten und anwenden. Sie analysieren existierende Ansätze des Qualitätsmanagements, reagieren auf sich ändernde Anforderungen und beurteilen bzw. entwickeln Konzepte zur Umsetzungen dieser Anforderungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden entwickeln ein vertiefendes Verständnis für die Notwendigkeit der Software-Qualität zur Effizienzsteigerung. Sie können selbstständig und lösungsorientiert Software-Projekte in Bezug auf Qualität verbessern und weiterentwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Notwendigkeiten einer guten Softwarequalität und wie man diese erreichen kann. Auf dieser Basis können sie aktuelle Anfragen und Projektierungen verstehen, Erklärungen formulieren und Lösungsmöglichkeiten entwerfen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Software Quality Engineering	48	85

Ziel der Vorlesung ist es, interdisziplinäre Ansätze zur Entwicklung qualitativ hochwertiger Software kennenzulernen, zu evaluieren und in der Praxis zu erproben. Aktuelle Forschungs- und Entwicklungstrends werden einbezogen.

Dabei geht es z.B. um die Analyse und Optimierung von Software-Systemen während des gesamten Software-Lebenszyklus. Je nachdem welche Vorkenntnisse und Interessen die Studierenden mitbringen, werden Themen wie z.B. Source Code Metriken, Refactoring, Clean Code, Testen, Usability, Reviews oder Design Pattern sowie neuartige Vorgehensmodelle und Werkzeuge erarbeitet und angewendet.

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Schneider, K: Abenteuer Softwarequalität. Grundlagen und Verfahren für Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement. dpunkt.verlag, Heidelberg

Wallmüller, E.: Software Quality Engineering: Ein Leitfaden für bessere Software-Qualität, Carl-hanser-Verlag, München

Vertiefende Literatur wird abhängig von den jeweils verwendeten Methoden und Prozessen in der Vorlesung bekannt gegeben.

Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik (W3M20030)

Applied Research in Business Informatics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20030	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	blended-learning

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Modulprüfung - Projektskizze (40%) und Referat (60%)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können die Methoden und Formen wissenschaftlichen Arbeitens nennen und erklären. Darüber hinaus kennen sie den Unterschied zwischen nichtwissenschaftlichen und wissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen. Die für wissenschaftliche Arbeiten wesentlichen statistischen Methoden und deren Einsatzbereiche und Grenzen sowie die wesentlichen theoretischen Modelle der Wirtschaftsinformatik und des Information System Research sind ihnen bekannt. Darüber hinaus sie 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 Konstrukt eingesetzte Methodik. Dieses Konstrukt spiegeln die Studierenden am eigenen Praxiskontext, um ein vorliegendes praktisches Problem zu abstrahieren und zu klassifizieren. Die Studierenden ordnen ihre Erfahrungen aus dem betrieblichen Umfeld in einen passenden theoretischen Kontext ein, um daraus methodisch Ansätze vorzuschlagen, die geeignet sind, Problemlösungen in der betrieblichen Praxis zu finden. Darüber hinaus können sie eine wissenschaftliche These formulieren und begründen. Die fachgerechte Strukturierung eines Forschungs- oder wissenschaftlichen Projektantrags ist ihnen inklusive der entsprechenden Ausarbeitung und Verteidigung möglich.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende sind in der Lage komplexe Sachverhalte zu analysieren und Lösungsansätze in Wort und Schrift zu erläutern und präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten fachlichen Gebiete können die Studierenden lösungsorientiert verknüpfen. Dazu konzipieren sie anwendungsorientierte (Forschungs-)projekte, in denen die erlernten theoretischen Modelle und Methoden zur Lösungsfindung eingesetzt werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

LV1 (Forschungsmethoden der Wirtschaftsinformatik und Informatik):

Wissenschaftsbegriff

Methoden wissenschaftlichen Arbeitens insbes. im Bereich Wirtschaftsinformatik und Informatik

Literaturrecherche insbes. kritischer Umgang mit Quellen und Literatur

Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten mit informationstechnischem Charakter

Wissenschaftliche Präsentation

Entwicklung von Projekt- und Forschungsanträgen

Anfertigen einer wissenschaftlichen Veröffentlichung

Selbstorganisation in der Forschungsarbeit

LV2 (Forschungsmethoden der Wirtschaftswissenschaften):

Grundlagen der empirischen Forschung

- Definition und Einordnung

- idealtypischer Prozess

- Qualitätskriterien: Objektivität, Reliabilität, Validität; Fehlertypologie

Datenerhebung

- Datenerhebungsmethode (Primärdaten: Beobachtung, Befragung, Experiment,

Panelforschung; Sekundärdaten)

- Stichprobenauswahl (Auswahlverfahren, Repräsentativität)

- Gestaltung des Erhebungsinstruments (Skalierung und Skalenniveaus, Grundlagen zu

Befragungsmethoden und Fragebogengestaltung, Pretest)

Datenanalyse und -interpretation

- Grundlagen

- Kategorisierung deskriptive vs. induktive Verfahren

- Abgrenzung uni-, bi- und multivariate Verfahren

- univariate und bivariate Verfahren

- Grundlagen zu inferenzstatistischen Verfahren und Hypothesentests: Null- und

Gegenhypothese, Signifikanzniveau, Teststatistik

- Multivariate Verfahren

- Überblick über gängige Verfahren

- Verfahren der Dependenzanalyse im Detail

- Regressionsanalyse

- Varianzanalyse

- Verfahren der Interdependenzanalyse im Detail

- Faktorenanalyse

- Clusteranalyse

- Werkzeuge zur statistischen Datenanalyse

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsleistung ist als kombinierte Prüfungsleistung zu gestalten und besteht in der Regel aus einer Projektskizze (Gewichtung: 40%) und einem Referat (Gewichtung: 60%).

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Backhaus, Klaus, Erichson, Bernd, Plinke, Wulff und Weiber, Rolf: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Springer. Heidelberg.

Eberhard, Kurt: Einführung in die Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie. Kohlhammer. Stuttgart

Frank, Ulrich (Hrsg.): Wissenschaftstheorie in Ökonomie und Wirtschaftsinformatik: Theoriebildung und –bewertung, Ontologien. Wissensmanagement. Wiesbaden.

Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J. und Anderson, Rolph E.: Multivariate Data Analysis. Pearson. (relevant: Kapitel 3 Factor Analysis, Kapitel 4 Multiple Regression Analysis, Kapitel 6 Multivariate Analysis of Variance, Kapitel 8 Cluster Analysis)

Herrmann, Andreas, Homburg, Christian und Klarmann, Martin (Hrsg.): Handbuch Marktforschung: Methoden - Anwendungen – Praxisbeispiele. Springer Gabler. Wiesbaden.

Kohler, Ulrich und Kreuter, Frauke: Datenanalyse mit Stata. Allgemeine Konzepte der Datenanalyse und ihre praktische Anwendung. De Gruyter Oldenbourg.

Wooldridge, Jeffrey M.: Introductory Econometrics: A Modern Approach, Mason OH.

Fachartikel zum Selbstverständnis der Wirtschaftsinformatik als Wissenschaft

Zahlreiche Tutorials/Ressources zu Stata können im Internet gefunden werden: <http://www.stata.com/links/resources-for-learning-stata/>

Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik (W3M20031)

Research Project in Business Informatics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20031	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	24	111	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage eine Problematik aus dem betrieblichen Umfeld in einen passenden theoretischen Kontext einzuordnen und dazu eine wissenschaftliche These zu formulieren und zu begründen. Die dazugehörige Fachliteratur können sie systematisch recherchieren und mit deren Quellen wissenschaftlich umgehen sowie deren Qualität bewerten und in die eigene Arbeit sachgerecht einbeziehen.
Die Studierenden ordnen ihre Erfahrungen aus dem betrieblichen Umfeld in einen passenden theoretischen Kontext ein, um daraus Anregungen zu Verfahren, Methoden und Problemlösungen für die betriebliche Praxis abzuleiten und zu formulieren.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können eine praxisbezogene Problemstellung abstrahieren und auf eine generalisierte Problemstellung übertragen. Dazu wenden sie die Methoden und Formen wissenschaftlichen Arbeitens auf betriebliche Aufgabenstellungen mit einem informationstechnischen Fokus an. Dazu führen sie eine systematische Analyse der wissenschaftlichen Literatur im identifizierten Problem- oder Themenfeld durch, um geeignete Literatur nach wissenschaftlichen Kriterien auszuwählen. Die Auswahl einer geeigneten Methodik können die Studierenden aus praktischer Anschauung und Literatur begründen, die abstrakte Problemstellung unter Anwendung der Methodik zu einer allgemeinen Problemlösung führen und deren Anwendbarkeit auf den zu Grunde liegenden Sachverhalt nachweisen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende sind in der Lage komplexe Sachverhalte zu analysieren und Lösungsansätze in Wort und Schrift zu erläutern und präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten fachlichen Gebiete können sie lösungsorientiert verknüpfen, um daraus anwendungsorientierte (Forschungs-)projekte zu konzipieren, in denen die erlernten theoretischen Modelle und Methoden zur Lösungsfindung eingesetzt werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik	24	111

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Forschungsprojektarbeit:

Die Studierenden fertigen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftsinformatischen oder informationstechnischen Praxisthema an.

Die Aufgabe besteht in der Abstraktion eines Praxisproblems, seiner korrekten wissenschaftlichen Einordnung und der Bearbeitung mit einer methodischen Lösungssuche.

Eine Ergebnispräsentation schließt die Arbeit ab.

Projektseminar:

Einordnen der ausgewählten wissenschaftlichen Theorien und Methoden

Austausch und Diskussion über

- Beobachtetes Praxisproblem
 - Geeignete theoretische Modelle zur Einordnung
 - Abstraktion und Generalisierung der Problemstellung in eine wissenschaftliche Fragestellung/These und der Lösungsansätze
 - Geeignete methodische Ansätze zur Beantwortung der Fragestellung/Nachweis der These
- Wissenschaftliche Präsentation von
- Fragestellung,
 - methodischen Ansätzen,
 - Zwischenergebnissen und
 - Ergebnissen

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die Forschungsprojektarbeit hat einen Umfang von 15 - 20 Seiten (erste Seite Einleitung bis letzte Seite Zusammenfassung, ohne Verzeichnisse, Deckblatt, Anhänge, etc.). Sie wird in einer Bearbeitungszeit von i.d.R. drei Monaten erstellt. Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind:

Projektarbeit 70 % und Mündliche Prüfung 30 %. In der begleiteten Seminarveranstaltung darf die Teilnehmeranzahl 13-15 Teilnehmer nicht überschreiten, um den intensiven Diskussionscharakter und den Austausch im Rahmen des Projektseminars zu fördern.

Im Rahmen der Seminarveranstaltung sind Studienleistungen zu erbringen: Kurzpräsentationen (5-7min) mit Diskussion zur These der Arbeit, zum methodischen Ansatz und zu den Ergebnissen sowie eine 15-20 min Präsentation zur Vorstellung der theoretischen Grundlagen, Begründung der ausgewählten Methodik und Zwischenergebnissen.

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss des Moduls Forschungsmethoden der WI oder vergleichbare Kenntnisse.

LITERATUR

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

Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik II (W3M20032)

Research Project in Business Informatics II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20032	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	24	126	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen sicher den passenden theoretischen Kontext zu einer Problematik aus dem eigenen 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

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Forschungsprojektarbeit:

Die Studierenden fertigen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftsinformatischen oder informationstechnischen Praxisthema an.

Die Aufgabe besteht in der Abstraktion eines Praxisproblems, seiner korrekten wissenschaftlichen Einordnung und der Bearbeitung mit einer methodischen Lösungssuche.

Eine Ergebnispräsentation schließt die Arbeit ab.

Projektseminar:

Einordnen der ausgewählten wissenschaftlichen Theorien und Methoden

Austausch und Diskussion über

- Beobachtetes Praxisproblem
 - Geeignete theoretische Modelle zur Einordnung
 - Abstraktion und Generalisierung der Problemstellung in eine wissenschaftliche Fragestellung/These und der Lösungsansätze
 - Geeignete methodische Ansätze zur Beantwortung der Fragestellung/Nachweis der These
- Wissenschaftliche Präsentation von
- Fragestellung,
 - methodischen Ansätzen,
 - Zwischenergebnissen und
 - Ergebnissen

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Von den beiden Modulen Forschungsprojektarbeit I und II soll eine eher betriebswirtschaftliche, die andere eine eher informationstechnische Fragestellung behandeln. Die Forschungsprojektarbeit II soll i.d.R. als Gruppenarbeit mit i.d.R. bis zu 3 Mitgliedern ausgestaltet werden. Die individuellen Leistungen in einer Gruppenarbeit werden über eine eigenständige Forschungsprojektarbeit dokumentiert. Die Forschungsprojektarbeit hat einen Umfang von 15-20 Seiten (erste Seite Einleitung bis letzte Seite Zusammenfassung, ohne Verzeichnisse, Deckblatt, Anhänge, etc.). Die Bearbeitungszeit beträgt i.d.R. 2 Monate. Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen, die wie folgt gewichtet sind: Projektarbeit 70 % und Mündliche Prüfung 30 %. In der begleiteten Seminarveranstaltung darf die Teilnehmeranzahl 13-15 Teilnehmer nicht überschreiten, um den intensiven Diskussionscharakter und den Austausch im Rahmen des Projektseminars zu fördern. Im Rahmen der Seminarveranstaltung sind Studienleistungen zu erbringen: Kurzpräsentationen (5-7min) mit Diskussion zur These der Arbeit, zum methodischen Ansatz und zu den Ergebnissen sowie eine 15-20 min Präsentation zur Vorstellung der theoretischen Grundlagen, Begründung der ausgewählten Methodik und Zwischenergebnissen. An diesen Aktivitäten partizipieren die Gruppenmitglieder in vergleichbarem Umfang.

Das Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

W3M20030 und W3M20031

LITERATUR

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

Studienarbeit (W3M20033)

Study Project

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20033	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Studienarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	0	135	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen Methoden und Formen wissenschaftlichen Arbeitens und können diese auf eine Fragestellung anwenden. Sie sind in der Lage, Lösungsansätze aus der wissenschaftlichen Literatur abzuleiten und vorgeschlagene Lösungen in den passenden theoretischen Kontext einzuordnen. In begrenzter Zeit können sie eine mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeitende Aufgabenstellung aus einem oder mehreren Gegenstandsbereichen der Wirtschaftsinformatik bewältigen und im Rahmen einer schriftlichen Arbeit sachgerecht darstellen. Die dazugehörigen Zielsetzungen, Methoden und Techniken der im Studium kennengelernten fachlichen Gebiete können sie lösungsorientiert verknüpfen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Methoden und Formen des wissenschaftlichen Arbeitens auf eine wissenschaftliche Fragestellung anzuwenden. Eine Aufgabenstellung und deren Lösung können sie im Rahmen einer schriftlichen Arbeit sachgerecht darstellen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende können sich im fachlichen Umfeld über Probleme, Konzepte und Umsetzungsalternativen austauschen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierende sind fähig auch außerhalb des unmittelbaren betrieblichen Kontextes, selbstständig Problemlösungen zu analysieren, zu entwickeln und/oder zu implementieren.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Studienarbeit	0	135

Die Studierenden fertigen eine wissenschaftliche Arbeit zu einem wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftsinformatischen oder informationstechnischen Forschungsthema an. Dieses Thema soll – in Abgrenzung zur Forschungsprojektarbeit – einen aktuellen Forschungsbezug aufweisen und soll i.d.R. nicht aus dem praktischen Umfeld des Studierenden stammen.

BESONDERHEITEN

Die Studienarbeit wird in einer Bearbeitungszeit von in der Regel 6 Monaten erstellt und hat einen Umfang von 20 - 30 Seiten (nur Text ohne Verzeichnisse, Deckblatt, Anhänge, etc.). Das Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Das Modul W3M20030 Forschungsmethoden muss erfolgreich abgeschlossen sein.

LITERATUR

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

Aktuelle Themen der Wirtschaftsinformatik (W3M20034)

Contemporary Topics in Business Informatics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20034	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Seminararbeit (75%) und Mündlichen Prüfung (25%).	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden eignen sich selbstständig angewandtes Forschungswissen aus den Bereichen Wirtschaftsinformatik oder Informatik in den vom Betreuer vorgegebenen Themen an. Sie beherrschen die eigenständige Nutzung wissenschaftlicher Methoden in Wort und Schrift, die im Rahmen der Veranstaltung ständig optimiert und in der Gruppe reflektiert wird. Dieses Modul fördert die Studierenden durch vertiefte, über eine Vorlesung hinausgehende Einarbeitung in ein Thema, indem auf Forschungsprobleme und deren Praxistauglichkeit fokussiert wird. Dieses Modul befähigt die Studierenden zur Orientierung in spezialisierter Forschungsliteratur/Forschungslandschaften.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben und demonstrieren die Fähigkeit, sich aktuelle Veröffentlichungen zum vorgegebenen Thema aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften zu erschließen. Sie können deren Inhalte in schriftlicher und mündlicher Form eigenständig darstellen. Ferner zeigen sie die Fähigkeit, diese in den Kontext der wissenschaftlichen Diskussion einzurichten und diese einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erarbeiten sich eigenständig den Forschungsstand und weitgehend selbstgeleitet relevante Forschungsansätze und unterziehen diese einer kritischen Bewertung. Die Vermittlung dieser Ergebnisse fördert die Fähigkeit, eine selbstständige, wissenschaftlich reflektierte Position einzunehmen (personale Kompetenz). Ferner tragen sie durch den interaktiven Charakter der Lehrveranstaltung dazu bei, dass alle Studierenden ihr Wissen und ihre Erkenntnisse erweitern und hinterfragen (personelle Kompetenz).

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die vorgestellten Themen anderer Teilnehmer der Lehrveranstaltung zu verstehen, einzuordnen, in geeigneter Art und Weise wiederzugeben und in das eigene Thema einzuordnen sowie kritisch zu reflektieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Aktuelle Themen der Wirtschaftsinformatik	50	85

In jedem Semester werden aktuelle Problemstellungen der Wirtschaftsinformatik oder Informatik untersucht. Es erfolgt eine thematische und methodische Vertiefung innerhalb der vorgegebenen Themen des Moduls. Gegenstand ist die kritische Auseinandersetzung mit den Quellen und Gegenständen der Themen. Wissens- und Kompetenzerwerb und die damit einhergehende Kreditierung setzt daher die kontinuierliche aktive Teilnahme am dialogischen Austausch im Plenum voraus.

BESONDERHEITEN

Studierende, die dieses Moduls belegen wollen, werden gebeten sich frühzeitig mit dem Modulverantwortlichen in Verbindung zu setzen.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Wird vor Beginn der Veranstaltung mitgeteilt und richtet sich nach den gesetzten Themen.

Auszug an relevanten Forschungszeitschriften

- Springer Fachmedien, Wiesbaden, www.wirtschaftsinformatik-management.de,
- Wirtschaftsinformatik, Gabler Verlag | Springer Fachmedien, Wiesbaden, www.wirtschaftsinformatik.de
- Informatik Spektrum, Organ der Gesellschaft für Informatik e.V., Springer Verlag
- Datenbank-Spektrum, Datenbanksysteme und Information Retrieval, Springer Verlag
- HDM – Praxis der Wirtschaftsinformatik, dpunkt Verlag, <http://hdm.dpunkt.de>
- Enterprise Modelling and Information Systems Architectures – An International Journal, Special Interest Group on Modelling Business Information Systems, <http://www.wi-mobis.gi-ev.de/>
- Alle ACM Transaction on ...
 - ... Computer-Human Interaction
 - ... Database Systems
 - ... Information Systems
 - ... Management Information System
 - ... Software Engineering and Methodology
 - ... the Web
- Communications of the ACM
- Alle IEEE Transactions on ...
 - ... Computers
 - ... Knowledge & Data Engineering
 - ... Software Engineering
 - ... u.a.
- IEEE Intelligent System
- IEEE Software
- IT Professional, IEEE
- Management Science, INFORMS Verlag, <http://mansci.journal.informs.org>
- MIT Sloan Management Review, <http://sloanreview.mit.edu>
- Harvard Business Review, Harvard Business Publishing, <http://www.hbr.org>
- Information Systems Research, INFORMS Verlag, <http://isr.journal.informs.org>

Cloud Infrastructures and Cloud Native Applications (W3M20035)

Cloud Infrastructures and Cloud Native Applications

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20035	-	1	Prof. Dr.-Ing. habil. Dennis Pfisterer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Laborarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten Überblick über moderne Cloud-Architekturen und erwerben die Kompetenz, Cloud-Infrastrukturen dynamisch und automatisiert zu erzeugen und cloud-native Anwendungen zu entwickeln und skalierbar auszulegen. Sie kennen die Möglichkeiten, die Cloud-Technologien für Unternehmen bieten und können einschätzen, welche Technologie sich für welchen Anwendungszweck eignet.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können bewerten, ob eine betriebliche Fragestellung durch die vorgestellten Technologien effizient lösen lässt und wie sie die geeignete Technologie auswählen. Sie können ausgewählte Technologien selbstständig anwenden und Anwendungen in der Cloud entwickeln und deployen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Cloud Infrastructures and Cloud Native Applications	50	85

Themenliste:

- Grundlagen des Cloud Computing (Konzepte, Hypervisoren, Anwendungsszenarien, Markt-Teilnehmer, Abrechnungsmodelle, Kostenbetrachtungen, etc.)
- Cloud Computing (Software Defined Everything, Deployment- und Service-Modelle)
- Immutable Infrastructure
- Microservice Architecture and Containers
- Container Orchestration
- Deployment and Development
- Cloud-Native Applications
- Service Meshes
- DevOps / GitOps / CloudOps
- Aktuelle Themen

BESONDERHEITEN

Besonders geeignet für Studierende ohne vertiefte Programmierkenntnisse.

VORAUSSETZUNGEN

Elementare Grundkenntnisse im Bereich Programmierung und Netzwerke sind wünschenswert aber kein Muss.

LITERATUR

- Antonopoulos, N./Gillam, L.: Cloud Computing: Principles, Systems and Applications, Springer-Verlag, 2010
- Baun, C./Kunze, M./Nimis, J./Tai, S.: Cloud Computing: Web-basierte dynamische IT-Services
- Buyya, R./Broberg, J./Goscinski, A.: Cloud Computing: Principles and Paradigms, John Wiley & Sons, 2011
- Hunter, T.: Advanced Microservices. Apress, Springer, New York, 2017
- Hwang, K./Dongarra, J./Fox, G.: Distributed and Cloud Computing, Morgan Kaufmann, 2011
- Vossen, G.; Haselmann, T.; Hoeren, T.: Cloud-Computing für Unternehmen, Heidelberg, 2012

Management Künstlicher Intelligenz (W3M20039)

AI Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20039	-	1	Prof. Dr. Thomas Kessel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	48	87	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen Überblick über die verschiedenen Phasen des Lebenszyklus von KI-basierten Anwendungen. Außerdem lernen die Studierenden welche typischen Probleme und Themenbereiche mit der Einführung von KI-Technologien verbunden sind: z.B. KI Governance, KI Reifegradmodelle, Erfolgsfaktoren, CRISP-ML(Q), anhand von Fallbeispielen bzw. Übungen aus der Literatur und der Praxis.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben eine vertiefte Reflexions- und Handlungsfähigkeit erworben, so dass sie die verschiedenen Aspekte bei der Auswahl der Vorgehensmodelle für die Einführung KI-basierter Technologien und deren Einsatz in Unternehmen kritisch bewerten und reflektieren können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind fähig, die erlernten Ansätze und Methodologien zu KI Technologien in neue Kontexte zu übertragen. Sie können dabei die Dimensionen solcher Projekte ganzheitlich erfassen, reflektieren und managen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Management Künstlicher Intelligenz	48	87

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Im Vordergrund steht das Management von KI-basierten Technologien und Anwendungen. Alle relevanten Aspekte des Lebenszyklus von KI-basierten Informationssystemen werden behandelt, z.B.
Allgemeine typische KI Use Cases. Auswahl der richtigen Use Cases. KI Potenzialanalyse in Unternehmen
KI (Self-)Assessment von Unternehmen, KI Reifegradmodelle
Daten als Grundlage für KI inkl. Data Governance/Data Management/Data Architecture
Vorgehensmodelle für die Entwicklung KI-basierter Anwendungen z.B. CRISP-DM, CRISP-ML(Q)
Modelle und Erfolgsfaktoren für die Einführung KI-basierter Anwendungen.
Typische Tech Stacks für häufige KI .
Rollen & Verantwortlichkeiten bzgl. KI. Qualifikationen und Mindset der Mitarbeiter
Integration der Entwicklung KI-basierter Systeme bis zu deren operativen Betrieb (AIOps/MLOps)
KI Governance. EU AI Act.
Benutzerakzeptanz von KI Systemen
KI und Ethik, Bias von KI Systemen, mögliche soziale/wirtschaftliche Auswirkungen von KI Anwendungen

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Die Bearbeitungsdauer (der Seminararbeit) beträgt in der Regel zwei Monate.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Boddington, Paula „AI Ethics“, Springer, Singapore 2024
EU: <https://artificialintelligenceact.eu/>, 2025
Gentsch, Peter „Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service“, SpringerGabler, Wiesbaden 2018
Korinek, Anton et al. „The Oxford Handbook of AI Governance“, Oxford University Press, Oxford 2024
Lakshman, Valliappa; Robinson, Sara; Munn, Michael; Langenau, Frank „Design Patterns für Machine Learning: Entwurfsmuster für Datenaufbereitung, Modellbildung und MLOps – Best Practices für die gesamte ML-Pipeline“, O'Reilly, Heidelberg 2021
Simschek, Roman; Danz, Dominik „KI-Herausforderungen für Unternehmen“, UVK, Tübingen, 2025
Treveil, Mark; Fraaß, Marcus“ MLOps – Kernkonzepte im Überblick: Machine-Learning-Prozesse im Unternehmen nachhaltig automatisieren und skalieren“, O'Reilly, Heidelberg 2021
Wennker, Phil „Künstliche Intelligenz in der Praxis“, SpringerGabler 2020
Zhang, Nestor et al., „The AI Index Annual Report,“ AI Index Steering Committee, Stanford Institute for Human-Centered AI, Stanford University, Stanford 2024

Masterarbeit (W3M20040)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20040	-	1	Prof. Dr.-Ing. Clemens Martin	

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	31	569	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist von sechs Monaten eine komplexe anwendungsbezogene Fragestellung aus dem Umfeld der Informationstechnik, Wirtschaftsinformatik und/oder der Wirtschaftswissenschaften unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten zu bearbeiten. Dabei stellen sie den theoretischen und methodischen Ansatz für die Arbeit in Form eines Proposals für die Arbeit dar. Die Themenstellung wird von den Studierenden unter Verwendung des wissenschaftlichen Methodeninstrumentariums bearbeitet und die Ergebnisse sachgerecht und umfassend in Form einer Abhandlung oder als Zweiteilung zwischen einem ausgearbeiteten Research-Proposal und einem wissenschaftlichen Fachaufsatz dargestellt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können ein vorliegendes praktisches Problem abstrahieren, klassifizieren und begründen die Auswahl einer geeigneten Methodik aus praktischer Anschauung und wissenschaftlicher Literatur. Sie führen die abstrakte Problemstellung unter Anwendung der Methodik zu einer allgemeinen Problemlösung und weisen deren Anwendbarkeit auf den zugrundeliegenden Sachverhalt nach. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die in der schriftlichen Arbeit behandelten Fragestellungen im Rahmen eines Kolloquiums in einen breiteren fachlichen Zusammenhang einzuordnen und wissenschaftlich begründete Thesen angemessen vorzustellen und zu verteidigen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierende können professionell und konstruktiv Feedback geben und empfangen und verfügen über die Abstraktionsfähigkeit, ein beobachtetes Problem in der beruflichen Praxis in einen theoretischen Kontext einzuordnen. Sie können selbstständig den theoretischen und methodischen Zusammenhang herzustellen und daraus für das abstrahierte Problem wissenschaftlich fundiert einen allgemeingültigen Ansatz erarbeiten und diesen zurück in die Praxis transformieren. Darüber hinaus sind sie in der Lage, gut organisierte, effektive, informative und überzeugende Präsentationen zu erstellen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über Kommunikationsfähigkeiten und beherrschen Kommunikationstechniken (mündlich, schriftlich, graphisch und unter Einsatz von modernen Technologien), um Informationen zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Masterkolloquium	31	569

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Inhalt des "Master Research Seminar":

Auswahl eines geeigneten Themas, Erarbeitung der wissenschaftlichen Grundlagen, Konzeption eines methodisch fundierten Lösungsansatzes, Demonstration einer Umsetzungsstrategie. Dazu regelmäßige Vorstellung der Inhalte und der Arbeitsfortschritte in Form von Kurzpräsentationen, darunter Vorstellung und Präsentation eines Proposals, des methodischen Ansatzes sowie die Ergebnisse und deren Interpretation; Diskussionen.

Die Inhalte ergeben sich aus den jeweiligen Forschungsfragestellungen.

Das Kolloquium beinhaltet die Präsentation und Diskussion der Masterarbeit (Verteidigung).

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Unbenotete Studienleistungen:

Im Rahmen des Master Research Seminars werden 3 Präsentationen gehalten und vom Studierenden eine diesbzgl. Diskussion geleitet (Präsentationsinhalt s. Inhalte des Moduls).

Um eine intensive Diskussionskultur zu fördern, sollten nicht mehr als 15 Teilnehmer am Research-Seminar teilnehmen. Die Bearbeitungszeit der Masterarbeit beträgt i.d.R. 6 Monate. Die Masterarbeit kann als geschlossene Arbeit oder in der Aufteilung eines Research Proposals (Forschungsantrag) und eines Fachauftrages ausgestaltet werden.

Die Masterarbeit hat einen Umfang von 60-80 Seiten (als geschlossene Arbeit) bzw. 10 -15 Seiten Research Proposal und 30-40 Seiten Fachauftragsatz.

Gewichtung: Masterarbeit 75%, Kolloquium 25%

Dieses Modul kann nicht im Zertifikatsprogramm belegt werden

VORAUSSETZUNGEN

Erfolgreicher Abschluss der Module Forschungsmethoden in der Wirtschaftsinformatik, Forschungsprojektarbeit Wirtschaftsinformatik und Studienarbeit.

LITERATUR

-

Advanced Aspects in IT-Consulting (W3M20042)

Advanced Aspects in IT-Consulting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M20042	-	1	Prof. Dr. Frank Koslowski	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	50	85	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, in Organisationen proaktiv technische und organisatorische Folgen neuer IT-Systeme abzuschätzen und ganzheitlich zu bewerten. Die Studierenden können systemorientiert Transformationsprozesse in Unternehmen vorbereiten und in der Funktion des IT-Consultants begleiten. Sie wissen um die Bedeutung psychologischer, verhaltenstheoretischer Grundlagen für technische und organisatorische Strukturen wie (Veränderungs-)Prozesse. Sie können vorhandene Optimierungspotenziale erkennen und positiv nutzen. Sie kennen den Unterschied zwischen Experten- und Prozessberatung im Rahmen der systemischen Beratung und können diese situativ im eigenen Unternehmen wie bei Kunden einsetzen. Sie kennen Inhalte von Workshops sowie Erfolgsfaktoren für deren erfolgreiche Durchführung.

METHODENKOMPETENZ

Studierende kennen Werkzeuge und Methoden der Technologiebewertung, können die für die jeweilige Fragestellung wesentlichen auswählen und zielgerichtet anwenden. Sie können als Transformationsbegleitung erfolgreich für den Kunden wirken.

Sie nutzen Methoden und Testverfahren der systemischen Beratung und positiven Psychologie um Projekte voranzubringen. Sie sind methodisch in der Lage, den Gesamtkontext im Blick zu behalten und auf Individualebene Zusammenhänge zu gestalten. Sie beherrschen unterschiedliche Formen von Workshops und können diese moderieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Studierende verstehen im Rahmen von Beratungsdienstleistungen die Anforderungen von Kunden an die Transformationsbegleitung und können unter Berücksichtigung ethischer und sozialer Aspekte erfolgreich wirken. Sie können einzusetzende Technologien sowie unterschiedliche Ansätze von Beratung abschätzen und bewerten. Sie kennen ihre Stärken und können diese zum Nutzen des Kunden einsetzen. Sie fördern die Stärken anderer.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über konzeptionelle und systemische Kompetenz. Sie können die Folgen des Einsatzes disruptiver Technologien methodisch erfassen und Informationen sammeln und strukturiert aufzubereiten, um Wirkungen auf Menschen und Prozesse in Organisationen abzuschätzen und bewerten zu können. Sie setzen Kenntnisse und Methoden der systemischen Beratung wie positiven Psychologie ein und erzeugen Synergien zwischen Organisationen und Personen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Advanced Aspects in IT-Consulting	50	85

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- Technologiewandel und Veränderungsprozesse in der und durch die IT, Change/Transformation, Stakeholdermanagement
- Unternehmensinterne vs. externe IT-Beratung,
- IT Beratungsmarkt und Beratungsdienstleistungen (Besonderheiten und Anforderungen von DL bezogen auf Das Skill-Set des Beraters)
- Systemische Beratung (Inhalte, Methoden, Prozess, Instrumente)
- Positive Psychologie
- Gestaltung, Durchführung und Moderation von Workshops / Meetings

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Die Person des Consultants steht im Mittelpunkt der Veranstaltung. Er/Sie soll Methoden und Instrumente kennenlernen, die im Berufsalltag anwendbar und nutzbringend sind. Diese werden in Seminarform und in Fallstudien bearbeitet. Praktikervorträge können die Veranstaltung ergänzen.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Dahm, M./Brückner, A.D., Operational Excellence mittels Transformation Management, Gabler: Wiesbaden
Haag, C./ Schuh, G., Schuh G./Schmelter, K, Technologiebewertung: in Technologiemanagement, Schuh, G./Klappert, S. (Hrsg.), Springer, Berlin/Heidelberg
Keuper, F., Schomann, M., Sikora, L.I., Wassef, R. (Hrsg.), Disruption und Transformation Management, Gabler: Wiesbaden
König, E., Volmer, G.: Handbuch Systemische Organisationsberatung. Grundlagen und Methoden. Bad Langensalza
Schein, E.: Organisational Culture and Leadership. Jossey Bass.
Schuh, G./Dölle, C. Sustainable Innovation, Nachhaltig Werte schaffen, Berlin/Heidelberg: Springer
Stach, M., Moderation in Workshop und Meeting. Göttingen
Summers, D.: Quality Management: Creating and Sustaining Organizational Effectiveness. Prentice Hall.
Zweig, K.A./ Krafft, T.D./ Klingel A./ Park, E. Sozioinformatik, Hanser München

Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Forschungsmethoden MBA (W3M40001)

Applied Research (MBA)

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40001	-	1	Prof. Dr. Thomas Dobbelstein	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Transferbericht	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

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

METHODENKOMPETENZ

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

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

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

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen und formulieren empirische wissenschaftliche Fragestellungen, leiten ein geeignetes Forschungsdesign ab und reflektieren kritisch die Ergebnisse und den Forschungsprozess.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Forschungsmethoden MBA	42	93

Theoretische Grundlagen der Wirtschafts- und Sozialforschung

- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen und Erkenntnistheorien
- Modellentwicklung und resultierende Theoriebildung sowie Theoriebewertung

Prozesse der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung

- Formulierung von Fragestellungen
- Hypothesenbildung
- Auswahl des Forschungsdesigns
- Datenerhebung
- Datenanalyse und –interpretation mittels geeigneter Software, z.B. SPSS

Ausgewählte Verfahren der Wirtschafts- und Sozialforschung

- Beobachtung, Befragung und experimentelle Verfahren
- Psychometrische und apparative Verfahren
- Uni-, bi- und multivariate Verfahren
- qualitative Verfahren, z.B. Inhaltsanalyse

Anwendungsorientierte Forschungsprojekte

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

BESONDERHEiten

Der Transferbericht richtet sich nach Anhang 1 zu § 5, lfd. Nr. 10, Satz 3 der MaStuPrO DHBW.

VORAUSSETZUNGEN

Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitsens (Bachelor niveau) und Grundlagen der deskriptiven Statistik.

Bei Bedarf empfohlenes Pre-Reading: Malhotra, Naresh K./Nunan, Daniel/Birks, David F.: Marketing Research, an applied approach, chapter 3 (research design), 13 (questionnaire design), 14 (sampling design and procedures), 15 (Sampling: determining sample size)

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Baur, Nina; Fromm, Sabine: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene - Ein Arbeitsbuch, 2., überarb. und erw. Auflage, Wiesbaden, 2008
- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff.; Weiber, Rolf: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, 15. Vollständig überarbeitete Auflage, Berlin, 2018
- Barker, Gillian, Kicher, Philip: Philosophy of Science: A new introduction, Oxford, 2014
- Berekoven, Ludwig; Eckert, Werner; Ellenrieder, Peter: Marktforschung - Methodische Grundlage und praktische Anwendung, 12., überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden, 2009
- Fantapié Altobelli, Claudia: Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele, 3., vollständig überarbeitete Auflage, Stuttgart, 2017
- Heidig, Wibke / Dobbelstein, Thomas: Quick Guide Marktforschung im Mittelstand, Wiesbaden, 2021
- Hey, Barbara: Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, 2., überarbeitete Auflage, Heidelberg, 2019
- Kornmeier, Martin: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg, 2007
- Kuhn, Thomas: Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, 2., rev. und um das Postskriptum von 1969 erg. Aufl., Frankfurt a. Main, , 2020
- Kuckartz Udo et al.: Statistik - Eine verständliche Einführung, 2., überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2013
- Kuckartz, Udo: Qualitative Inhaltsanalyse, 5. Auflage, Weinheim, 2022
- Lemos, Noah: An introduction to the Theory of Knowledge, Cambridge, 2020
- Saunders, Mark: Research Methods for Business Students, Harlow, 2015
- Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke: Methoden der empirischen Sozialforschung, 11. überarbeitete Auflage, Berlin, Boston, 2018
- Stickel-Wolf, Christine; Wolf, Joachim: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, 10. aktualisierte u. erweiterte Auflage, Wiesbaden, 2022
- Stier, Winfried: Empirische Forschungsmethoden, 2., verb. Auflage, Berlin, 1999
- Theisen, Manuel R.: Wissenschaftliches Arbeiten, 18., neu bearbeitete und gekürzte Auflage, München, 2021

Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre (W3M40002)

Decision based Business Economics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40002	-	1	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur 50 % und Referat 50 %	60	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden bekommen einen umfassenden Überblick über typische Entscheidungen im Rahmen der Betriebswirtschaft. Sie kennen Ziele, Zielhierarchien und Zielkonflikte der Shareholder und Stakeholder eines Unternehmens. Sie kennen die betriebswirtschaftlichen Funktionen, deren Aufgaben und Instrumente und können die betriebswirtschaftliche Fachsprache grundlegend und richtig anwenden. Sie haben einen fundierten Überblick über die konstitutiven Entscheidungen eines Unternehmens und können strategische Optionen erkennen und deren situative Vor- und Nachteile erörtern.

METHODENKOMPETENZ

Sie können Methoden zur Entscheidungsunterstützung mit Vor- und Nachteilen erläutern und auf strategische Sachverhalte selbstständig anwenden und neue anforderungsgerechte Lösungen im Rahmen der Unternehmung konzipieren. Sie können dazu betriebliche Sachverhalte systematisch qualitativ und quantitativ erfassen, aufbereiten und auswerten. Sie können erlernte Methodiken anwenden und im Anwendungsbezug reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erkennen – neben den ökonomischen Erfordernissen – gleichzeitig die subjektiven Ziele der an der Unternehmung beteiligten Akteure (Stakeholder) im Allgemeinen sowie insbesondere die Sicht von Mitarbeitenden im Speziellen. Dazu können sie auch Machtstrukturen und Bedürfnisse in Entscheidungen einbeziehen. Die Studierenden können zudem einer breiten Öffentlichkeit die Notwendigkeit und die Bedeutung betrieblicher Prozesse aus einer makro- wie auch mikroökonomischen Sichtweise vermitteln und Argumente kritisch hinterfragen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Absolvent*innen nicht-wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge arbeiten sich ein in die grundlegende Denkweise der Betriebswirtschaftslehre und in die betrieblichen Entscheidungen. Studierende können nach Abschluss dieses Moduls und anderen grundlegenden Weiterbildungsmodulen den Master of Business Administration auch ohne wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschluss erfolgreich durchlaufen. Sie sind sie in der Lage, auftretende Kenntnislücken selbstständig zu schließen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Entscheidungsorientierte Betriebswirtschaftslehre	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Grundlagen der Betriebswirtschaft:
Begriffliche Grundlagen
Betriebswirtschaftslehre im System der Wissenschaften
Real- und Nominalgüterströme entlang der Wertschöpfung
Bestimmungsfaktoren und Merkmale des wirtschaftlichen Strukturwandels

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Entscheidungsperspektive:
Grundlagen der Entscheidungen im Unternehmen (typische Entscheidungen, Methoden zur Unterstützung, Rollen und Träger)
Zielsystem der Unternehmung und Zielkonflikte
Entscheidungsprozess und Informationsstand (Methoden, Modelle, Regeln unter Berücksichtigung von Sicherheit - Risiko - Ungewissheit)
Irrationalitäten und Entscheidungspathologien/-anomalien

Konstitutive Entscheidungen
Relevanz und Besonderheiten
Betriebliche Standortwahl
Rechtsformen
Kooperationsformen (Unternehmenszusammenarbeit)

Managementperspektive
Führung und betriebliche Mitbestimmung
Typische Führungsfunktionen (in Abgrenzung zu operativen betriebswirtschaftlichen Funktionen
Shareholder- vs. Stakeholderperspektive (vs. Shared Value Perspektive)
Aktuelle Entwicklungen / Managementtrends

BESONDERHEITEN

Kombinierte Prüfung setzt sich zusammen:
Klausur 60 Min [50%] / Referat 30 Min. mit 15 Min Vortrag und 15 Min. Diskussion [50%].

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Bamberg, G./Coenbergh, A.; Krapp, M: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, Vahlen (insbes. Kapitel 1 & 2)
- Jeschke, B.: Entscheidungsorientiertes Management: Einführung in eine konzeptionell fundierte, pragmatische Entscheidungsfindung, De Gruyter Oldenbourg
- Kourdi, J.: Business Strategy: A guide to effective decision-making, The Economist (insbes. Kapitel 6 & 18)
- Pepels, W.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, UTB
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel
- Wöhre, G./Döring, U.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlen

Wertschöpfung und Kostenmanagement (W3M40003)

Supply Chain Management and Internal Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40003	-	1	Prof. Dr. Dietmar Polzin	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben ein grundlegendes Verständnis der unternehmerischen und betrieblichen Wertschöpfungskette. Sie kennen die wesentlichen strategischen und operativen Inhalte und Anforderungen der Kernprozesse Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgung. Darauf aufbauend erwerben sie ein grundlegendes Verständnis der im Wertschöpfungs- bzw. Leistungsprozess entstehenden Kosten und deren betriebswirtschaftliche Handhabung. Studierende kennen auf dieser Basis wesentliche Konzepte, Methoden und Werkzeuge für eine erfolgreiche Gestaltung und Optimierung von Wertschöpfungsketten und Kostenstrukturen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende kennen mit Abschluss des Moduls die in den Modulinhalten aufgeführten Methoden und sind in der Lage, die für ihre betriebliche Problemstellung angemessene Methode auszuwählen und anzuwenden. Dabei haben sie die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse kritisch zu reflektieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden lernen, übergreifende Prozesse und nicht separate Funktionen zu verstehen und somit ein Verhalten des Ausgleichs, der Abwägung und des gegenseitigen Verständnisses in komplexen Wertschöpfungssystemen anzunehmen, insbesondere die Perspektive eines anderen Akteurs der Wertschöpfungskette – Kunde*in, Lieferant*in oder auch eigener Unternehmensbereich – einzunehmen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Studierende sind sensibilisiert für die praktischen Voraussetzungen und Implikationen des Wertschöpfungs- und Kostenmanagements. Sie sind in der Lage, an deren Einführung und Weiterentwicklung in der Praxis mitzuwirken. Studierende erwerben außerdem die Kompetenz, Führungsentscheidungen zu umreißen und zu begründen und können daher einen Beitrag zur Verbesserung der Wertschöpfung und der resultierenden Unternehmensleistung erbringen.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wertschöpfung und Kostenmanagement	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

WERTSCHÖPFUNGSKETTENMANAGEMENT

Grundlagen

Konzeptionelle und begriffliche Orientierung

Wertschöpfung, Materialwirtschaft, Logistik, Supply Chain Management

Handlungsfelder und Erfolgsfaktoren der inner- und überbetrieblichen Supply Chain

Integrierte Beschaffungs-, Produktions-, Distributions- sowie Entsorgungslogistik

Industrielle und dienstleistungsorientierte Wertketten

Beschaffung

Ziele und Handlungsfelder der Materialwirtschaft / Beschaffung / Einkauf

Gestaltung Beschaffungsstrukturen, Beschaffungsstrategien und Lieferantenmanagement

Operative Beschaffung: Bestands-, Bedarfs-, Bestellplanung

Prozesse im Wareneingang

Produktion

Ziele und Handlungsfelder der Produktion

Produktionsplanung und -steuerung

Produktionskonzepte, Produktionstypen, Produktionsstrukturen

Logistik und Distribution

Ziele, Kernprozesse und Handlungsfelder der Logistik

Lagerstrukturen und -ebenen

Distributionslogistische Konzepte

Entsorgung

Rahmenbedingungen und Entsorgungsobjekte

Ziele und Kernprozesse der Entsorgung

Ökologische Aspekte der Entsorgung und Kreislaufwirtschaft

Auswirkungen der Digitalisierung und Nachhaltigkeit in allen relevanten Themenfeldern

KOSTENMANAGEMENT

Grundlagen

Kostenbegriffe: Abgrenzung zu Finanz- und Bilanzbegriffen, kalkulatorische Kosten

Kostenkategorisierung: variabel/fix, Einzel/Gemein, Entscheidungsrelevanz

Aufgabenfelder: Kostenniveau, Kostenstrukturen, Kostenverhalten

Operatives Kostenmanagement

Traditionelle Kostenrechnung: Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung,

Kostenträgerrechnung

Entscheidungsorientierte Kostenrechnung: Teilkostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung,

Break-Even-Analyse

Budgetierung: Klassische Budgetierung, Better Budgeting, Beyond Budgeting

Strategisches Kostenmanagement

Produkt- und Marktorientierung: Benchmarking, Target Costing, Life Cycle Costing

Prozessorientierung: Plankostenrechnung, Prozesskostenrechnung, Kaizen

Kennzahlenorientierung: traditionelle Kennzahlen, wertorientierte Kennzahlen,

Kennzahlensysteme

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Vahrenkamp, H., Siepermann, C.: Produktionsmanagement, München
Schulte, C.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain,
Corsten, H., Gössinger, R.: Produktionswirtschaft, Oldenburg
Chopra, S., Meindl, P.: Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung
Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement – Eine praxisorientierte Einführung mit Fallstudien, Wiesbaden
Handfield, R. et al.: Sourcing and Supply Chain Management
Pfohl, H.-M.: Logistiksysteme
Eßig, M. et al.: Supply Chain Management
Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft und Logistik, Springer Heidelberg
Pilz, G.: Grundwissen BWL, UVK, Konstanz
Corsten, D., Gabriel, Ch.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen, Springer Heidelberg
- Coenenberg, A.G./Fischer, T.M./Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse
Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung 3: Plankostenrechnung und Kostenmanagement
Friedl, B.: Praxishandbuch Kostenmanagement

Finanzierung und externe Erfolgsrechnung (W3M40004)

Finance and Financial Accounting

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40004	-	1	Prof. Dr. oec. Sybille Sobczak	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen die Bedeutung der Disziplinen Investition und Finanzierung für die Wirtschaftspraxis. Sie können Investitionsvorhaben mithilfe von (statischen und) dynamischen Rechenverfahren beurteilen. Sie kennen die methodischen und praktischen Schwächen der Rechenverfahren und verstehen, welche Rolle diese im Rahmen von Business Cases und umfassenden Geschäftsmodellen spielen. Die Studierenden haben außerdem einen Überblick über die finanzwirtschaftlichen Ziele von Unternehmen. Sie kennen die prinzipiell zur Verfügung stehenden Finanzierungsformen und können die Ausgestaltung wesentlicher Formen bewerten. Zudem verstehen sie, wie in der Praxis verschiedene Finanzierungsformen zusammenwirken, um die finanzielle Stabilität von Unternehmen positiv zu beeinflussen.

Die Studierenden wissen um die Bedeutung des externen Rechnungswesens. Sie beherrschen die Ansatz-, Ausweis- und Bewertungsregelungen nach HGB und verstehen die Auswirkungen von bilanzpolitischen Maßnahmen. Sie kennen die Funktionen von Bilanz, GuV, Anhang und Lagebericht und reflektieren zudem die grundsätzlichen Unterschiede zwischen dem Einzelabschluss und dem Konzernabschluss. Sie verstehen auch den Zusammenhang zwischen der handelsrechtlichen Jahresabschlusserstellung und den steuerlichen Erfordernissen, haben zudem ein erstes Verständnis von bilanzanalytischen Maßnahmen entwickelt und haben außerdem die wesentlichen Unterschiede zwischen einer Bilanzierung nach der HGB-Rechnungslegung und der IFRS-Bilanzierung erfasst.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren und Vorschriften vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen im Unternehmen kritisch zu reflektieren und zu bewerten. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse zu verstehen, zu analysieren und zu interpretieren auch unter Berücksichtigung entsprechender Kennzahlen. Sie können Bedeutung und Konsequenzen des Jahresabschlusses als wichtiges Informationsinstrument einschätzen. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung können von den Studierenden identifiziert werden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Finanzierung und externe Erfolgsrechnung	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Finanzierung

Grundlagen der Investitionsrechnung und Finanzierung
(Statische und) Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung

Finanzierungssurrogate

Kapitalstruktur

Finanz- und Liquiditätsplanung

Working Capital Management

Finanz- und Liquiditätskennzahlen

Rating

Externe Erfolgsrechnung

Ziele und Aufgaben des Jahresabschlusses

Bilanzielle Rechtsgrundlagen

Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften nach HGB

Berichterstattungsinstrumente aus Managementperspektive

Grundzüge der Jahresabschlusspolitik und -analyse

Grundzüge und Aufgaben des Konzernabschlusses

Grundzüge des Systems der internationalen Rechnungslegungsregeln (IFRS)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, St.: Bilanzen. Düsseldorf: IDW-Verlag.
- Baetge, J. / Kirsch, H.-J. / Thiele, St.: Konzernbilanzen. Düsseldorf: IDW-Verlag.
- Coenenberg, A.G. / Haller, A. /Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius.
- Möbius, C./ Wengert, H.: Investition und Finanzierung, Reihe BA Kompakt, Berlin et al.: Springer Gabler.
- Pellens, B./ Fülbier, R./ Gassen, J.: Internationale Rechnungslegung, Stuttgart.
- Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung. München: Vahlen.
- Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung. Frankfurt: Recht und Wirtschaft.
- Wöhle, G./ Bilstein, J./ Ernst, D./ Häcker, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München: Vahlen.

Marketing und Vertrieb (W3M40005)

Marketing & Sales Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40005	-	1	Prof. Dr. Thomas Asche	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen haben ein strategisches und konzeptionelles Wissen zum interdisziplinären Ansatz einer Vermarktungsorientierung erworben. Sie können relevante Informationen unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse interpretieren. Sie kennen die Vor- und Nachteile unterschiedlicher spezieller und aktueller Marketing- und Vertriebsinstrumente und setzen sie zieladäquat und unternehmensspezifisch ein. Sie sind routiniert in der Umsetzung des Planungsprozesses und der Koordinierung verschiedener Maßnahmen der unterschiedlichen Vermarktungsansätze. Sie sind ebenso in der Lage, ihr erweitertes Vermarktungswissen zur Generierung von Lösungsstrategien einzusetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen in der Vermarktung sowohl von Investitions- als auch Konsumgütern bzw. Dienstleistungen, aus denen sie die angemessenen Methoden zur Erarbeitung neuer bzw. weitergehender Lösungsansätze auswählen und anwenden. Sie bedienen sich aktueller Forschungsergebnisse zur Wissenserweiterung und qualifizierten Durchführung von Projekten. Sie kennen den aktuellen Stand der Forschung zu wesentlichen Marketing- und Vertriebsthemen und können diesen in die Diskussion zu Lösungsansätzen einbringen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen sind sich der Bedeutung einer Vermarktungsorientierung für das Unternehmen bewusst. Sie agieren vor dem Hintergrund der beeinflussenden Wirkung der Instrumente überlegt und sensibel. Sie hinterfragen ihre Lösungsansätze vor dem Hintergrund moralischer und ethischer Wertvorstellungen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Absolventinnen und Absolventen zeigen Handlungskompetenz in der Priorisierung von vermarktungsorientierten Maßnahmen sowie die Einbindung von Mitarbeiter*innen in die vorgeschlagenen und verabschiedeten Lösungsansätze. In dem Verständnis, dass Marketing (und Vertrieb) als marktorientierte Unternehmensführung verstanden wird, wird ihre reflexive Vorgehensweise in der Strategie- und Maßnahmenabstimmung mit anderen betroffenen Unternehmensbereichen sichtbar. In der Umsetzung der abgestimmten Maßnahmen zeigen sie Initiative und Eigenverantwortung.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Marketing und Vertrieb	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Grundkonzeption von Marketing und Vertrieb
Begriff und Merkmale von Marketing und Vertrieb
Prozess der Vermarktungsplanung
Institutionelle Besonderheiten
Marktabgrenzungen
Segmentierung und Positionierung

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Ansätze der Vermarktung
Strategien und Maßnahmen der Produktpolitik (Grundlagen, Produktdifferenzierung, Markenführung, ergänzende Produkteleistungen)
Strategien und Maßnahmen der Preispolitik (Grundlagen, klassische Preistheorie vs. Behavioral Pricing, Preisdifferenzierung, Dynamische Ansätze)
Strategien und Maßnahmen der Kommunikation (Grundlagen, Emotionalität, Beschwerdemanagement)
Strategien und Maßnahmen der Distribution (Grundlagen, Distributionskonflikte, Logistik)
Grundlagen eines Marketing- und Vertriebscontrolling

Erweiterungen einer Marketing- und Vertriebsorientierung
Dialogmarketing (Massenmarketing vs. Dialogmarketing, Database Marketing, Kundengewinnung und Kundenbindung)
Multichannel-Management (Design, Kaufverhalten, Koordination des MCM)
Internationales Management (Going Global vs. Being Global, Internationale Markenführung, Internationale Preispolitik, Internationales Vertriebsmanagement)

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Homburg, Ch., Marketingmanagement, Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden, Springer Gabler
Meffert, H. u.a., Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, Springer Gabler
Winkelmann, P., Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München, Vahlen
Hiemeyer, W.-D., Stumpf, D., Integration von Marketing und Vertrieb, Wiesbaden, Springer Gabler
Holland, H., Dialogmarketing, Offline- und Online-Marketing, Mobile- und Social-Media-Marketing, München, Vahlen
Keegan, W. J., Green, M. C., Global Marketing, Boston, München, Pearson
Wirtz, B. W., Direktmarketing: Grundlagen - Instrumente – Prozesse, Wiesbaden, Springer Gabler
Heinemann, G., Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce, Wiesbaden, Springer Gabler

Personal und Organisation (W3M40006)

Human Resource Management & Organisational Design

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40006	-	1	Prof. Dr. Ernst Deuer	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassende Kenntnisse zu personalwirtschaftlichen und organisationswissenschaftlichen Ansätzen erworben und sind in der Lage, diese zu vergleichen und zu bewerten.
Darüber hinaus kennen sie auf Basis einführender theoretischer Aspekte die grundlegenden Konzepte und Instrumente der Organisationsgestaltung und können diese bewerten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können reale Organisationskonzepte sowie reale personalwirtschaftliche Prozesse analysieren und bewerten. Sie kennen die wesentlichen Instrumente der Personalarbeit, Organisationsgestaltung und –dokumentation.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, alternative organisationale Gestaltungsoptionen zu unterscheiden und bzgl. vor allem der sozialen Auswirkungen zu bewerten. Gleichermaßen haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können auf Basis ihrer weiterentwickelten Urteilsfähigkeit fundierte und praxisnahe Gestaltungsvorschläge entwickeln. Darüber hinaus können sie ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten betriebswirtschaftlichen Argumentation darstellen und begründen

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Personal und Organisation	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Grundlagen des Personalmanagements Ziele der unternehmerischen Personalarbeit
Strategische Aspekte der Personalarbeit
Operative Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit
Prozesse im Personalmanagement Personalbedarfsplanung Personalbeschaffung und -marketing Betriebliche Entgeltpolitik Personalentwicklung Personalfreisetzung
Einführung und Organisationspraxis
Grundlagen organisatorischer Entscheidungen Gestaltungsziele und -bereiche
Gestaltungsprozess / Organisationsmanagement
Organisationskonzepte Stellenbildung und Stellenmehrheiten Hierarchie
Aufbau-/Strukturorganisation Prozess-/Ablauforganisation Organisation der Personalarbeit
Konzernorganisation: Stammhaus / Holding
Aktuelle Entwicklungen
Neuere Konzepte der Organisation
Neuere Formen interorganisationaler Zusammenarbeit

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt
Bach, N./Brehm, C./Buchholz, W./Petry, T.: Organisation – Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse, Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
Bea, F. X.; Göbel, E.: Organisation. Theorie und Gestaltung, Stuttgart: Lucius & Lucius
Bergmann, R.; Garrecht,M.: Organisation und Projektmanagement, Heidelberg: Springer
Lindner, D.; Lindner-Lohmann; F.; Schirmer, U. Personalmanagement, Heidelberg: Springer
Oechsler, W. A.; Paul, C.: Personal und Arbeit, Berlin: de Gruyter Oldenbourg
Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen (W3M40007)

Economic Framework on managerial decisions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40007	-	1	Prof. Dr. Michael Knittel	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie durchdringen wirtschaftliches Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten und erkennen Marktunvollkommenheiten. Sie sind in der Lage, makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu analysieren. Sie kennen wichtige geld- und währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen bewerten. Die Studierenden sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um, wirtschaftspolitische, außenwirtschaftliche, umweltpolitische u.a. Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten und im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen zu berücksichtigen.

METHODENKOMPETENZ

Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf wirtschaftspolitische, außenwirtschaftliche u. a. volkswirtschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie typische volkswirtschaftliche Problemstellungen vor dem Hintergrund der gegebenen Erfahrungen in der beruflichen Praxis interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen. Sie sind sensibilisiert für die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen oder von geldpolitischen Entscheidungen beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Sie erlangen eine fundierte und reflektierte Position zu wirtschaftspolitischen Fragestellungen. Sie erwerben die Fähigkeit zur Wahrnehmung volkswirtschaftlich relevanter Sachverhalte sowie die Reflexion der Praxis vor dem theoretischen Hintergrund. Sie können die erlernten Methoden auf sich ändernde (internationale) Rahmenbedingungen adaptieren und multilaterale Zusammenhänge erfassen und haben Handlungsfähigkeit im Kontext einer globalisierten Welt entwickelt.

LERNINHÄLTEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHÄLTEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Einführung

Volkswirtschaftslehre als Wissenschaft

Gegenstand, Grundbegriffe und Methoden der VWL

Einführung in die volkswirtschaftliche Dogmengeschichte

Wirtschaftsordnungen (Idealtypen, Realtypen)

Grundlagen der Mikroökonomik

Von Bedürfnissen zur arbeitsteiligen Produktion

Theorie der Marktwirtschaft und Preisbildung

Staatliche Eingriffe in die Preisbildung

Marktversagen und Staatswirtschaft

Grundlagen der (Neuen) Politischen Ökonomie

Grundlagen der Makroökonomik

Kreislauftheorie und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung

Makroökonomische Paradigmen (keynesianischer vs. neoklassischer Ansatz)

Makroökonomik der kurzen Frist (insbesondere Fiskalpolitik)

Geldtheorie und -politik

Die offene Volkswirtschaft

Zahlungsbilanz

Devisenmarkt

Wechselkurstheorie

Protektionismus

Grundlagen der Wirtschaftspolitik

Ziele, Instrumente, Träger

Wettbewerbspolitik

Stabilitätspolitik

Arbeitsmarktpolitik

Verteilungs- und Sozialpolitik

Umweltpolitik

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Es wird jeweils die aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

- Blanchard, O. / Illing, G.: Makroökonomie, München: Pearson.
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, München: Vahlen.
- Krugmann, P / Obstfeld, M. / Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Halbergmoos: Pearson.
- Mankiw N. G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Mussel, G. / Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, München: Vahlen.
- Pindyck, R. / Rubinfeld, D.: Mikroökonomie, München: Pearson.
- Rose, K. / Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, München: Vahlen.

Rechtliche Rahmenbedingungen unternehmerischer Entscheidungen (W3M40008)

Legal Framework of Business Administration

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40008	-	1	Prof. Dr. Carsten Brehm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen den bestimmenden (ggf. auch strategischen) Einfluss rechtlicher Aspekte auf unternehmerische Entscheidungen und sind in der Lage, diese wirtschaftsrechtlichen Aspekte - auch im Sinne von Compliance und verantwortlicher Unternehmensführung - zeitnah und angemessen zu berücksichtigen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, durch eine juristisch-analytische (exakte) Herangehensweise die wesentlichen wirtschaftsrechtlichen Aspekte im Rahmen unternehmerischer Entscheidungen zu erkennen und entsprechend umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden agieren eigenverantwortlich und integer in Entscheidungssituationen. Sie äußern sich angemessen zu Sachverhalten und sind auch in der Lage, Kritik sachlich anzunehmen. Sie erkennen die eigenen juristischen Grenzen und auch die daraus resultierende Notwendigkeit fachlicher Kooperation mit Spezialisten zur rechten Zeit - wie etwa mit der hauseigenen Rechtsabteilung bzw. externer Rechtsanwaltskanzleien. Sie sind sich auch bewußt, dass Unternehmen zunehmend in der öffentlichen Wahrnehmung stehen und sich korrekt verhalten müssen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können das Entscheidungsverhalten von Manager*innen in komplexen Anwendungsfeldern analysieren, kritisch reflektieren und ein situationsangemessenes korrektes Handeln für die eigene praktische Arbeit ableiten. Sie erkennen rechtzeitig juristisch relevante Sachverhalte und deren praktische Relevanz.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Rechtliche Rahmenbedingungen auf unternehmerische Entscheidungen	42	93

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Rechtsformen von Unternehmen

Personen- und Kapitalgesellschaften oHG, KG, GmbH & Co. KG, GmbH, AG sowie

EU-Rechtsformen wie SE (Europäische Aktiengesellschaft).

Nationales und internationales Kaufrecht:

Vertragsschlusslehre, BGB-Kaufvertrag, Verbrauchsgüterkauf, Handelskauf nach HGB, CISG (UN-Kaufrecht), Gewährleistungs- und Garantisituationen, auch unter Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs), Rahmenlieferverträge und Spezifikationen.

Unternehmerische Verantwortung und Haftung

Grundfragen der Orgahaftung; Organisationshaftung und Organisationsverschulden;

Vertragsrecht für Organe / Geschäftsführung; Risikomanagement, Risikokontrolle,

Whistleblowing

Rechtsaspekte der Unternehmensführung:

Vertragsmanagement; Kündigungsmanagement,

Datenschutz und Compliance

Arbeitsrecht und Arbeitgeberfunktion:

Individualarbeitsrecht, Kollektives Arbeitsrecht (Mitbestimmung und Betriebsverfassung);

Tarifvertragsrecht und Tarifkonflikte; arbeitsrechtliche Aspekte bei Umstrukturierung,

Outsourcing

Unternehmenskauf und -verkauf:

Share Deal - Asset Deal und Grundzüge des Umwandlungsrechts

Wettbewerbs- und Kartellrecht:

Mengen- und Preiswettbewerb,

nationale und europäische Kartellregelungen,

UWG und Verbraucherschutz

Dispute Management:

Möglichkeiten und Risiken der Rechtsdurchsetzung;

unternehmerische Entscheidung und Auswirkungen der Verfahrenswahl (Gerichtsverfahren,

Schiedsverfahren, außergerichtliche Streitbeilegung)

Schwerpunktsetzungen in Abhängigkeit von aktuellen technologischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Entwicklungen sind möglich.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

Die Studierenden haben idealerweise bereits (Grund-)Kenntnisse in den Bereichen Bürgerliches Recht (BGB), dort 1. Buch (AT), 2. Buch (Recht der Schuldverhältnisse, Abtretungsrecht) und 3. Buch (Sachenrecht) sowie im HGB (Kaufmannsbegriff, Recht der Personengesellschaften) als auch im Recht der Kapitalgesellschaften (GmbH, AG, SE).

Zur Vorbereitung für alle anderen Studierenden empfiehlt sich folgende einführende Lektüre:

Schnauder, Franz, Grundzüge des Privatrechts, C.F. Müller:

Erstes Kapitel, 2. Teil Vertragliche Sekundäransprüche

Zweites Kapitel, 1. Teil Handelsrecht + 2. Teil Gesellschaftsrecht

LITERATUR

Es wird die jeweils aktuellste Auflage zu Grunde gelegt.

Franz Schnauder, Grundzüge des Privatrechts für den Bachelor: Bürgerliches Recht mit Handels- und Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Zivilprozess- und Insolvenzrecht (Start ins Rechtsgebiet), C.F. Müller. –

Dütz, W. / Thüsing, G.: Arbeitsrecht, München: C.H. Beck.-

Eisenhardt, U., Gesellschaftsrecht, München: C.H. Beck.-

Heussen, B. / Pischel, G: Handbuch Vertragsverhandlung und Vertragsmanagement: Köln: Otto Schmidt. –

Klunzinger, E: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, München: Vahlen.-

Löwisch, M. / Caspers, G. / Klumpp, S.: Arbeitsrecht, München: Vahlen. –

Teichmann, C. / Erben, R.: Compliance, München: C.H. Beck-

Umnuß, K.: Corporate Compliance Checklisten, München: C.H. Beck.

Unternehmenssimulation: Strategisches Management und Entscheiden (W3M40009)

Business Simulation: Strategic Management and Decisions

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M40009	-	1	Prof. Dr. Christian Gruninger-Hermann	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Masterstudierenden kennen nach Abschluss des Moduls die grundlegenden theoretischen Ansätze der entscheidungsorientierten Unternehmensführung, insbesondere des strategischen Managements, Analyseinstrumente und Konzepte zur Strategieentwicklung, -bewertung und -implementierung und können deren Bedeutung für die unternehmerische Praxis einschätzen. Sie kennen verschiedene Ebenen strategischer Entscheidungen (Unternehmensstrategien, Bereichs-/Wettbewerbsstrategien und Funktionsbereichsstrategien) an der Schnittstelle zum operativen Management. Zur Analyse können sie die wichtigsten Instrumente anwenden und kennen die Anwendungsbedingungen. Zur Beurteilung der strategischen Situation sind sie mit den wichtigsten erfolgsrelevanten Kennzahlen und deren Aussagekraft bezüglich eines Unternehmens und im Wettbewerbskontext vertraut. Sie können sich mit den konzeptionellen Grundlagen der Digitalen Transformation reflektiert auseinanderzusetzen und deren Bedeutung für die strategische Ausrichtung von Unternehmen abschätzen. Sie kennen Konzepte zur Gestaltung neuer Geschäftsmodelle und haben grundlegende Kenntnisse zur Umsetzung digitaler Strategien.

METHODENKOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen über die Fähigkeit, am strategischen Diskurs in Theorie und Praxis kompetent teilzunehmen und. Sie kennen Methoden, die und Instrumente der Strategiebildung sowie Digitalisierung, um diese zu beurteilen, auszuwählen und einzusetzen. Sie haben Methoden kennengelernt, funktions- und bereichsübergreifend datenstützte Entscheidungsfindung zu gewährleisten. Sie erlernen insbesondere Controllinginstrumente (Performance Measurement) und wie sie diese in kurzer Zeit zur Analyse und Bewertung anwenden können. Sie können den wirtschaftlichen Nutzen von Anwendungen digitaler Technologien zu bewerten und haben einen Zugang zur daten- und evidenzgestützten Entscheidungsfindung gewonnen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Masterstudierenden verfügen über die Kompetenz, ethische Reflexion in das strategische Management zu integrieren und. Sie sind in der Lage, unternehmerische, wettbewerbliche und gesellschaftliche Wirkungen strategischer Entscheidungen zu beurteilen und kritisch zu diskutieren. Sie können die unter dem Begriff der Digitalen Transformation zusammengefassten Veränderungen für den*die Einzelne*n als Privatperson und Arbeitnehmer*in, für Unternehmen, für die öffentliche Verwaltung und für die Gesellschaft im Ganzen kritisch beurteilen und sind in der Lage, sich kritisch in den gesellschaftlichen und unternehmerischen Diskurs einzubringen.

Sie gewinnen eine konkrete Vorstellung davon, aus Managementsicht mit Komplexität, Unsicherheit und Zeitdruck umzugehen und diese für sich selbst handhabbar zu machen. Sie lernen sich im Team unter Stress sozialverträglich zu organisieren sowie die Komplexität in einen strukturierten Entscheidungsprozess zu überführen. Sie sind im Stande, Konflikte bei Ausübung von Führungsaufgaben im Team zu identifizieren und argumentativ erfolgversprechend zu lösen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Masterstudierenden sind in der Lage, ganzheitlich vernetzt Entscheidungen zu treffen sowie individuell und gemeinschaftlich dafür Verantwortung zu übernehmen. Dazu erlernen sie die strategischen Herausforderungen, die aus den Entwicklungen im Unternehmensumfeld und im Unternehmen selbst resultieren, in ihrer strategischen Bedeutung einzuschätzen und. Sie können aus der Perspektive einer ganzheitlichen Unternehmensführung Strategien zuzur Bewältigung dieser Herausforderungen entwickeln, in ihrer potenziellen Wirkung beurteilen und erfolgreich umsetzen. Sie sind in der Lage, den Nutzen ausgewählter Anwendungen der digitalen Transformation zur Effizienzsteigerung bzw. Erlangung von Wettbewerbsvorteilen ökonomisch zu beurteilen und in Projekten der Digitalen Transformation im Unternehmen mitzuwirken.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Unternehmenssimulation: Strategisches Management und Entscheiden	42	93

Grundlagen

- rundlegende Ansätze und Prozesse des strategischen Managements

Markt- und ressourcenorientierter Ansatz

Weiterführende Ansätze

- erspektiven der Strategiebildung

Abstimmung Kultur, Struktur und Strategie

Denkschulen der Strategiebildung

- ollen im Strategieprozess

- rozesse und Ebenen des strategischen Managements

Normativer Rahmen

unternehmerischer Entscheidungen

Strategie und Erfolg

- rfolgsindikatoren und wertorientierte Unternehmensführung

- trategische Analyse und deren Instrumente

Strategien auf Unternehmens- und Geschäftsbereichsebene sowie funktionale Strategien

Strategieimplementierung: Umfeld-, Konkurrenz- und strategische

KontrolleUnternehmensanalyse

- nformationen als Grundlage strategischen Handelns

Informationsgewinnung und -verarbeitung

Bedeutung

- ternehmens- und Geschäftsbereichsebene: Diversifikation, Wettbewerbsstrategien,

Strategisches Marketing

Umsetzung

- unktionale strategisches Entscheidungen in den Bereichen Supply Chain, Produkt- und

Konzepte des strategischen Informationsmanagements (u.v.a. Big Data,

Business Intelligenz, KI)Marktentwicklung, Produktionsplanung/-steuerung, Personal,

Finanzierung, Investition und Rechnungswesen

- igitale TransformationÜberleitung operatives Management

- trategische Kontrolle, Controlling und Performance Measurement

Digitalisierung als Rahmenbedingung strategischer Unternehmensführung

- igitale Transformation: Entstehung und aktuelle Interpretation

, Entwicklung und ökonomische Effekte

- trategien für die digitale Transformation

Transformation der Wertschöpfung und Interaktion auf Märkten (Ökosysteme)

Strategien für die digitale Transformation

- trategien auf Gesamtunternehmens- und Geschäftsbereichsebene im Kontext der Digitalen

Transformation

Grundbedingungen der strategischen Unternehmensführung in der digitalen Wirtschaft (z. B.

Netzwerkeffekte, Lock-in-Effekte, Skaleneffekte, Plattformkonzepte, Personalisierung)

- igitalisierungsstrategien von Unternehmen und in verschiedenen Branchen

Entstehung und Wandel von digitalen Geschäftsmodellen durch die Digitale Transformation

Kooperationsstrategien im digitalen Wettbewerb

BESONDERHEITEN**VORAUSSETZUNGEN**

Als einführende Kenntnis wird ein Überblick zur Unternehmensführung und dem Informationsmanagement anhand folgender Lehrbücher in der jeweils aktuellsten Auflage empfohlen:

- Hungenberg, H./Wulf, T. Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg

- Krcmar, H.: Informationsmanagement, Wiesbaden

LITERATUR

- Appelteller W., Feldmann C.: Die digitale Transformation des Unternehmens
Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: The Second Machine Age, New York
Gassman: O.: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, München
Hungenberg, H.: Strategisches Management, Wiesbaden,
Jung, H. H.; Kraft, P.: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, Carl Hanser Verlag
Jodlbauer H. Digitale Transformation der Wertschöpfung
Schallmo, D./Rusnjak, A./Anzengruber, J./Werani, T./Jünger, M. (Hrsg.): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Wiesbaden
Simon, H./v. d. Gathen, A.: Das große Handbuch der Strategieinstrumente, Frankfurt a. M., New York
Welge, M./A-Laham, A./Eulrich, M.: Strategisches Management, Wiesbaden.

Fortgeschrittene Methoden in Data Science und Künstliche Intelligenz (W3M50001)

Advanced Methods in Data Science and Artificial Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50001	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	48	87	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse der formalen Grundlagen für die Studiengangsmodule.

METHODENKOMPETENZ

Durch die in diesem Modul erlernten Inhalte sind die Studierenden in der Lage, die entsprechenden Methoden und Techniken für die Studiengangsmodule zu verstehen und anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage die vertieften Kenntnisse der formalen Grundlagen darzustellen, zu erläutern und zu präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die formalen Grundlagen in Bezug auf die weiteren Kompetenzen der Studiengangsmodule für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fortgeschrittene Methoden in Data Science und Künstliche Intelligenz	48	87

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Entscheidungstheorie

- Theoretische Grundlagen der Entscheidungs- und Spieletheorie
- Normative und beschreibende Entscheidungstheorie
- Soziale Entscheidungstheorie und Spieltheorie

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Nutzentheorie

- Theoretische Grundlagen der Nutzentheorie
- Erwartungsnutzen und subjektiver Erwartungsnutzen
- Ambiguitäten

Informationstheorie

- Entropie
- Kodierungstheorie
- Shannon-Hartley-Gesetz

Erweiterte Markov-Theorie

- Klassische Markov-Theorie und deren prinzipielle Erweiterungen
- Markov-Entscheidungsprozesse
- Verallgemeinerte Markov-Modelle:

Formale Konzeptanalyse

- Theoretische Grundlagen der Formal Concept Analysis (FCA)
- Formale Kontexte
- Formale Begriffe
- Begriffshierarchien

Unsicheres, unvollständiges und inkonsistentes Wissen

- Wahrscheinlichkeitslogik, Fuzzy-Logik, Bayessche Netze
- Dempster-Shafer-Theorie, Prinzip der maximalen Entropie, Imputationstechniken
- Nichtmonotones Schließen, Belief Revision, Parakonsistente Logik

BESONDERHEITEN

Es wird empfohlen, dieses Modul zu Beginn des Studiums zu belegen. Dieses Modul kann ganz oder teilweise online absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Studierende dieses Moduls haben qualifizierte Kenntnisse in den Grundlagen von Data Science und Künstlicher Intelligenz.

LITERATUR

Blumenthal, Robert & Getoor, Ronald (2007): Markov Processes and Potential Theory, Dover Publication, ISBN: 978-0486462639

Chein, Michel & Mugnier, Marie-Laure (2009): Graph-based Knowledge Representation: Computational Foundations of Conceptual Graphs, Springer, ISBN: 978-1848002852

Dentcheva, Darinka & Ruszczynski, Andrzej (2013): Common Mathematical Foundations of Expected Utility and Dual Utility Theories, SIAM Journal on Optimization, Vol. 23, Issue 1, Society for Industrial and Applied Mathematics

Florez, Hector; Leon, Marcel; Diaz-Nafria, Jose & Belli, Simone (Eds.): Applied Informatics, ICAI 2019: Proc. of the 2nd International Conference, Springer, ISBN: 978-3030324742

Gabbay, Dov (1994): Classical vs. non-classical logic. In: Dov Gabbay, Christopher Hogger, James Robinson (Eds.): Handbook of Logic in Artificial Intelligence and Logic Programming. Band 2. Oxford University Press, 1994, ISBN: 978-0198537465

Herden, Gerhard; Knoche, Norbert; Seidl, Christian. & Trockel, Walter (1999): Mathematical Utility Theory: Utility Functions, Models, and Applications in the Social Sciences, Springer, ISBN: 978-3211832233

Jerry, James (2024): Information Theory for Beginners, Independently published, ISBN: 979-8327663749

Marquis, Pierre; Papini, Odile & Prade, Henri (2020): A Guided Tour of Artificial Intelligence Research. Volume II: AI Algorithms, Springer, ISBN: 978-3030061661

Peterson, Martin (2009): An Introduction to Decision Theory, Cambridge University Press, 2nd Edition, ISBN: 978-1107151598

Priest, Graham (2012): An Introduction to Non-Classical Logic. From If to Is. Cambridge 2008, ISBN 978-0-521-67026-5.

Privault, Nicolas (2018): Understanding Markov Chains, Springer, ISBN: 978-9811306587

Shafer, Glenn (1992): The Dempster-Shafer Theory. In: Encyclopedia of Artificial Intelligence, Second Edition, Stuart C. Shapiro (Ed.), Wiley. 1992., S. 330–331.

Stone, James (2019): Information Theory: A Tutorial Introduction, Sebtel Press, ISBN: 978-1739672706

Encyclopedia of Mathematics: <https://encyclopediaofmath.org/>
<https://plato.stanford.edu/entries/logic-paraconsistent/>

Vertiefung Wissensgewinnung aus Daten und Deep Learning (W3M50002)

Advanced Knowledge Discovery from Data and Deep Learning

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50002	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	48	87	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis für Deep Learning. Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, fortgeschrittene Konzepte und Algorithmen des Deep Learning zu bewerten und anzuwenden.

METHODENKOMPETENZ

In diesem Modul lernen und untersuchen die Studierenden Methoden und Algorithmen des Deep Learning. Sie wenden die Algorithmen an und sind in der Lage, die Qualität der Algorithmen und erlernten Wissensmodelle zu bewerten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität im Fachgebiet der Wissensgewinnung aus Daten auf und können in diesem Bereich mit Veränderungen in komplexen Situationen umgehen und diese mitsteuern. Sie können für neue berufsbezogene oder forschungsorientierte Aufgaben in dem Fachgebiet Ziele ableiten und Vorgehensweisen entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die Konzepte und Methoden der Wissensgewinnung aus Daten und insbesondere des Deep Learning im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen des Data Science und der KI für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile der Methoden und Verfahren gegeneinander abzuwägen und geeignete Verfahren auch unter praktischen Gesichtspunkten auszuwählen.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertiefung Wissensgewinnung aus Daten und Deep Learning	48	87

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Das Modul befasst sich mit Wissensgewinnung aus Daten und insbesondere mit den Methoden des Deep Learning.

Deep Learning umfasst die Methoden des maschinellen Lernens, das sich auf die kombinierte Verwendung mehrerer tief geschichteter Machine-Learning-Algorithmen, insbesondere Neuronaler Netze und deren Varianten, bezieht.

In diesem Modul wird auf die Theorie und die Konzepte des Deep Learning eingegangen und aktuelle Methoden, Algorithmen und Anwendungen in diesem Bereich vorgestellt.

Das Modul stellt fortgeschrittene Grundlagen von verschiedenen darauf aufbauenden Modulen bereit.

Neuronale Netze:

- Modelle
 - o Neuronale Netze
 - o Konvolutionale Neuronale Netze (Convolutional Neural Networks)
 - o Rekurrente Neuronale Netze (Recurrent Neural Networks)
 - o Generative Adversarial Networks
 - o Radial Basis Function Networks (RBFNs)
 - o Self Organizing Maps (SOMs)
 - o Deep Belief Networks (DBNs)
 - o Restricted Boltzmann Machines (RBMs)
 - o Autoencoders

- Konzepte

- o Formale Konzeption der Modelle
 - o Lernalgorithmen
 - o Backpropagation & Feed Forward
 - o Vor-trainierte Modelle
 - o Evaluation von Deep-Learning-Modellen

Generative KI

- o Konzepte und Algorithmen
 - o Long Short-Term Memory (LSTM)
 - o Transformer
 - o Large Language Models
 - o Multimodales Deep Learning und Anwendungen
 - o Anwendungen – Sprachverarbeitung, Bild- und Video-Generierung

Anwendung und Programmierung von Deep Learning

- Software-Pakete (TensorFlow, Pytorch, Keras, Theano, ...)
- Anwendung und Programmierung

Reinforcement Learning

- Grundlagen der Theorie des Verstärkungslernens

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Es wird empfohlen, dieses Modul zu Beginn des Studiums zu belegen.

VORAUSSETZUNGEN

Studierende dieses Moduls haben qualifizierte Kenntnisse in den Grundlagen von Data Science, Machine Learning und Künstlicher Intelligenz.

LITERATUR

- Bishop, Christopher M., Bishop, Hugh: Deep Learning: Foundations and Concepts. Cham, 2024
- Joshi, Ameet V.: Machine Learning and Artificial Intelligence, second Edition, Cham, 2023
- Russel, Stuart J., Norvig, Peter: Artificial Intelligence. A Modern Approach, Harlow, 2022.
- Simeone, Osvaldo: Machine Learning for Engineers, Cambridge, 2023
- Sutton R., Barto, A.: Reinforcement Learning: An Introduction. MIT Press

Research and Publication (W3M50008)

Research and Publication

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50008	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Seminararbeit/Transferbericht 75% und Referat 25 %	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
270	30	240	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden greifen in Kleingruppen aktuelle Forschungsthemen aus den Bereichen Data Science und Künstliche Intelligenz auf, verfassen dazu einen wissenschaftlichen Artikel und reichen diesen bei einer geeigneten Konferenz oder Fachzeitschrift ein (Blind Review). Sie kennen den Aufbau eines wissenschaftlichen Artikels und verstehen, welche Akteure am Publikationsprozess beteiligt sind. Sie verstehen, welche Kriterien für eine erfolgreiche Publikation relevant sind. Die Studierenden wissen, welche Akteure am Publikationsprozess beteiligt sind, z.B. Gutachter*innen, Herausgeber*innen und Konferenzorganisator*innen. Die Studierenden werden somit direkt auf das Publizieren in der Forschung vorbereitet.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden, die dieses Modul absolviert haben, sind in der Lage, ein aktuelles Forschungsthema zu bearbeiten und die Publizierbarkeit der Ergebnisse besser einzuschätzen. Sie können relevante Literatur recherchieren, Daten sammeln und analysieren sowie Hypothesen formulieren.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden wissen, wie sie als Autorenteam am Publikationsprozess teilnehmen können. Sie sind in der Lage, Ergebnisse im Team zu dokumentieren, im Team effektiv zu kommunizieren und die Arbeit aufzuteilen. Außerdem präsentieren sie ihre Ergebnisse in der Forschungsgemeinschaft.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, ein aktuelles Forschungsthema zu identifizieren und in Kleingruppen zu bearbeiten. Die Studierenden verfassen eine wissenschaftliche Arbeit, die ihre Forschungsergebnisse dokumentiert. Dabei lernen sie, die Ergebnisse klar und präzise zu formulieren. Die Studierenden reichen ihr Paper bei einer geeigneten Konferenz oder Fachzeitschrift ein (Blind Review). Dieser Prozess bereitet sie direkt auf die Veröffentlichung im Rahmen einer Forschungsarbeit vor. Durch den gesamten Prozess lernen die Studierenden, die Publikationsfähigkeit ihrer Ergebnisse besser einzuschätzen. Sie lernen, sich als Autorenteam zu beteiligen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Research and Publication	30	240

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Gemeinsam wird ein aktuelles Forschungsthema aus den Bereichen Data Science und/oder Künstliche Intelligenz aufgegriffen und bearbeitet, das nach Einschätzung der Dozent*innen Aussicht auf Annahme bei einer internationalen Konferenz oder Fachzeitschrift hat. Die Teilnehmer*innen vertiefen so ihr wissenschaftliches und werden direkt auf Forschung und Publikation vorbereitet. Die Lehrveranstaltung ist wie folgt strukturiert:

- Auswahl eines Themas (6h Präsenz)
- Kreative Phase: Ausarbeitung des Themas (60h Selbststudium)
- Quellenstudium (30h Selbststudium)
- Zwischenpräsentation (8h Präsenz)
- Schreiben des Artikels (100h Selbststudium)
- Diskussionen (8h Präsenz, individuell)
- Abschlusspräsentation (8h Präsenz)

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann ganz oder teilweise online absolviert werden.

Die maximale Teilnehmendenzahl beträgt i.d.R. 18 Studierende.

Der Umfang der Seminararbeit richtet sich nach den Vorgaben der gewählten Konferenz bzw. Fachzeitschrift. Zur Seminararbeit gehört auch eine Präsentation.

Die kombinierte Prüfung besteht aus Referat (Gewichtung: 25%) und einer Seminararbeit mit Präsentation (Gewichtung: 75 %, Seminararbeit: 10- 15 Seiten, Vortrag: 10 bis 15 Minuten).

Das Modul wird in einem Semester über 6 Monate angeboten.

Das Modul sollte gegen Ende des Studiums gewählt werden.

VORAUSSETZUNGEN

Gute Englischkenntnisse werden vorausgesetzt.

LITERATUR

Hängt vom Thema der wissenschaftlichen Arbeit ab und wird von den Studierenden im Rahmen der Lehrveranstaltung recherchiert.

Studienarbeit (W3M50009)

Study Project

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50009	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Studienarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
270	30	240	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, bei der Einarbeitung in komplexe Themen der Data Science und der Künstlichen Intelligenz interdisziplinäre Aspekte zu berücksichtigen. Sie passen ihre Vorgehensweise den Besonderheiten des Themas an und begründen ihre Entscheidungen technisch, wirtschaftlich und wissenschaftlich. Durch wissenschaftliche Recherchen und praktische Erfahrungen erweitern sie ihr Fachwissen zu Expertenwissen. Darüber hinaus kennen sie Methoden und Formen wissenschaftlichen Arbeitens und wenden diese auf Fragestellungen der Praxis oder der angewandten Forschung an.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden wenden geeignete Methoden zur Problemlösung im Bereich Data Science und Künstliche Intelligenz an, in dem sie Problemstellungen analysieren, relevante Informationen identifizieren und darauf aufbauend Lösungsalternativen entwickeln. Sie leiten Lösungsansätze aus der Literatur ab und ordnen diese theoretisch ein. Sie sind in der Lage, Methoden und Formen des wissenschaftlichen Arbeitens auf wissenschaftliche und praktische Fragestellungen anzuwenden. Sie bearbeiten in begrenzter Zeit Aufgabenstellungen aus den Bereichen Data Science und Künstliche Intelligenz und stellen ihre Ergebnisse schriftlich dar, indem sie Ziele, Methoden und Techniken lösungsorientiert verknüpfen. Sie steuern und dokumentieren wissenschaftliche Arbeiten effizient und korrekt.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig und strukturiert Probleme zu lösen, insbesondere im Bereich der Data Science und der Künstlichen Intelligenz. Sie sind in der Lage, sich selbstständig in komplexe Themen der Data Science und Künstlichen Intelligenz einzuarbeiten und ihr methodisches Vorgehen zu begründen. Sie können Verantwortung übernehmen, fundierte Entscheidungen treffen und diese vertreten. Sie sind Expert*innen in ihrem Fachgebiet und können Wissen und Ideen mit anderen austauschen. Darüber hinaus berücksichtigen sie die sozial-ethische Auswirkungen ihrer Arbeit und diskutieren fachliche Probleme und Konzepte.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, Probleme effizient zu lösen, ihr Wissen in neuen Situationen anzuwenden und fachübergreifende Zusammenhänge zu verstehen. Sie sind in der Lage, ihre Methoden auf neue Arbeitsfelder zu übertragen, ihre Arbeitsergebnisse überzeugend zu präsentieren und Problemlösungen selbstständig zu entwickeln und umzusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Studienarbeit	30	240

Der Inhalt der Studienarbeit im Bereich Data Science und Künstliche Intelligenz ist frei wählbar, muss sich aber auf eine Problemstellung aus mindestens einem Teilbereich des Studiengangs beziehen. Besonderer Wert wird auf Interdisziplinarität und fächerübergreifendes Arbeiten gelegt, um unterschiedliche Perspektiven und Methoden zu integrieren. Die Bearbeitung kann im Team erfolgen und soll unter Berücksichtigung eines effektiven Projektmanagements, das die Phasen Planung, Steuerung, Durchführung, Controlling und Abschluss umfasst, durchgeführt werden.

In der Lehrveranstaltung werden in Form einer Forschungswerkstatt u.a. folgende Methoden wissenschaftlichen Arbeitens eingeübt:

- Ableiten und Formulieren von Hypothesen aus wissenschaftlichen Fragestellungen
- Planung, Durchführung und Auswertung von Untersuchungen
- Diskussion und Präsentation von Ergebnissen
- Ethische Grundsätze
- Einsatz von Werkzeugen zur Unterstützung des wissenschaftlichen Arbeitens

BESONDERHEITEN

Die Vergabe des Themas der Studienarbeit erfolgt durch die DHBW und sollte sich an einem dort durchgeführten Projekt orientieren. Eine Betreuerin oder ein Betreuer der DHBW muss gewählt werden. Teamarbeit ist möglich, wobei jedes Teammitglied eine eigene Dokumentation erstellt. Die Studienarbeit hat einen Umfang von 40 bis 60 Seiten (ohne Inhaltsverzeichnis und Anhang). Die Bearbeitungszeit beträgt sechs Monate.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Grundlage sind die vorliegenden Richtlinien zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten. Die Literatur richtet sich dabei nach dem jeweiligen Projekt oder Themenschwerpunkt und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren. Eine erste Orientierung bieten folgende Quellen:
Franck, Norbert, Stary Joachim: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung, 17. überarbeitete Auflage, Paderborn, 2013
Karmasin, Matthias, Ribing, Rainer: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und Dissertationen, 11., vollständig überarbeitete und ergänzte Auflage, Wien, 2025
Heesen, Bernd: Wissenschaftliches Arbeiten: Vorlagen und Techniken für das Bachelor-, Master- und Promotionsstudium, Heidelberg, 2010
Theisen, Manuel R.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik - Form, 15., aktualisierte und ergänzte Auflage, 2011

Masterarbeit (W3M50010)

Master Thesis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50010	-	1	Prof. Dr. Conny Mayer-Bonde	

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

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

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Bei der Untersuchung der Forschungsfrage gehen sie wissenschaftlich methodisch und systematisch vor und passen ihre Vorgehensweise an die Besonderheiten des Themas an. Dabei erweitern sie ihr Fachwissen zu Expertenwissen. Sie verwenden dabei die Fachterminologie korrekt. Die Fragestellungen kommen aus den Bereichen Data Science und Künstlicher Intelligenz insbesondere im Rahmen verschiedener Anwendungsdomänen der Technik, Wirtschaftswissenschaften oder anderen Gebieten.

METHODENKOMPETENZ

In der Masterarbeit begründen die Studierenden ihr methodisches Vorgehen und wählen geeignete Untersuchungs- und Forschungsmethoden aus den Bereichen Data Science und Künstliche Intelligenz zur Problemlösung aus. Sie abstrahieren und klassifizieren praktische Probleme und wählen z. B. geeignete Algorithmen und KI-Modelle und zeigen deren Anwendbarkeit. Sie untersuchen in diesem Rahmen auf Master-Niveau eine komplexe Forschungsfrage oder -aufgabe und entwickeln innovative Lösungskonzepte oder Lösungsalternativen zur Beantwortung der Forschungsfrage in einem anwendungsorientierten Projekt oder bei der Gewinnung neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse. Sie steuern und dokumentieren das wissenschaftliche Arbeiten effizient. Im Kolloquium stellen sie ihre wissenschaftlichen Forschungsergebnisse und Reultate in einem breiteren fachlichen Kontext vor und verteidigen dabei ihre Ergebnisse wissenschaftlich.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Studierende können sich selbstständig in komplexe wissenschaftliche Themen in den Bereichen Data Science und Künstlichen Intelligenz einarbeiten und fachübergreifende Aspekte berücksichtigen. Sie sind in der Lage, komplexe Themenstellungen zu bearbeiten und mit anderen darüber fachlich zu kommunizieren und zu diskutieren. Dabei lernen sie, konstruktiv und kooperativ mit Problemen umzugehen. Dies ist besonders relevant in den Bereichen Data Science und Künstliche Intelligenz, wo Team-Arbeit und interdisziplinäre Zusammenarbeit sehr entscheidend sind. Sie berücksichtigen sozial-ethische Konsequenzen ihrer Arbeit und wählen Lösungen, die diese Aspekte einbeziehen. Darüber hinaus sind sie in der Lage, gut organisierte, effektive und überzeugende Präsentationen zu erstellen, was insbesondere in der Kommunikation von komplexen Datenanalysen und KI-Modellen von großer Bedeutung ist.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Studierende im Bereich Data Science und Künstliche Intelligenz sind in der Lage, komplexe Problemstellungen effizient zu lösen und ihr Wissen flexibel in neuen Situationen anzuwenden. Sie können multidisziplinäre Zusammenhänge erkennen und ihre Methoden auf verschiedene Arbeits- und Anwendungsfelder übertragen. Zudem sind sie in der Lage, ihre Arbeitsergebnisse überzeugend zu präsentieren und verfügen über gute Kommunikationsfähigkeiten, um Informationen effektiv zu sammeln, zu strukturieren und zu vermitteln, sowohl mündlich, schriftlich als auch visuell und unter Verwendung moderner Präsentations- und Wissensvermittlungstechnologien und -methoden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Masterarbeit	8	532

Die Masterarbeit bietet die Möglichkeit, innovative, wissenschaftliche und praxisnahe Themen aus den Bereichen Data Science und Künstliche Intelligenz zu bearbeiten. Neben der Erzielung wissenschaftlicher Ergebnisse spielt der Aspekt der angewandten Forschung eine zentrale Rolle, in der die erarbeiteten Lösungen auch direkt in realen Projekten des Dualen Partners implementiert und getestet werden können. Im Fokus steht neben der Förderung der wissenschaftlichen Kompetenz auch die praktische Anwendbarkeit der Forschungsergebnisse.

BESONDERHEITEN

Das Modul "Masterarbeit" beinhaltet die zwei Prüfungsleistungen Masterarbeit und mündliche Prüfung (Kolloquium) im Verhältnis 70% (Masterarbeit) zu 30% (mündliche Prüfung). Das Modul kann in Absprache mit den Prüfer*innen auch in englischer Sprache absolviert werden.

Eine Masterarbeit in englischer Sprache wird begrüßt.

Die Masterarbeit kann ggf. auch als Teamarbeit mit anderen Studierenden erbracht werden. Die Themen der Masterarbeiten müssen abgrenzbar sein, jeder Studierende erstellt seine eigene Dokumentation, in der Ergebnisse anderer Teammitglieder aufgegriffen werden können.

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

Das Modul ist nicht im Zertifikatsprogramm belegbar.

VORAUSSETZUNGEN

Eine Anmeldung für das Modul kann frühestens erfolgen, wenn die Voraussetzungen der jeweils gültigen Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) (Master Studien- und Prüfungsordnung DHBW – MaStuPro DHBW) erfüllt sind.

LITERATUR

Basis sind die vorliegenden Richtlinien zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten. Die Literatur richtet sich dabei nach dem jeweiligen Projekt oder der Themenausrichtung und ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren. Folgende Quellen geben dabei eine erste Orientierung:

- Franck, N.: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens: Eine praktische Anleitung, Schöningh Verlag
- Karmasin, M.; Ribing, R.: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten: Ein Leitfaden für Seminararbeiten, Bachelor-, Master- und Magisterarbeiten, Diplomarbeiten und Dissertationen, Schöningh Verlag
- Heesen, B.: Wissenschaftliches Arbeiten: Vorlagen und Techniken für das Bachelor-, Master- und Promotionsstudium, Schöningh Verlag
- Theisen, M.: Wissenschaftliches Arbeiten: Technik - Methodik - Form, Vahlen Verlag

Zeitreihenanalyse (W3M50011)

Time Series Analysis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50011	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein vertieftes Verständnis für die Herausforderungen im Bereich der Zeitreihenanalyse. Sie verfügen über Kenntnis der grundlegenden und weiterführenden Konzepte und Probleme in diesem Bereich und kennen die theoretischen Grundlagen zur Modellierung und Analyse von uni- und multivariate Zeitreihen.

METHODENKOMPETENZ

In diesem Modul lernen die Studierenden Methoden und Konzepte der Zeitreihenanalyse und deren Anwendungsszenarien kennen und können eigenständig Analysen durchführen und diese bewerten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Herausforderungen mit Modellen und Prognosen der Zeitreihenanalyse insbesondere bezüglich Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse und der Vorhersagen der Modelle.

Sie haben die Kompetenz erworben, die Konzepte und Methoden der Zeitreihenanalyse im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus dem Bereich der Wissensgewinnung aus Daten für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile der Methoden und Verfahren gegeneinander abzuwägen und geeignete Verfahren auch unter praktischen Gesichtspunkten auszuwählen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Zeitreihenanalyse	40	95
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Zeitreihenanalyse - Stationarität - Autokovarianz und Autokorrelation - Spektralanalyse - ARMA-Modelle - Schätz- und Test-Theorie im Zeit- und Frequenzbereich - Grundlagen multivariater Zeitreihen - Anwendung und Programmierung 		

BESONDERHEITEN

VORAUSSETZUNGEN

LITERATUR

- Kreiß, J.-P., Neuhaus, G.: Einführung in die Zeitreihenanalyse. Springer.
- Priestley, M.: Spectral Analysis and Time Series. Vol. 1 & 2. Academic Press.
- Schlittgen, R. und Streitberg, S.: Zeitreihenanalyse. De Gruyter.

Reinforcement Learning (W3M50012)

Reinforcement Learning

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50012	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein tiefes Verständnis für Reinforcement-Learning-Methoden. Reinforcement-Learning befasst sich mit dem Problem, optimales Verhalten oder eine optimale Steuerung aus Daten und Simulationen zu lernen. Die Studierenden erlernen theoretische Grundlagen zur Anwendung von Reinforcement-Learning-Algorithmen in simulierten Umgebungen.

METHODENKOMPETENZ

In diesem Modul lernen und untersuchen die Studierenden Methoden und Algorithmen des Reinforcement Learning. Sie wenden die Algorithmen in simulierten Umgebungen an und sind in der Lage, die Qualität der Ergebnisse einzuschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Im Bereich des Reinforcement Learning (RL) sind sowohl personale als auch soziale Kompetenzen von Bedeutung, um komplexe Probleme zu lösen und die Anwendungen in der Praxis umzusetzen. Insbesondere erwerben die Studierenden ein Verständnis der ethischen Implikationen von RL-Anwendungen in den Bereichen Autonomes Fahren, Gesundheitssysteme oder sozialen Systeme. Sie haben die Fähigkeit, mögliche Verzerrungen und ethische Fragestellungen in RL-Modellen zu identifizieren und zu adressieren. Diese Kompetenzen helfen dabei, RL-Modelle nicht nur theoretisch zu verstehen, sondern sie auch praktisch umzusetzen, kontinuierlich zu verbessern und verantwortungsvoll einzusetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Kompetenz, die Konzepte und Methoden des Reinforcement Learning im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen des Data Science und der KI für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile der Methoden und Verfahren gegeneinander abzuwägen und geeignete Verfahren auch unter praktischen Gesichtspunkten auszuwählen. Diese Kompetenzen helfen dabei, RL-Modelle nicht nur theoretisch zu verstehen, sondern sie im Gesamtzusammenhang auch praktisch und verantwortungsvoll umzusetzen und kontinuierlich zu verbessern.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Reinforcement Learning	40	95

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Reinforcement Learning untersucht, wie ein Agent oder ein intelligentes System, der mit einer Welt interagiert, sein Verhalten auf der Grundlage eigener Erfahrungen oder Lehrerdemonstrationen verbessern oder erlernen und optimieren kann. Dabei spielt die Exploration eine wichtige Rolle. Optimale Exploration zielt auf die Ermittlung von Verhaltensmustern oder Richtlinien, die den Informationsgewinn oder die Leistungsmerkmale des Agenten optimieren.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

In diesem Modul wird auf die Theorie und die Konzepte des Reinforcement Learning eingegangen, aktuelle Methoden und Algorithmen in diesem Bereich vorgestellt und Anwendungsszenarien diskutiert und umgesetzt.

Inhalte:

- Arten des Reinforcement Learning
 - o modellfreies Reinforcement Learning
 - o modellbasiertes Reinforcement Learning
 - o Offline Reinforcement Learning
 - o relationales Reinforcement Learning
 - o inverses Reinforcement Learning
- Policy Gradient, Q-Learning
- Markov-Entscheidungsprozesse
- Transfer- und Multi-Task-Lernen
- Bellman-Gleichungen und Optimalitätsprinzip
- Deep Reinforcement Learning

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Dong, H., Ding, Z., Zhang, S. (eds.): Deep Reinforcement Learning. Fundamentals, Research and Applications. Springer.
Joshi, A.: Machine Learning and Artificial Intelligence. Springer
Russel, S., Norvig, P.: Artificial Intelligence. A Modern Approach. Pearson.
Simeone, O.: Machine Learning for Engineers. Cambridge University Press.
Sutton R., Barto, A.: Reinforcement Learning: An Introduction. MIT Press

Vertiefung Data Engineering und Data Analytics (W3M50013)

Advanced Data Engineering and Data Analytics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50013	-	1	Prof. Dr. Christoph Sturm	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Kombinierte Prüfung - Klausur 50% und Programmentwurf 50 %	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die wichtigsten Techniken und Methoden des Data Engineerings. Sie erwerben vertiefende Kenntnisse über die Techniken des Feature Engineerings und können diese situativ einsetzen. Sie lernen grundlegende und fortgeschrittene Algorithmen zur Datenanalyse kennen. Sie kennen die Herausforderungen und gängigen Organisationskonzepte bei der Verwaltung großer Datenmengen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Techniken und Methoden des Data Engineerings zielgerichtet einsetzen und auf die betriebliche Praxis übertragen. Algorithmen zur Datenanalyse setzen sie zielgerichtet zur Erlangung neuer Erkenntnisse oder zur Vorbereitung und Unterstützung betrieblicher Entscheidungen ein.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden bearbeiten Fragestellungen selbstständig und eigenverantwortlich. Sie können sich hierbei eigenständig die zur Beantwortung der Frage relevanten Daten aufbereiten und analysieren. Im Falle einer gemeinsamen Erarbeitung eines Themas werden zusätzlich Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit erworben.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Kompetenz, Daten als Grundlagen für Entscheidungen zu nutzen und handlungsorientiert umzusetzen.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertiefung Data Engineering und Data Analytics	40	95

Teil Data Engineering

- Data Engineering Life Cycle (Data Generation, Storage, Ingestion, Transformation, Serving)
- Data Maturity
- Data Preprocessing
 - Error Types and Error Handling
 - Data Transformation (Feature Scaling, Log Transformation, Feature Selection, Feature Encoding)
 - Data Integration
 - Data Governance
 - DataOps
- Feature Engineering
 - Feature Engineering Pipeline
 - Text Data Feature Engineering (Bag-of-Words, Bag-of-n-Grams, Feature Extraction, Feature Learning)
 - Image Feature Extraction

Teil Data Architectures

- Data Warehouse Systeme (ETL, ELT, Architektur)
- Data Lakes (Architektur, Metadatenverwaltung)
- Data Lakehouse
- Data Fabric
- Data Mesh (Domain Ownership, Data as a Product, Self Service Data Platform, Federated Governance)
- Feature Store (Initialization, Usage, ML Life cycle with Feature Store)

Teil Data Analytics

- Basic Data Analytics (Reporting, OLAP, Analytic Platform Framework)
- Selected Data Analytic Algorithms (Regression, Classification, Clustering)
- Advanced Data Analytic Algorithms
 - Natural Language Processing
 - Time Series Analysis
 - Real Time Analytics

BESONDERHEiten

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bauer, A., Günzel, H.: Data-Warehouse-Systeme, dpunkt
Galli, S.: "Python Feature Engineering Cookbook", Packt-Publishing
Ghavami, P.: „Big Data Analytics Methods“, De Gruyter
Kumar, J.: "Feature Store for Machine Learning", Packt-Publishing
Ozdemir, S.: Feature Engineering Bookcamp, Manning
Runkler, T.: Data Analytics, Springer
Serra, J.: "Deciphering Data Architectures", O'Reilly
Zhamak, D.: "Data Mesh", Marcombo, O'Reilly
Zheng, A. , Casari, A.: "Feature Engineering for Machine Learning", O'Reilly

Wissensrepräsentation und Wissensgraphen (W3M50014)

Knowledge Representation and Knowledge Graphs

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50014	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse der Wissensrepräsentation und der Wissensgraphen sowie über Grundkenntnisse relevanter Themen der angewandten Forschung in diesen Bereichen.

METHODENKOMPETENZ

Die in diesem Modul vermittelten Inhalte versetzen die Studierenden in die Lage, Methoden und Techniken der Wissensrepräsentation und von Wissensgraphen zu verstehen und auf eine praktische Problemstellung (Use Case) anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, vertiefte Kenntnisse über Wissensrepräsentation und der Wissensgraphen darzustellen, zu erläutern, zu präsentieren und eine prototypische Entwicklung zu implementieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, das Wissen über Wissensrepräsentation und Wissensgraphen im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen Computerlinguistik, Deep Learning und Large Language Models für den Einsatz in Unternehmen zu bewerten, deren Bedeutung einzuschätzen und auf ein reales Problem anzuwenden.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wissensrepräsentation und Wissensgraphen	40	95

Teil 1: Umgang mit unsicherem Wissen

- Quantifizierung von Unsicherheit: Wahrscheinlichkeit, bedingte Wahrscheinlichkeit, Bayes-Regel und Anwendung, Naive Bayes-Modelle
- Schließen unter Unsicherheit: probabilistisches Schließen, probabilistisches Schließen über die Zeit (Inferenz in Zeitmodellen, Hidden-Markov-Modelle, Kalman-Filter)

Teil 2: Praxis: Wissensrepräsentation

- Datenmodell: RDF und RDF-Schema, Werkzeuge
- Datenabfrage und -verarbeitung: SPARQL, SHACL
- Inferenz über Daten: OWL und OWL2, Regeln
- RDF(S)-Semantik: RDF(S)-Schichten, -Interpretation, -Inferenz
- SPARQL Query Analysis: SPARQL Algebra, Beispiele
- Schema.org und die fünf Ebenen der Wissensrepräsentation: Linguistik, Konzeption, Epistemologie, Logik, Implementierung

Teil 3: Modellieren von Wissensgraphen

- Generierung von Wissen: Ontologien, Generierung einer ABox
- Speicherung von Wissen: Paradigmen, RDF Triplestores,
- Bewertung von Wissen: Qualitätsdimensionen, Qualitätsbewertung
- Bereinigung von Wissen: Fehlerarten, -erkennung und -korrektur
- Anreicherung von Wissen: Identifikation zusätzlicher Daten- und Wissensquellen, Data-Lifting, TBox-Anpassung, ABox-Integration
- Werkzeuge und Wissensbereitstellung

Teil 4: Praxis: Wissensgraphen

- Organisationsprinzipien für den Aufbau von Wissensgraphen, Graph-Datenbanken, Laden von Daten in einen Wissensgraphen, Integration von Wissensgraphen in Informationssysteme
- Wissensgraphen und maschinelles Lernen: Anreicherung von Wissensgraphen mit Data Science, Graph-natives maschinelles Lernen, Identity Knowledge Graphs, Mustererkennung in Wissensgraphen, Abhängigkeitswissensgraphen, Semantische Suche und Ähnlichkeit, Sprechen mit dem Wissensgraphen

Teil 5: Erweiterungen von Wissensgraphen

- Knowledge Graphs Embeddings: Maschinelles Lernen über Graphstrukturen zur Einbettung von Wissen in neuronale Netze
- Neural-symbolic Integration: Integration neuronaler Netze in Inferenzmechanismen
- Factorizing Knowledge: Zerlegung vortrainierter neuronaler Netze zur Repräsentation aufgabenspezifischen Wissens

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann ganz oder teilweise online absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

Barrasa, Jesus; Webber, Jim (2023): Building Knowledge Graphs, O'Reilly Media Inc., ISBN: 978-1098127107

Kee, C. Marian (2023): The What and How of Modelling Information and Knowledge: From Mind Maps to Ontologies, Springer, ISBN: 978-3031396946

Neelakantan, Arvind Ramanathan (2017): Knowledge Representation and Reasoning with Deep Neural Networks, Dissertation at University of Massachusetts, Amherst, DOI:10.7275/10578133.0

Russell, Stuart.; Norvig, Peter (2023): Künstliche Intelligenz: Ein moderner Ansatz, Pearson Edition Limited, 4. Edition, ISBN: 978-3868944303

Serles, Umutcan; Fensel, Dieter (2024): An Introduction to Knowledge Graphs, Springer, ISBN 978-3031452550

Yang, Xingyi; Ye, Jingwen & Wang, Xinchao (2022): Factorizing Knowledge in Neural Networks, In: Avidan, Shai; Brostow, Gabriel, Cissé, Moustapha, Farinella, Giovanni Maria & Hassner, Tal (eds) Computer Vision – ECCV 2022, Lecture Notes in Computer Science, vol 13694. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-19830-4_5, ISBN: 978-3-031-19829-8

KR Inc.: Principles of Knowledge Representation and Reasoning: <https://kr.org/>

Protégé: the Stanford ontology editor and framework for building intelligent systems: <https://protege.stanford.edu/>

The ACM Special interest group on Knowledge Discovery and Data Mining: <https://www.kdd.org/>

The Knowledge Graph Conference: <https://www.knowledgegraph.tech/>

Computerlinguistik und Sprachtechnologien (W3M50015)

Computational Linguistics and Language Technologies

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50015	-	1	Prof. Dr. Klemens Schnattinger	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse in Computerlinguistik und Sprachtechnologie.

METHODENKOMPETENZ

Die in diesem Modul vermittelten Inhalte versetzen die Studierenden in die Lage, die Methoden und Techniken der Computerlinguistik und der verschiedenen Sprachtechnologien (aus der Phonologie, Phonetik, Morphologie, Syntax, Semantik, Pragmatik, usw.) zu verstehen und anzuwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, vertiefte Kenntnisse der Computerlinguistik und Sprachtechnologie darzustellen, zu erläutern und zu präsentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die Grundlagen der Computerlinguistik und den Sprachtechnologien im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen Wissensrepräsentation, Knowledge Graphen, Deep Learning und Large Language Models für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Computerlinguistik und Sprachtechnologien	40	95

Teil 1: Einführung in die Computerlinguistik und Sprachtechnologien

- Umfang und Ziele der Computerlinguistik, Anwendungen der Computerlinguistik
- Begriffe der Computerlinguistik: Phonetik, Phonologie, Morphologie, Syntax, Semantik, Pragmatik, Diskursanalyse und Diskursrepräsentationstheorie
- Ebenen der computerlinguistischen Analyse: morphologische, syntaktische, semantische und pragmatische Analyse

Teil 2: Linguistische Grundbegriffe

- Lexik: Wort, Tokenisierung, Lemmatisierung, Wortschatz von Korpora, Kollokationen, Schlüsselwörter
- Wortarten: Wortarten in der Linguistik, Annotationen von Wortarten, Automatisches POS-Tagging
- Syntax: Konstituentengrammatik, Dependenzgrammatik, Computergestützte Syntaxanalyse
- Semantik: Linguistische Grundlagen der Semantik, Wortfelder, Sentimentanalyse (lexikonbasiert, mit maschinellem Lernen) und Emotionsanalyse, Distributionelle Semantik (Ähnlichkeiten, Word Embeddings)
- Pragmatik: Entitäten und Referenz, Named Entity Recognition, Koreferenz

Teil 3: Computerlinguistische Methoden und Verfahren verschiedener Sprachtechnologien

- Korpusrecherche und Korpusstatistik: Reguläre Ausdrücke, absolute und relative Häufigkeiten, deskriptive Statistik, Visualisierung, Inferenzstatistik
- Annotation: manuelle und automatische Annotation, Annotationsrichtlinien, Qualität manueller Annotationen, Werkzeuge zur manuellen Annotation
- Deep Learning für die Computerlinguistik: insbesondere rekurrente neuronale Netze und Transformer für die computerlinguistische Analyse; Word, Paragraf und Document Embeddings

Teil 4: Anwendungsbereiche der Computerlinguistik und Sprachtechnologien

- Maschinelle Übersetzung
- Informationsextraktion
- Information Retrieval
- Sentiment-Analyse
- Question-Answering (Q&A)
- Chatbots

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann ganz oder teilweise online absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Andresen, Melanie (2024): Computerlinguistische Methoden für die Digital Humanities, Narr Francke Attempto, Tübingen

Lee, Raymond (2024): Natural Language Processing, Springer Nature, Singapore

Tripurana, Shiva (2023): All about Computational Linguistics, Independently published

Venus, Monarch (2023): Computational Linguistics. Independently published

Association for Computational Linguistics: <https://www.aclweb.org/>

Deutsche Gesellschaft für Sprachwissenschaften, Sektion Computerlinguistik: <https://dgfs.de/de/cl/allgemeines>

European Chapter of the Association for Computational Linguistics: <https://eacl.org/>

Gesellschaft für Sprachtechnologie und Computerlinguistik: <https://www.gscl.org/>

International Conference on Computational Linguistics (COLING): <https://dblp.org/db/conf/coling/index.html>

The Stanford Natural Language Processing Group: <https://nlp.stanford.edu>

Large Language Models (W3M50016)

Large Language Models

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50016	-	1	Prof.Dr. Aikaterini Nakou	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über aktuelles, forschungsnahes Wissen über Large Language Models. Sie sind in der Lage, diese zu verstehen, darzustellen und zu erläutern.

METHODENKOMPETENZ

Die in diesem Modul vermittelten Inhalte versetzen die Studierenden in die Lage, die Methoden und Techniken von Large Language Models anzuwenden und in praktische Anwendungen umzusetzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, Large Language Models im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen Wissensrepräsentation, Knowledge Graphen und Deep Learning für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten, ihre Bedeutung einzuschätzen und anzuwenden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Large Language Models	40	95

Teil 1: Einführung in große Sprachmodelle

- Definition, Hauptmerkmale, Funktionsweise, gängige Large Language Models (BERT, GPT-3, GPT-4, ChatGPT, T5), domänen spezifische LLMs, Anwendungen von LLMs (wie Freitextgenerierung, Information Retrieval/neuronale semantische Suche, Chatbots)
- Semantische Suche mit großen Sprachmodellen: Aufgabe der semantischen Suche, Komponenten einer semantischen Suche (Text Embeddings, Chunking, Vektordatenbank, Pinecon, etc.), die Kosten von Closed Source Komponenten
- Erstes Prompt Engineering: Alignment in Sprachmodellen, Few-Shot-Learning, Strukturierung der Aufgabe, Personas, modellübergreifendes Arbeiten mit Prompts
- Ein erster Frage-Antwort-Chatbot wird entworfen und implementiert.

Teil 2: Feintuning von großen Sprachmodellen

- Grundlagen von Transfer Learning und Feintuning, OpenAI-API, OpenAI-CLI
- Fortgeschrittenes Prompt-Engineering: Prompt-Injektion, Validierung von Ein- und Ausgaben, Prompts verketten, Prompts mit Gedankenketten, Interaktive Entwicklung von Prompts, System Prompts
- Anpassung von Embeddings und der Modellarchitektur: Fallstudie

Teil 3: Fortgeschrittene Anwendung von großen Sprachmodellen

- Fallstudien: Frage-Antwort-System mit Reinforcement Learning aus Feedback
- Feintuning fortgeschrittener Open-Source Sprachmodelle: Multi-Label-Klassifikation mit BERT am Beispiel von Anime-Genres, LaTeX-Generierung, SAWYER
- Überführung von großen Sprachmodellen in die Produktion: Closed-Source vs. Open-Source Sprachmodelle
- Verwendung von großen Sprachmodellen zur Code-Generierung (Java, C#, andere Programmier- und Skriptsprachen)

Teil 4: Vertiefung in ein großen Sprachmodell (beispielhaft GPT-4)

- Die API von GPT-4: verfügbare Modelle, OpenAI Playground, OpenAI Python Bibliothek, ChatCompletionEndpoint, andere OpenAI APIs (wie Moderation Model, Whisper, DALL-E)
- Erstellen von Anwendungen mit GPT-4 und ChatGPT: Designprinzipien, Angriffspunkte in LLM-basierten Apps, Beispiele wie News-Generator, Videos zusammenfassen, Experten erstellen, Sprachsteuerung

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann ganz oder teilweise online absolviert werden.

VORAUSSETZUNGEN

Die Studierenden dieses Moduls verfügen über qualifizierte Kenntnisse im Bereich Computerlinguistik und Verarbeitung natürlicher Sprache. Diese Kenntnisse können durch das Mastermodul „Computerlinguistik und Sprachtechnologie“ erworben werden.

LITERATUR

Caelen, O. & Blete, M.-A.: Anwendungen mit GPT-4 und ChatGPT entwickeln. Intelligente Chatbots, Content-Generatoren und mehr erstellen, O'Reilly Media, ISBN: 978-3960092414

FLLM: International Conference on Foundation and Large Language Models, <https://fllm-conference.org>

Ozdemir, S.: Praxiseinstieg Large Language Models. Strategien und Best Practices für den Einsatz von ChatGPT und anderen LLMs, O'Reilly Media, ISBN: 978-3960108535

Process Intelligence (W3M50017)

Process Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50017	-	1	Prof. Dr. Patrick Föll	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse in der Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen durch Process Intelligence-Techniken. Sie verstehen fortgeschrittene Konzepte im Gebiet der Process Intelligence sowie deren Einsatz in verschiedenen Branchen. Die Studierenden wissen, wie man Process Intelligence nutzen kann, um betriebliche Abläufe datengetrieben zu verbessern und sie kennen die Einsatzmöglichkeiten von Technologien wie KI und Machine Learning zur Prozessoptimierung.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden beherrschen fortgeschrittene Methoden der Prozessanalyse und der Prozessautomatisierung. Sie können Process Intelligence-Werkzeuge und Methoden aus dem Data Science und KI-Umfeld anwenden, um Daten aus Ereignisprotokollen zu analysieren und daraus Verbesserungspotenziale abzuleiten. Dabei sind sie in der Lage, Prozesse in Echtzeit zu überwachen, Daten zu extrahieren und deren Effizienz zu messen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind für die eigenen Stärken und Schwächen in Bezug auf Process Intelligence sensibilisiert und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche Herausforderungen. Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, komplexe Projekte im Bereich der Prozessoptimierung und -intelligenz zu steuern. Sie moderieren Veränderungsprozesse in Unternehmen und kommunizieren technologische Lösungen verständlich.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können umfassende datengetriebene Transformationsprozesse planen, steuern und mit Methoden der Data Science und Künstlichen Intelligenz optimieren. Sie entwickeln Lösungen für branchenspezifische Herausforderungen, indem sie fortschrittliche Algorithmen zur Mustererkennung, Prozessvorhersage und Entscheidungsunterstützung einsetzen.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Process Intelligence	40	95

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

- Die Lehreinheit umfasst Inhalte im Gebiet der Process Intelligence in Verbindung mit Data Science und KI, wie beispielsweise:
- Data Science und KI für Prozessautomatisierung und Optimierung
 - Process Intelligence und Process Mining
 - Wirtschaftlichkeitsbewertung von Prozessautomationen
 - Data Science in Process Analytics und Process Performance Measurement
 - Korrelation von Data Mining und Process Mining
 - Kennzahlen, für Geschäftsprozesse
 - Prozessdatenanalyse und Conformance Checking
 - Visualisierung großer Prozessdatenmengen
 - Echtzeitüberwachung und -optimierung von Geschäftsprozessen
 - Einsatz von KI zur intelligenten Prozesssteuerung und Optimierung
 - Einbindung fortgeschritten Analyseverfahren wie Predictive Analytics und Reinforcement Learning zur Optimierung von Prozessen
 - Nutzung neuronaler Netze z.B. zur Prozessvorhersage, automatisierten Fehlererkennung und intelligenten Ressourcenplanung
 - Process Compliance und Governance
 - Process Compliance Monitoring
 - Überprüfung und Anpassung von Prozessen an rechtliche Anforderungen
 - Ethische Implikationen

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

Studierende dieses Moduls benötigen qualifizierte Kenntnisse in den Bereichen Geschäftsprozessmanagement, Data Science und Process Mining. Diese Kenntnisse können durch das Mastermodul „Business Process Analytics, Simulation, and Mining (W3M20004)“ erworben werden.

LITERATUR

- Czarnecki, C./Fettke, P.: Robotic Process Automation: Management, Technology, Applications, De Gruyter Oldenbourg
- Laue, R./Koschmider, A./Fahland, D.: Prozessmanagement und Process-Mining: Grundlagen, De Gruyter Oldenbourg
- Peters, R./Nauroth, M.: Process-Mining: Geschäftsprozesse: smart, schnell und einfach, Springer Gabler
- Reinkemeyer, L.: Process mining in action. Process mining in action principles, use cases and outlook. Springer
- Reinkemeyer, L.: Process Intelligence in Action: Taking Process Mining to the Next Level. Springer
- Schmelzer, H. J., & Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis: Kunden zufrieden stellen-Produktivität steigern-Wert erhöhen. Carl Hanser Verlag GmbH Co KG.
- van der Aalst, W.: Process Mining: Data Science in Action, Springer

Aktuelle Forschungsliteratur im Bereich Process Intelligence in den entsprechenden Journals, Konferenzen und Datenbanken (z.B. ISJ, DSS, JOM, BISE, AIS, ...)

Smart Enterprise Engineering (W3M50018)

Smart Enterprise Engineering

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50018	-	1	Prof. Dr. Patrick Föll	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Fallstudien

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein fundiertes Verständnis von Smart Enterprise Engineering und können die Auswirkungen technologischer Entwicklungen auf betriebliche Strukturen und Prozesse kritisch reflektieren. Sie verstehen komplexe Unternehmenssysteme und lernen die theoretischen Grundlagen zur sinnvollen Integration von Technologien wie künstliche Intelligenz, IoT und Robotik sinnvoll in den Unternehmenskontext zu integrieren. Sie verstehen nicht nur die technischen Grundlagen, sondern auch deren betriebswirtschaftliche Implikationen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, Technologien wie KI, IoT, Robotik und Cloud Computing gezielt in Geschäftsprozesse zu integrieren, um Effizienzsteigerungen und Automatisierungen in verschiedenen Branchen zu realisieren. Sie analysieren Fallstudien, bewerten branchenspezifische Anwendungen und entwickeln und bewerten datenbasierte, technologische Lösungen für betriebliche Herausforderungen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind für die eigenen Stärken und Schwächen in Bezug auf Smart Enterprise Engineering sensibilisiert und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche Herausforderungen. Sie entwickeln die Fähigkeit, in Führungsrollen zu agieren und unternehmerische Entscheidungen im Bereich der digitalen Transformation zu verantworten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, technologische Transformationsprozesse zu steuern und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Sie bewerten die Auswirkungen intelligenter Technologien auf Geschäftsmodelle und Unternehmensstrategien und können die Sinnhaftigkeit einer Implementierung dieser in unterschiedlichen Branchen und Aufgabenstellung verargumentieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Smart Enterprise Engineering	40	95

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Die Lehreinheit umfasst Inhalte im Bereich Smart Enterprise Engineering, die aufzeigen, wie moderne Technologien und Methoden in Unternehmen zur Optimierung von Prozessen und Strukturen eingesetzt werden. Zu den behandelten Themen zählen die grundlegenden Technologien wie

- Künstliche Intelligenz (KI),
- Internet of Things (IoT),
- Robotik und
- Cloud Computing

die als zentrale Bausteine eines intelligenten Unternehmens dienen.
Es wird die Integration dieser Technologien in Geschäftsprozesse verschiedener Branchen betrachtet, um Effizienzsteigerungen und Automatisierungen zu realisieren.

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Die Studierenden analysieren, wie Smart Enterprise Engineering in Bereichen wie der Produktion (Industrie 4.0), dem Supply Chain Management, dem Einzelhandel, der Finanzbranche, dem Gesundheitswesen und der Automobilindustrie eingesetzt wird. Fallstudien und Praxisbeispiele verdeutlichen, wie Unternehmen in diesen Branchen durch den Einsatz von Technologien wie IoT, KI, Robotik und Automatisierung ihre Effizienz steigern, Kosten senken und neue Geschäftsmodelle entwickeln.

Einzelne Bereiche und Anwendungsbeispiele können je nach Relevanz für die Studierenden und ihre betriebliche Praxis vertieft betrachtet und diskutiert werden.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Andelfinger, P.: Internet der Dinge: Technik, Trends und Geschäftsmodelle, Springer Gabler
- Altenfelder, K., Schönfeld, D., & Krenkler, W. (2021). Services Management und Digitale Transformation.
- Fritz, J.: Datenbasierte Optimierung des Business Management Systems: Geschäftsprozesse verbessern mit Data Analytics, Industrie 4.0, KI, Chatbots und Co, Carl Hanser Verlag GmbH Co KG.
- Hesse, S./Schnell, G.: Sensoren für die Prozess- und Fabrikautomation: Funktion - Ausführung – Anwendung, Springer Vieweg
- Holtschulte, A.: Praxisleitfaden IoT und Industrie 4.0: Methoden, Tools und Use Cases für Logistik und Produktion, Hanser Verlag
- McCarthy, R./McCarthy, M./Ceccucci, W.: Applying Predictive Analytics: Finding Value in Data, Springer Verlag
- Pinnow, C./Schäfer, S.: Industrie 4.0:(R) Evolution für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, Beuth
- Pistorius, J.: Industrie 4.0-Schlüsseltechnologien für die Produktion: Grundlagen, Potenziale, Anwendungen, Springer-Verlag
- Ravindran, G./Makkar, S./Pourghasemi, H.: Artificial Intelligence in Transportations and Logistics - Applications and Challenges, De Gruyter Verlag
- Riegelmayer, W. P.: Industrie 4.0-Vernetzungen für die digitale Fabrik: Leitungstechnik, Schnittstellen, Leistungsmerkmale, Gestaltungs- und Auslegungsprinzipien, Hanser Verlag.
- Rückert, F. U./Sauer, M.: Die Erstellung eines digitalen Zwilling: eine Einführung in Simcenter Amesim, Springer Fachmedien
- Sinsel, A.: Das Internet der Dinge in der Produktion: Smart Manufacturing für Anwender und Lösungsanbieter, Springer Vieweg
- Stich, V., Schumann, J. H., Beverungen, D., Gudergan, G., & Jussen, P. (2019): Digitale Dienstleistungsinnovationen. Smart Services agil und kundenorientiert entwickeln. Berlin, Germany: SpringerVieweg.
- Thomas, O., Nüttgens, M., & Fellmann, M. (2017): Smart Service Engineering. Wiesbaden.
- Publikationen des DFKI-Forschungsbereich Smart Enterprise Engineering:
<https://www.dfgi.de/web/forschung/forschungsbereiche/smart-enterprise-engineering/publikationen-see>

Causal Inference Learning (W3M50019)

Causal Inference Learning

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50019	-	1	Prof. Dr. Laura Schmidt	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Relevanz von kausalem Lernen im Bereich des maschinellen Lernens und der KI kennen. Sie erwerben ein Verständnis für die Herausforderungen der Interpretierbarkeit der Ergebnisse von Wissensmodellen, die mithilfe von Lernalgorithmen generiert werden, die aus Daten lernen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die Konzepte und Methoden des kausalen Lernens und der kausalen Inferenz kennen. Sie können dessen Mehrwert insbesondere im Bereich der Explainable AI und bezüglich der Nachvollziehbarkeit von Wissen in Wissensmodellen einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität im Fachgebiet Causal Inference auf und können in diesem Bereich mit Veränderungen in komplexen Situationen umgehen und diese mitsteuern. Sie können für neue berufsbezogene oder forschungsorientierte Aufgaben in dem Fachgebiet Ziele ableiten und Vorgehensweisen entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die Konzepte und Methoden der Causal Inference im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen des Data Science und der KI für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile der Methoden und Verfahren gegeneinander abzuwägen und geeignete Verfahren auch unter praktischen Gesichtspunkten auszuwählen. Diese Handlungskompetenzen unterstützen Fachleute dabei, kausale Zusammenhänge in verschiedenen Anwendungsfeldern fundiert zu analysieren und fundierte, datengestützte Entscheidungen zu treffen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Causal Inference Learning	40	95
- Statistische und kausale Modelle		
- Annahmen für kausale Inferenz		
- Ursache-Wirkungs-Modelle		
- Lernen von Ursache-Wirkungs-Modellen		
- Multivariate kausale Modelle		
- Lernen von multivariaten kausalen Modellen		
- Kausale Inferenz und maschinelles Lernen		
- Anwendungen		

BESONDERHEITEN

Das Modul wird zur inhaltlichen Weiterentwicklung des Studienangebots nach einem erfolgreichen Start 2025 erst zu einem späteren Zeitpunkt aktiv angeboten.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Li, Sheng., Chu, Zhixuan. (eds): Machine Learning for Causal Inference., Springer, Cham, 2023

Pearl, Judea: An Introduction to causal inference. CreateSpace Independent Publishing, North Charleston, 2015

Peters, Jonas, Janzing, Dominik, Schölkopf, Bernhard: Elements of Causal Inference. Foundations and Learning Algorithms. MIT Press, Cambridge, 2017

Explainable AI (W3M50020)

Explainable AI

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50020	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben ein tiefes Verständnis für die Herausforderungen im Bereich der Explainable AI (erklärbare KI). Sie lernen die neuesten Entwicklungen und offenen Forschungsfragen kennen.

METHODENKOMPETENZ

In diesem Modul lernen die Studierenden Konzepte des Explainable AI und deren Anwendungsszenarien kennen, um die wichtigen Konzepte der XAI anwenden und bewerten zu können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität im Fachgebiet Explainable AI auf und können in diesem Bereich mit Veränderungen in komplexen Situationen umgehen und diese mitsteuern. Sie können für neue berufsbezogene oder forschungsorientierte Aufgaben in dem Fachgebiet Ziele ableiten und Vorgehensweisen entwickeln. Beide Kompetenzbereiche ergänzen sich, um XAI als Brücke zwischen Technologie und Gesellschaft effektiv zu gestalten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Herausforderungen mit Modellen des Machine Learning und der KI insbesondere bezüglich Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse und der Vorhersagen der Modelle. Sie können die daraus resultierenden gesellschaftlichen und rechtlichen Probleme und damit die Relevanz der Forschungen im Bereich der erklärbaren KI / explainable AI (XAI) bewerten.

Sie haben die Kompetenz erworben, die Konzepte und Methoden der XAI im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen des Data Science und der KI für den Einsatz im Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile der Methoden und Verfahren gegeneinander abzuwägen und geeignete Verfahren auch unter praktischen Gesichtspunkten auszuwählen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Explainable AI	40	95

- KI-Transparenz
- Methoden zur Interpretation von KI-Systemen
- Entscheidungen von KI-Systemen erklären
- Interpretierbarkeit und Erklärungen bewerten
- Anwendungen von Explainable AI
- Software für Explainable AI

BESONDERHEITEN

Das Modul wird zur inhaltlichen Weiterentwicklung des Studienangebots nach einem erfolgreichen Start 2025 erst zu einem späteren Zeitpunkt aktiv angeboten.

VORAUSSETZUNGEN

Studierende dieses Moduls haben qualifizierte Kenntnisse im Bereich Causal Inference. Diese Kenntnisse können durch das Mastermodul „Causal Inference“ erworben werden.

LITERATUR

Gianfagna, Leonida, Di Cecco, Antonio: Explainable AI with Python. Springer, Cham, 2021

Li, Sheng, Chu, Zhixuan (eds): Machine Learning for Causal Inference. Springer, Cham, 2023

Holzinger, Andreas et al (eds): xxAI - Beyond Explainable AI. Springer, Cham, 2022

Samek, Wojciech et al (eds): Explainable AI: Interpreting, Explaining and Visualizing Deep Learning. LNCS 11700. Springer, Cham, 2022

Fortgeschrittene Verarbeitung natürlicher Sprache (W3M50021)

Advanced Natural Language Processing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50021	-	1	Prof.Dr. Aikaterini Nakou	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

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

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse in Natural Language Processing (NLP) zur Verarbeitung großer Mengen unstrukturierter Textdaten. Sie erwerben ein theoretisches und praktisches Verständnis moderner und forschungsnaher NLP-Anwendungen. Sie sind in der Lage, diese zu verstehen und zu visualisieren.

METHODENKOMPETENZ

Die in diesem Modul vermittelten Inhalte versetzen die Studierenden in die Lage, die Methoden und Techniken moderner Architekturen zur Verarbeitung natürlicher Sprache anzuwenden. Dazu können sie auch mit sehr großen Textkorpora umgehen und diese für Anwendungen im Kontext der Verarbeitung natürlicher Sprache nutzen. Sie haben einen systematischen Überblick über entsprechende praktische Lösungsansätze in ausgewählten Spezialgebieten des NLP und können diese implementieren. Sie sind in der Lage, aktuelle Forschungsansätze und aktuelle Ansätze des NLP selbstständig nachzuvollziehen und eigene Anwendungen für gegebene NLP-Probleme zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die in diesem Modul vermittelten Inhalte versetzen die Studierenden in die Lage, die Methoden und Techniken moderner Architekturen zur Verarbeitung natürlicher Sprache anzuwenden. Dazu können sie auch mit sehr großen Textkorpora umgehen und diese für Anwendungen im Kontext der Verarbeitung natürlicher Sprache nutzen. Sie haben einen systematischen Überblick über entsprechende praktische Lösungsansätze in ausgewählten Spezialgebieten des NLP und können diese implementieren. Sie sind in der Lage, aktuelle Forschungsansätze und aktuelle Ansätze des NLP selbstständig nachzuvollziehen und eigene Anwendungen für gegebene NLP-Probleme zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, Natural Language Processing im Zusammenhang mit weiteren Kompetenzen aus den Bereichen Wissensrepräsentation, Knowledge Graphs, Computerlinguistik und Large Language Models für den Einsatz in Unternehmen zu bewerten und deren Bedeutung einzuschätzen. Sie sind in der Lage, die Vor- und Nachteile ausgewählter einfacher und anspruchsvoller Verfahren für gegebene NLP-Aufgaben gegeneinander abzuwägen und geeignete Verfahren auch unter praktischen Gesichtspunkten auszuwählen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fortgeschrittene Verarbeitung natürlicher Sprache	40	95

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Teil 1: Embeddings und Transformer in der maschinellen Sprachverarbeitung

- Word Embeddings: Funktionsweise, Aufgabenübergreifende semantische Räume: word2vec und fastText-Verfahren, Praxis: Vorverarbeitung und Implementierung mit Keras, Heidegger-Algorithmus, Arbeiten mit vortrainierten Embeddings, Untersuchung semantischer Beziehungen mit Word Embeddings

- Sequence-to-Sequence-Modelle: Encoder-Decoder-Modelle mit Teacher Forcing, Attention-Mechanismus, Praxis: einfaches Encoder-Decoder-Modell, Encoder-Decoder-Modell mit Attention-Mechanismus

- Transformer: Aufbau und Funktionsweise (Self-Attention), Subwort-Tokenisierung,

- Praxis: Arbeiten mit Hugging Face, Feintuning mit vortrainierten Netzen, Textklassifikation, mehrsprachige Named Entity Recognition, Textgenerierung, Textzusammenfassung, Question Answering

Teil 2: Evaluationsmetriken im Kontext von NLP

Metriken aus der Informationstheorie: beispielsweise Precision, Recall, F1-Score

Metriken für maschinelle Übersetzung: beispielsweise BLUE und METEOR

Metriken für Textzusammenfassungen: beispielsweise ROUGE

Metriken für Sequence Labeling: beispielsweise CoNLL

Teil 3: Anwendungen im Bereich Natural Language Processing

- es werden forschungsnahe Anwendungen betrachtet und von den Studierenden entwickelt

- vertiefte Sentimentanalyse und Opinion Mining: aspektbasierte Sentimentanalyse, Emotions- und Ironieerkennung, sprachübergreifende Sentimentanalyse

- vertiefte Generierung natürlicher Sprache: Stiltransfer, Daten-zu-Text Systeme, Generierung natürlicher Sprache in Dialogsystemen

- Multimodale Sprachverarbeitung: Text-Bild Interaktion, visuelles Question Answering, audio-visuelle Emotionserkennung, Modalitätsfusion

- Erklärbarkeit von NLP-Modellen: LIME, ELI 5, Anchor, etc.

Teil 4: Zusammenhang von maschineller Sprachverarbeitung und Wissensgraphen:

- Erstellung eines Wissensgraphen aus natürlicher Sprache

- Extraktion semantischer Konzepte mit Named Entity Recognition, Koreferenzauflösung und anderen computerlinguistischen Methoden

- Extraktion semantischer Beziehungen durch Analyse von Verben, Präpositionen und anderen computerlinguistischen Methoden

- Verwendung von Wissensgraphen für Tiefentextanalyse, Textverständen und andere computerlinguistische Verfahren

BESONDERHEITEN

Dieses Modul kann ganz oder teilweise online durchgeführt werden.

Das Modul wird zur inhaltlichen Weiterentwicklung des Studienangebots nach einem erfolgreichen Start 2025 erst zu einem späteren Zeitpunkt aktiv angeboten.

VORAUSSETZUNGEN

Die Studierenden dieses Moduls verfügen über qualifizierte Kenntnisse in den Bereichen Computerlinguistik, Wissensrepräsentation und Wissensgraphen. Diese Kenntnisse können durch die Mastermodule „Computerlinguistik und Sprachtechnologie“ und "Wissensrepräsentation und Wissensgraphen" erworben werden.

LITERATUR

Albrecht, Jens; Ramachandran, Sidharth; Winkler, Christian (2021): Blueprints for Text Analytics Using Python, O'Reilly Media Inc., Heidelberg

Hirschle, Jochen (2022): Deep Natural Language Processing, Carl Hanser Verlag, München.

Tunstall, Lewis; von Werra, Leandro & Wolf, Thomas (2023): Natural Language Processing with Transformers, O'Reilly Media Inc., Heidelberg.

Association for the Advancement of Artificial Intelligence (AAAI): <https://aaai.org/>

Fachbereich Künstliche Intelligenz der Gesellschaft für Informatik: <https://fb-ki.gi.de/>

International Conference on Machine Learning (ICML): <https://icml.cc/>

International Joint Conferences on Artificial Intelligence: <https://www.ijcai.org/>

The Stanford Natural Language Processing Group: <https://nlp.stanford.edu/>

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

Workshop on Data Science and Artificial Intelligence (W3M50022)

Workshop on Data Science and Artificial Intelligence

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50022	-	1	Prof. Dr. Bernhard Drabant	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung, Labor	Lehrvortrag, Diskussion, Gruppenarbeit

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
235	40	195	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Students acquire an in-depth understanding of the challenges and trends in the field of data science and artificial intelligence. They know the fundamental and advanced concepts and problems in this area and are able to implement them methodically and in practice.

METHODENKOMPETENZ

In this module, students learn about methods and concepts of data science and artificial intelligence as well as their application scenarios and are able to carry out and evaluate analyses independently.

They have acquired the skills to evaluate the concepts and methods as well as assess their significance. They are able to weigh up the advantages and disadvantages of the methods and procedures. They select suitable procedures from a practical point of view.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Students work in teams on hands-on projects on current topics in the field of data science and artificial intelligence and can responsibly evaluate and classify the applications and methods in an ethical, social and normative context.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Students are familiar with the challenges of developing and applying technologies in the field of data science and artificial intelligence, particularly with regard to the transparency and traceability of results and model predictions, and can integrate this knowledge into their everyday work.

They have acquired the competence to evaluate the concepts and methods and assess their significance. They are able to weigh up the advantages and disadvantages of the methods and procedures and select suitable procedures from a practical point of view.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Workshop on Data Science and Artificial Intelligence	40	195

Preamble: This module is a work shop module for summer schools in the framework of the university alliance EU4Dual. It offers workshops in current research topics in the area data science and artificial intelligence. In the initial set-up the following topics will be offered explicitly. The content may be subject to current developments and trends and may be adapted accordingly.

Transformers

In the workshop the theory and concepts of transformers will be presented. In the hands-on sessions appropriate software packages will be used to train, evaluate, fine-tune and use transformer models in various use cases and scenarios.

Machine Learning on Unstructured Data

In the workshop machine learning on unstructured will be discussed. In particular statistical and probabilistic methods based on Bayesian and statistical methods will be introduced and utilized to analyse unstructured data like texts, videos, etc. One focus is on the inference of uncertain model parameters and validation of hypotheses. Besides the conceptional and theoretical aspects there is a focus on computation and resources - hardware, software, computability. In the hands-on sessions the concept and ideas will be applied and implemented in various use cases.

Multimodal Machine Learning

Multimodal machine learning enhances machine learning in that it uses multiple interrelated data sources such as videos, images, audio sequences, texts etc. simultaneously to solve tasks in complex environments.

In this workshop basic concepts and methods for data analytics of multimodal data are presented. In particular it will be discussed how multimodal data will be joined and represented in order to build and apply appropriate machine learning algorithms which simultaneously learn from these multiple and interrelated modalities.

Note: In all workshops coding will be in Python and Jupyter Notebooks if not mentioned otherwise. Students are asked to bring their own notebooks (Windows, Linux or Mac Books) with the according programming tools (Python, IDE, ...) installed and with appropriate hardware endowment communicated by the lecturers.

BESONDERHEiten

This module is conducted in English only.

Module appropriate for summer school in the context of the EU4Dual university alliance. Proposal for initial set-up: 1-d lecture & workshop on Transformers, 2-d lecture & workshop o machine learning on unstructured data, 2-d lecture & workshop on multimodal machine learning. Last day presentation of team projects.

VORAUSSETZUNGEN

Basic understanding of machine learning and neural networks. Elementary knowledge in working with Python (and/or R).

LITERATUR

(Excerpt)

- Baltrušaitis, T., Chaitanya, A., Morency, L.-P. "Multimodal machine learning: A survey and taxonomy." *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence* 41, 423-443 (2018):
- Bengio, Y., Courville, A., Vincent, P. "Representation learning: A review and new perspectives." *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence* 35, 1798-1828 (2013)
- Bishop, C. M. *Pattern recognition and machine learning*. Springer (2006)
- Goodfellow, I., Bengio, Y., Courville, A. *Deep Learning*, MIT Press (2016)
- Hastie T., Tibshirani, R., Friedman, J. *The Elements of Statistical Learning*. Springer Series in Statistics (2001)
- James, G., Witten, D., Hastie, T., Tibshirani, R. *An Introduction to Statistical Learning*. Springer Series in Statistics (2021)
- Sangeetha, M. *Unstructured Data Analytics Using Machine Learning*. Notion Press (2022)
- Škrlić, B. *From Unimodal to Multimodal Machine Learning*. Springer (2024).

Mathematik für Machine Learning und KI (W3M50023)

Mathematics for Machine Learning and AI

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3M50023	-	1	Prof . Dr. Michael Drabek	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

LEHRFORMEN	LEHRMETHODEN
Vorlesung, Übung	Lehrvortrag, Diskussion

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	40	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben mathematische Kenntnisse, die für das Verständnis von Data Science, Machine Learning und Künstliche Intelligenz im Studiengang relevant sind.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen die wesentlichen mathematischen Konzepte im Bereich Data Science, Machine Learning und Künstliche Intelligenz kennen. Sie erarbeiten sich ein Verständnis für die Zusammenhänge und können die Konzepte und Ideen anwenden, um Lernalgorithmen zu verstehen oder zu entwickeln und die resultierenden Modelle zu verstehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

-

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

-

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mathematik für Machine Learning und KI	40	95
LEHR- UND LERNINHheiten		
- Lineare Algebra und analytische Geometrie		
- Matrizen und Vektoren		
- Analysis		
- Stochastik und Statistik		
- Optimierung		
- Einführung in numerische Methoden		
- Anwendungen im Bereich ML und KI		

BESONDERHEITEN

Das Modul wird als Zusatzmodul zur Erlangung oder als Studiengangsmodul zur Wiederholung (Repetitorium) der Mathematik für Data Science und Künstliche Intelligenz angeboten.

VORAUSSETZUNGEN

Mathematische Grundlagen aus einem Bachelor-Studium

LITERATUR

- Aigner, Martin: Diskrete Mathematik, 6., korrigierte Auflage, Vieweg, Wiesbaden, 2006.
- Beutelspacher, Albrecht: Lineare Algebra – Eine Einführung in die Wissenschaft der Vektoren, Abbildungen und Matrizen, 8., aktualisierte Auflage, Springer, Wiesbaden, 2014.
- Deisenroth, Marc Peter, Faisal, Aldo. A., Ong, Cheng Soon: Mathematics for Machine Learning. Cambridge University Press, Cambridge; New York, NY; Port Melbourne; New Delhi; Singapore, 2020
- Deufhard, Peter, Hohmann, Andreas: Numerische Mathematik 1 - Eine algorithmisch orientierte Einführung, 5. Auflage, De Gruyter, Berlin, Boston, 2019.
- Sudermann-Merx, Nathan: Einführung in Optimierungsmodelle, Springer Spektrum, Berlin, Heidelberg, 2023

Fachübergreifende Kompetenzen (XMX0101)

Key Competences

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
XMX0101	-	1	Prof. Dr. Andreas Föhrenbach	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
135	48	87	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Fachübergreifenden Kompetenzen für Studium und Beruf. In den gewählten Seminarthemen können sie die jeweiligen Fachinhalte eigenständig und mit kritischem Verständnis anwenden.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können die Methoden und Techniken der gewählten Seminare situations- und identitätsangemessen in Studium und Beruf einsetzen. Sie sind in der Lage, in entsprechenden Situationen den Einsatz von Methoden der Kommunikation, der Führung und des Selbstmanagements zu planen und erfolgreich durchzuführen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind für ihre eigenen Stärken und Schwächen in Kommunikation, Führung und Selbstmanagement sensibilisiert und erkennen die Relevanz für aktuelle und zukünftige berufliche und private Herausforderungen. Aufgrund des interdisziplinären Seminarsettings lernen die Studierenden verschiedene Sichtweisen auf die Seminarthemen kennen, zu tolerieren und den eigenen Standpunkt zu reflektieren. Sie sind in der Lage, Kommunikations- und Konfliktfähigkeiten selbstständig weiter zu entwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden setzen sich mit ihrem eigenen Verhalten auseinander und reflektieren strukturelle und organisatorische Aspekte in ihrem beruflichen Umfeld. Sie sind in der Lage, einzeln oder im Team erfolgreich zu agieren.

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Fachübergreifende Kompetenzen	48	87

LERNINHheiten UND INHALTE

LEHR- UND LERNINHheiten

Auftakt- und Reflexions-Workshop (obligatorisch)

Standortbestimmung zu Beginn

- Zielsetzung des Studiums
- Teambuilding
- Reflexion des Studiums an Ende
- Zielerreichung und Ausblick

Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten (Wahl)

- Verhandlungstraining – Wettbewerb effektiv nutzen
- Business Presentation and Negotiation
- Das Südostasien Erfolgsseminar
- Kraftvoll präsentieren und souverän auftreten
- Erfolgreich moderieren
- Konfliktmanagement
- Gesprächsführung in anspruchsvollen Situationen

Teams führen und Veränderungen gestalten (Wahl)

- Schlüssel erfolgreicher Teamführung
- Das eigene Führungsverständnis entwickeln
- Diversity Leadership
- Laterale Führung
- Change Management

Eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln (Wahl)

- Personal Leadership Development
- Kompetenztraining Digitale Transformation
- Stärken stärken
- Erfolg beginnt im Kopf – was wir von Spitzensportlern lernen können

PRÄSENZZEIT

SELBSTSTUDIUM

BESONDERHEITEN

Im Auftakt-Workshop zu Beginn des Studiums werden die individuellen Fach- und Methodenkompetenzen und die Zielsetzung des Studiums erarbeitet. Im Reflexion-Workshop zu Ende des Studiums wird das Studium gesamhaft und die Zielerreichung reflektiert. Die Inhalte werden mittels interaktiven Methoden und in wechselnden Konstellationen (z.B. Plenum, Kleingruppen, Einzelarbeit) individuell aufgearbeitet.

In den Units „Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten“, „Teams führen und Veränderungen gestalten“ und „Eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln“ werden Seminare mit verschiedenen Aspekten zu den jeweiligen Bereichen zur Auswahl angeboten. Hier werden exemplarisch Seminartitel des Angebots genannt.

Aus den drei Unitbereichen wählen die Studierenden zwei Seminare aus. Die Theorieinhalte werden mittels interaktiven Methoden und in wechselnden Konstellationen (z.B. Plenum, Kleingruppen, Einzelarbeit) fallbezogen aufgearbeitet. Durch die fachbereichsübergreifende Zusammensetzung der Gruppen ergeben sich unterschiedliche Blickwinkel auf die Themen.

Die individuellen Seminare jedes*r Studierenden sollen entsprechend der vorhandenen Kompetenzen und beruflichen Erfordernisse ausgewählt werden. Dazu steht eine qualifizierte Beratung am DHBW CAS zur Verfügung. Es wird empfohlen die Seminare nicht zu Studienbeginn zu belegen und mit dem direkten Vorgesetzten im Unternehmen abzustimmen.

Die Umsetzung der Seminar- und Workshop-Inhalte in die Praxis wird von den Studierenden in einem Portfolio dokumentiert und reflektiert, zu dem sie sich bei Bedarf zusätzlich Feedback von Dozent*innen, Peers und/oder Ansprechpartner*innen aus dem beruflichen Umfeld einholen. Das Modul trägt damit signifikant zum Theorie-Praxis-Transfer bei, in dem die Theorieinhalte strukturiert in Bezug auf das eigene Berufsumfeld und das eigene Handeln reflektiert werden.

Zusätzliche Seminare des Moduls können ohne Prüfung und ECTS-Vergabe nur von Studierenden und Alumni des DHBW CAS belegt werden. Die Buchung erfolgt in diesen Fällen über die Wissenschaftliche Weiterbildung (WWB), die Gebühren sind der jeweils gültigen Gebührensatzung Kontaktstudien und Zertifikatsprogramme der WWB zu entnehmen.

Das Modul oder Teile davon können nicht im Rahmen des Zertifikatsprogramms belegt werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

-