

Steinbeis-Hochschule
Fakultät Business and Economics
MODULHANDBUCH
Masterstudiengang Business Management

INHALTSVERZEICHNIS

Foundation (F)	7
F-01 Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden.....	7
F-02 Economics, Politics and Society	9
F-03 Projektmanagement	11
F-04 Strategische Unternehmensführung	13
F-05 Finance	15
F-06 Markt, Kunde und Marketing	18
F-07 Unternehmensorganisation	20
F-08 Führung und Kommunikation	22
F-09 Statistik advanced	24
F-10 Mathematik advanced	26
F-11 Qualitative Sozialforschung advanced	28
F-12 Ökonometrie	30
Integrationsmodule (IM).....	32
IM-01 Research and Science Project	32
IM-02 Innovation Project.....	34
IM-03 Transfer Project.....	36
Project (P)	38
P-01 Projektstudienarbeit	38
P-02 Studienarbeit	40
P-03 Master Thesis	41
Management, Entrepreneurship & Strategy (MES)	43
MES-01 Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Management, Entrepreneurship & Strategy	43
MES-02 Innovationsmanagement advanced	45
MES-03 Strategische Organisationsentwicklung I.....	48
MES-04 Strategische Organisationsentwicklung II.....	50
MES-05 Leadership and Competencies.....	52
MES-06 Wissenschaftstheorie und Corporate Social Responsibility	54
MES-07 Information Systems Management	56
MES-08 Strategisches Marketing	59
MES-09 Strategisches Management I	61
MES-10 Strategisches Management II	63
Organisation HR & Führung (OHF).....	65
OHF-01 Integrationsmodul – Einführung, Theorie & Entwicklungen in Organisation & Personal ...	65
OHF-02 Kommunikationstechniken im Management	67

OHF-03 Persönlichkeit und Kompetenzentwicklung.....	69
OHF-04 Zukunftstrends der Organisation	71
OHF-05 Organisations- und Entscheidungstechniken	73
OHF-06 Führungs- und Anreizsysteme.....	75
OHF-07 Prozessmanagement	78
OHF-08 Change Management	80
OHF-09 Teamentwicklung und Konfliktmanagement	82
OHF-10 Consulting	84
OHF-11 Personalmanagement-Strategie	86
OHF-12 Workforce Management	88
OHF-13 Wertschöpfungsorientiertes Personalmanagement	90
OHF-14 Arbeitsrecht	92
OHF-15 Prozessmanagement-Systeme	94
OHF-16 Kontinuierliches Prozessmanagement	96
OHF-17 Projektleitung	98
OHF-18 Multiprojektmanagement-Systeme	100
OHF-19 Agiles Projektmanagement	102
OHF-20 Business-Analyse: Anforderungsmodellierung.....	104
OHF-21 Business-Analyse: Requirements Engineering	106
OHF-22 Strategien der Unternehmensarchitektur	108
OHF-23 Management der Unternehmensarchitektur	110
OHF-24 Data Science: Datenhaltung und Datenintegration.....	112
OHF-25 Portfoliostrategie Healthcare	114
OHF-26 Datenmanagement und Prozesse Healthcare	117
OHF-27 Management von Sach- und Prozesskosten Healthcare	120
OHF-28 PR, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit Healthcare	122
OHF-29 Qualitätsmanagement und Evidenz: Produkte, Prozesse und Therapien.....	124
OHF-30 Prozessorientierte Logistik.....	126
OHF-31 Unternehmung, Führung und Organisation in der Logistik	128
OHF-32 Distributionslogistik	130
OHF-33 Produktion/Leistungserstellung	132
OHF-34 Beschaffung und Beschaffungsmarkt.....	134
OHF-35 New Work und Zukunftsformen der Arbeit.....	136
OHF-36 Organisationsberatung, Organisationsentwicklung	138
OHF-37 Psychologische Aspekte der Veränderung in Organisationen.....	140
OHF-38 Psychologische Aspekte der Führung in Organisationen.....	142
Marketing, Media & Communication – advanced (MMC).....	144
MMC-01 Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Marketing, Media & Communication	144
MMC-02 Strategisches Medienmanagement.....	146

MMC-03 B2B & Dienstleistungsmarketing	149
MMC-04 Pricing & Marketing Controlling	152
MMC-05 Kreativitätstechniken und Methoden: Text.....	155
MMC-06 Kreativitätstechniken und Methoden: Grafik Design	157
MMC-07 Integrierte Kommunikation	159
MMC-08 Transfermodul: Kreation und Management	161
MMC-09 Operatives Vertriebsmanagement I	163
MMC-10 Operatives Vertriebsmanagement II	166
MMC-11 Strategisches Vertriebsmanagement	169
MMC-12 Psychologie des Angebots	172
MMC-13 Psychologie der Nachfrage	174
MMC-14 Neue Aspekte der Konsumentenpsychologie	176
Finance, Banking & Controlling – advanced (FBC)	178
FBC-01 Integrationsmodul – Einführung, Theorie und Entwicklungen in Finanzen, Banken und Controlling.....	178
FBC-02 Bilanzierung und Aufsichtsrecht.....	180
FBC-03 Bankensteuerung: Kalkulationssysteme in Kreditinstituten.....	183
FBC-04 Bankensteuerung: Banksimulation boss.....	185
FBC-05 Finanzwirtschaft: Finanzmarkt und eFinance	187
FBC-06 Finanzwirtschaft: Derivate	190
FBC-07 Finanzwirtschaft: Kapitalmarkttheorie.....	192
FBC-08 Risikomanagement.....	194
FBC-09 Risikokapitalallokation.....	197
FBC-10 Finanzderivate	199
FBC-11 Vertriebssteuerung, -organisation und -führung	201
FBC-12 Behavioral Finance	203
FBC-13 Bankenaufsicht.....	205
FBC-14 Kalkulation von Rentabilität und Risiko in Kreditinstituten	207
FBC-15 Integriertes Rendite-/Risikomanagement und BOSS-Planspiel	209
FBC-16 Zinsrisikomanagement	212
FBC-17 Kreditrisikomanagement	215
FBC-18 Kapazitätsmanagement	218
FBC-19 Personal- und Organisationsentwicklung in Banken	220
FBC-20 Strategieentwicklung in Banken und Sparkassen	223
FBC-21 Management von Restrukturierungen und Fusionen	226
FBC-22 Bankenethik in der Marktwirtschaft	229
FBC-23 Digitalisierung	232
FBC-24 Produktkalkulation	235
FBC-25 Markt und Strategie	237
FBC-26 Vertriebswege der Versicherung	239

FBC-27 Vertriebssteuerung	241
FBC-28 Betrieb: Antrag, Vertrag, Schaden	243
FBC-29 Risikomanagement und Solvabilität	245
FBC-30 Wertorientierte Unternehmenssteuerung und ALM.....	248
FBC-31 Consultingwerkzeuge	250
FBC-32 Controlling- und Consulting-Kompetenzen	252
FBC-33 Controllingwerkzeuge	255
FBC-34 Marketing, Akquisition und Management von Consulting-Projekten.....	258
FBC-35 Prozesskostenmanagement und Management Reporting	261
FBC-36 Führungsorientiertes Rechnungswesen, Risikocontrolling/ Qualitätscontrolling	264
FBC-37 Vermögensanlage	267
FBC-38 Vermögensübertragung	270
FBC-39 Performancemessung.....	273
FBC-40 Geschäftsfeldsteuerung im Wealth Management	276
FBC-41 Beratungspraxis im Wealth Management	279
FBC-42 Strategie und Value of IT	282
FBC-43 Service-Management und IT-Sourcing	285
FBC-44 Manage IT und IT Risk.....	287
FBC-45 IT-Landschaften und Enterprise Architecture Management.....	290
FBC-46 Lösungen für Finanzdienstleister und Plan, Design, Build.....	293
FBC-47 Projektmanagement sowie Integration und Migration von IT-Landschaften	296
FBC-48 Corporate University	299
FBC-49 Summer School.....	301
FBC-50 Ganzheitliche Finanzberatung I	303
FBC-51 Ganzheitliche Finanzberatung II	305
FBC-52 Analyse und Reflektion des Financial Planning.....	307
FBC-53 Financial Planning I – Interdisziplinäre Grundlagen	309
FBC-54 Financial Planning für private Haushalte I.....	311
FBC-55 Financial Planning für private Haushalte II.....	313
FBC-56 Financial Planning für unternehmerische Haushalte I.....	315
FBC-57 Financial Planning für unternehmerische Haushalte II	317
FBC-58 Financial Planning für unternehmerische Haushalte III	319
FBC-59 Management von Finanzdienstleistern	321
FBC-60 Internationale Finanzmärkte	323
FBC-61 Accounting für Finanzdienstleister	325
FBC-62 Compliance in der Finanzdienstleistungsindustrie	327
Innovation, Technology & Digitization – advanced (ITD)	329
ITD-01 Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Innovation, Technology & Digitization	329
ITD-02 Digital Technology advanced.....	331

ITD-03 Innovation Controlling	334
ITD-04 Innovation Culture & Science II	338
ITD-05 Innovation of the Value Creation Chain	340
ITD-06 Innovation Orientation and Inspiration	344
ITD-07 Innovation Philosophy	346
ITD-08 Innovation Science	348
ITD-09 Business Intelligence: Applications	350
ITD-10 Business Intelligence: Methods and Processes.....	352
ITD-11 Business Intelligence: Strategy	355
ITD-12 Cyber Security	357
ITD-13 Cyber-physical Production Systems und Industrie 4.0	360
ITD-14 Industrial Internet.....	362
Economic Theory, Politics & Law – advanced (EPL).....	364
EPL-01 Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Economic Theory, Politics & Law	364
EPL-02 Arbeitsrecht und Tarifrecht	366
EPL-03 e-Commerce und Datenschutzrecht & Gewährleistung und Garantie.....	368
EPL-04 Europäisches Handels- und Gesellschaftsrecht	370
EPL-05 Finanzsicherungsinstrumente im Immobiliarsachenrecht	372
EPL-06 Projektorientierte netzbasierte Entscheidungstechniken	374
EPL-07 Unternehmenssteuerrecht	376
EPL-08 Vertragsgestaltung.....	378
EPL-09 Wirtschaftsstrafrecht	380
Übergreifende Module	382
DAS Data Science: Anwendungsfälle und Business Value.....	382
DES Digital Economics - Implications for Business & Society.....	384
DIM Digital Marketing	387
DIT Digital Technology	389
DMA Digital Marketing - advanced	391
DSD Data Science: Datenanalyse.....	394
ENT Entrepreneurship.....	397
IIM International and Intercultural Management.....	400
IKO Interkulturelle Kompetenz	402
IMA International Management	404
INO Innovationsmanagement	408
MCB Marketing, Communication & Branding	410
MEC Managerial Economics.....	413
MMO Managing the modern Organisation: Change, Agility and Leadership	415
MRC Market Research & Consumer Behavior	418
SMN Sales Management & Negotiations	421

SRM Strukturelle Rahmenbedingungen des Marketings	423
BP1 Business Psychology 1	426
BP2 Business Psychology 2	428
Abkürzungsverzeichnis.....	430

FOUNDATION (F)

F-01 | Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Pflicht
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

- Einführung in Wissenschaftstheorien
- Erweiterte Grundlagen, Begriffe und Regeln der empirischen Forschung
- Kriterien der Auswahl qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden
- Spezielle Aspekte der Durchführung von Untersuchungen
- Methoden der Hypothesengewinnung und Theoriebildung sowie gestaltungsorientierte Forschungsansätze

3. Qualifikationsziele

- Die Lernenden vertiefen ihre Kenntnisse hinsichtlich der relevanten wissenschaftstheoretischen Denkrichtungen des 20. und des beginnenden 21. Jahrhunderts und können konstruktiv-kritisch die historischen Bedingungen und dahinter liegenden Paradigmen erörtern.
- Sie können selbständig ein empirisches Forschungsprojekt zu einer wissenschaftlichen Fragestellung durchzuführen.
- Sie wissen um die Herausforderungen und Hürden empirischen Arbeitens und können diese in Forschungsprojekten mittlerer Komplexität, wie sie in einer Master Thesis gefordert werden, selbstständig meistern.
- Sie können die unterschiedlichen Annahmen und Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung anwenden.
- Sie können spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien bewerten und analysieren sowie alternative Herangehensweisen erörtern.
- Sie können die in einer empirischen Untersuchung gewonnenen Erkenntnisse angemessen interpretieren und Implikationen für Forschung und Unternehmenspraxis ableiten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Döring, N./Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Auflage, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg. Kapitel 1 bis Kapitel 11

F-02 | Economics, Politics and Society

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Economics, Politics and Society
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Pflicht
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sabine Meck

2. Inhalt

Economics: <ul style="list-style-type: none"> • Philosophische Perspektiven • Politische Ansätze • Modelllandschaft Politics: <ul style="list-style-type: none"> • Definition und Abgrenzung • Stakeholder • Machtbasen • Einflussgrößen und Bearbeitungsmethoden Society: <ul style="list-style-type: none"> • Perspektiven • Erwartungen und Einflussgrößen • Wirtschaftsethik, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und Compliance
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- ein erweitertes fachspezifisches Verständnis zu der Relevanz und der Schnittmenge von Economics, Politics und Society entwickeln.
- methodengestützt die laufenden wissenschaftlichen und politischen Debatten über internationale, europäische und deutsche Politik, Gesellschaftsfragen und volkswirtschaftliche Zusammenhänge nachvollziehen, bewerten und konstruktiv begleiten.
- wichtige Analyse Kriterien und maßgeblicher Parameter des inter- und transnationalen Vergleichs identifizieren und selbständig, konstruktiv aufarbeiten sowie auf dieser Grundlage fundierte Prognosen anstellen.
- soziale Systeme mithilfe soziologische Systemtheorie-Ansätze erörtern und wissenschaftlich weiterentwickeln.
- Anforderungen der Gesellschaft an ein Unternehmen auf Basis wirtschaftsethischer Überlegungen analysieren und in Ansätze von Corporate Social Responsibility überführen, Corporate Governance Ansätze verstehen und im Unternehmen implementieren
- die gewonnen Erkenntnisse selbständig und konstruktiv auf Unternehmen transferieren und entsprechende Handlungsoptionen erarbeiten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Lütge, C. und Uhl, M. (2017): Wirtschaftsethik, München
- Samuelson, Paul A. und Nordhaus, William D. (2015): „Economics“, New York
- Schwartz, M. (2009): Corporate Social Responsibility: An Ethical Approach

F-03 | Projektmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Projektmanagement
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Pflicht
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Volker Bach

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Projekte und Projektmanagement • Umsetzungsprojekte vs. wissenschaftliche Projekte • Typische Projektphasen in beiden Projekttypen • Umfeldbetrachtung • Projektziele und Projektanforderungen identifizieren • Aufgaben- und Phasenplanung • Controlling-Werkzeuge und Projektsteuerung • Agile Projektmanagement-Methoden wie z.B. SCRUM • Multiprojekt-Management und Projektportfolio-Management • Führung und Konfliktmanagement in Projekten

3. Qualifikationsziele

- Die Lernenden beherrschen die wesentlichen Instrumente des klassischen und des agilen Projektmanagements.
- Sie können den Unterschied von Umsetzungs- und Wissenschaftsprojekten erläutern und Gütekriterien für Wissenschaftsprojekte beschreiben.
- Sie können die Zieldimensionen von Umsetzungsprojekte erläutern und Ziele wirkungsvoll formulieren.
- Sie können die Zieldimensionen von Wissenschaftsprojekte erläutern und Ziele sowie Forschungsfragen wirkungsvoll formulieren.
- Sie sind in der Lage, selbständig eine professionelle Auftragsklärung durchzuführen.
- Sie können die Rollen einer Projektorganisation erläutern und deren möglichen Einfluss auf ein Projekt kritisch reflektieren.
- Sie können für jedes Projekt einen professionellen Beteiligungsplan erstellen, typische Aufgaben der Führung in Projekten analysieren und Methoden zur Lösung von Konflikten in Projekten evaluieren.
- Sie können wesentliche Werkzeuge des Projektcontrollings und anwenden.
- Sie sind befähigt, grundlegende Methoden des agilen Projektmanagements anzuwenden.
- Sie sind in der Lage, Multiprojekt-Management-Methoden anzuwenden und ein auf die Unternehmensstrategie ausgerichtetes Projektportfolio zu steuern

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bär, C., Fiege, J., Weiß, M. (2017: Anwendungsbezogenes Projektmanagement, Berlin
- Bea, F.X., Scheurer, S., Hesselmann, S. (2011): Projektmanagement, Stuttgart
- Burghardt, M.: Einführung in Projektmanagement, Berlin und München
- Kraus, Georg/Westermann, Reinhold (2014): Projektmanagement mit System. Organisation, Methoden, Steuerung, 5. Aufl., Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Neumann, Mario (2017): Projekt-Safari, 2. Aufl., Campus-Verlag, Frankfurt am Main.
- Preußig, J. (2018): Agiles Projektmanagement, Freiburg-München-Stuttgart
- Tumascheit, Klaus-Dieter (2012): »Alle ziehen am selben Strang!«: 55 Mythen des Projektmanagements, Orell Füssle Verlag.

F-04 | Strategische Unternehmensführung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-04
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategische Unternehmensführung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Pflicht
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Case, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bernd Eggers

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Systemtheorie der Unternehmensführung ▪ Ebenen und Funktionen eines integrierten Unternehmensführungssystems ▪ Wesentliche Aspekte der normativen Führungsebene (Unternehmenswerte, -ziele, -vision, -kultur, -verfassung, -mission) als Ausgangsbasis der Strategieentwicklung ▪ Theorien und historische Entwicklung der strategischen Unternehmensführung ▪ Anwendung und Funktion strategischer Analysen zur Beurteilung der strategischen Situation der Unternehmensumwelt (Chancen und Risiken) und des Unternehmens (Stärken und Schwächen) ▪ Integration der Ergebnisse der strategischen Analysen zur Strategieentwicklung ▪ Marktorientierte Strategien (Wettbewerbs-, Markt-, Kundenstrategien, Dynamische Strategien, Delta-Strategien) ▪ Ressourcenorientierte Strategien (Geschäftsmodell-, Ressourcen-, Kompetenzstrategien) ▪ Innovationsstrategien und disruptive Geschäftsmodelle ▪ Probleme der Strategieimplementierung ▪ Strategiefokussierte Organisation und effektiver Strategieprozess (XPP)

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die Ebenen und Funktionen der Unternehmensführung nach der Systemtheorie beschreiben und als integriertes System verstehen
- die normativen Bausteine der Unternehmensführung als Ausgangspunkt strategischer Überlegungen erläutern, integrieren, mitgestalten und kritisch beurteilen
- markt- und ressourcenorientierte Strategieentwicklung unterscheiden, bewerten und integrieren
- strategische Analysen zur Beurteilung der strategischen Situation auswählen, praktisch anwenden, integrieren und richtig interpretieren sowie daraus selbstgesteuert Chancen und Risiken der Unternehmensumwelt und Stärken und Schwächen des Unternehmens ableiten
- innovative Strategien und disruptive Geschäftsmodelle erläutern und kritisch beurteilen
- strategische Controlling-Werkzeuge auswählen und autonom anwenden, um die strategische Unternehmensführung dadurch wirkungsvoll zu unterstützen
- reale Führungshandlungen nachvollziehen und unterstützen

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur (jeweils neueste Auflage)

- Dillerup, R./Stoi, R. (2013): Unternehmensführung, München.
- Dillerup, R./Stoi, R. (2012) (Hrsg.): Fallstudien zur Unternehmensführung, München.
- Hungenberg, H. (2014): Strategisches Management im Unternehmen, Wiesbaden.
- Mintzberg, H./Ahlstrand, B./Lampel, J. (2012): Strategy Safari, Heidelberg.
- Müller-Stewens, G./Lechner, C. (2016): Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart.
- Porter, M.E.: Wettbewerbsvorteile (2013), Frankfurt/Main.
- Venzin, M., Rasner, C., Mahnke, V. (2010): Der Strategieprozess, Frankfurt/M.

F-05 | Finance

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-05
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Finance
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanz-Controlling ▪ Unternehmensbewertung und Mergers & Acquisitions
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Werner Seebacher

2. Inhalt

<p>Finanzcontrolling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moderne Verfahren der Investitionsplanung - Instrumente der Eigen- und Fremdkapitalfinanzierung und ihre Bewertung - Finanzwirtschaftliche Interessen und Finanzierungsentscheidungen - Finanzwirtschaftliche Unternehmenskennzahlen und Unternehmensanalyse - Investitions- und Finanzplanung im Rahmen der Unternehmenssteuerung <p>Grundlagen der Unternehmensbewertung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Begriffe und Anlässe der Unternehmensbewertung - Werttheorien und Zweckadäquanz - Anforderungen an den Unternehmensbewertungsprozess

Unternehmensbewertungsverfahren

- Überblick zu den Methoden der Unternehmensbewertung
- Zukunftserfolgswertverfahren
 - o Ertragswertverfahren
 - o Discounted Cashflow Verfahren
 - o Fallbeispiel zur Bestimmung des Unternehmenswertes
- Weitere Verfahren der Unternehmensbewertung

Einführung in Mergers und Acquisitions (M&A)

- Definitionen und aktueller Stand am M&A Markt
- M&A Formen aus wirtschaftlicher und juristischer Perspektive
- Gründe für M&A's

Ablaufprozess einer M&A

- Auswahl der Zielgesellschaft
- Bewertung der Zielgesellschaft
- Integration der Zielgesellschaft
- Ex Post Beurteilung der Akquisitionsentscheidung

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden des Masterstudienganges erwerben einen vertiefenden Überblick über die Planungsinstrumente zur Entscheidung im Hinblick auf finanzwirtschaftliche Alternativen. Die Studierenden wissen und verstehen, wie die finanzwirtschaftlichen Planungsinstrumente eingesetzt werden. Sie können die Verfahren der Investitionsplanung bei beschränkten finanziellen Mitteln und bei unsicheren Erwartungen autonom anwenden. Der Unterschied zwischen buchhalterischen und finanzwirtschaftlichen Gewinnen wird von den Studierenden analytisch herausgearbeitet.
- Die Studierenden können im Rahmen der Unternehmensbewertung potentielle Preise für Unternehmen ermitteln. Sie verstehen, dass es „den“ Wert für ein Unternehmen nicht gibt, sondern der Wert eines Unternehmens vom Bewertungszweck abhängig ist.
- Die Studierenden kennen die Anlässe einer Unternehmensbewertung und sind in der Lage, den Unternehmenswert zweckgerecht zu ermitteln. Sie sind mit den bestehenden Werttheorien vertraut und können diese erläutern. Der Unternehmensbewertungsprozess wird von den Lernenden analysiert und die Anforderungen an diesen formuliert.
- Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Unternehmensbewertungsverfahren zu diskutieren und diese in Abhängigkeit vom Bewertungszweck konzeptionell einzusetzen. Die Studenten können insbesondere die Zukunftserfolgswertverfahren voneinander abgrenzen, wobei sie sich insbesondere mit dem Discounted Cashflow Verfahren analytisch auseinandersetzen. Diese Verfahren werden von den Studierenden anhand eines realitätsnahen Fallbeispiels evaluiert.
- Die Lernenden erkennen die unterschiedlichen Formen von Mergers und Acquisitions (M&A) als mögliches Anwendungsfeld der Unternehmensbewertung. Sie setzen sich intensiv und fundiert mit den Ablaufprozessen der M&A auseinander.
- Das Seminar befähigt die Teilnehmer den Unternehmensbewertungsprozess zu verstehen, verschiedene Methoden der Unternehmensbewertung sowie die Modellvoraussetzungen selbstgesteuert anzuwenden.
- der verschiedenen Verfahren kritisch reflektieren zu können. Darüber hinaus sind die Teilnehmer mit den Charakteristika von M&A's vertraut und können die Unternehmensbewertung innerhalb des Ablaufprozesses einer M&A einordnen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Ballwieser, W./Hachmeister, D. (2013): Unternehmensbewertung, Prozess, Methoden und Probleme, Stuttgart.
- Glaum, M./Hutzschenreuter, T. (2010): Mergers & Acquisitions, Management des externen Unternehmenswachstums, Stuttgart.
- Hölscher, R. (2010): Investition, Finanzierung und Steuern, München.
- Rudolph, B. (2006): Unternehmensfinanzierung und Kapitalmarkt, Tübingen.
- Schierenbeck, H./Lister, M. (2002): Value Controlling – Grundlagen wertorientierter Unternehmensführung, 2. Auflage, München/Wien.

F-06 | Markt, Kunde und Marketing

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-06
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Markt, Kunde und Marketing
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Marketingtheorien und -paradigmen • Verhalten relevanter Austauschpartner • Strategisches Marketing • The Marketing Case Course • Market based und ressource based view • Grundlagen der neuen Institutionsökonomie • Vom Transaktions- zum Beziehungsmarketing • Überblick Konsumentenverhalten (b2c) und organisationales Beschaffungsverhalten (b2b) • Competitive Analysis • Der KKV als Navigator im strategischen Marketing • Spielarena, Spielverhalten und Spielregeln als marktstrategische Dimensionen • Spitzensport und strategisches Marketing - hilfreiche Analogien • Marketing Theorien praktisch anwenden
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die Geschichte und Entwicklung des Marketings und seine grundlegenden Theorien erläutern und einzelne Etappen reflektieren und konstruktiv kritisieren.
- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Paradigmen des Marketings anzuwenden sind.
- eigenständig mit der Idee des resource-based / market-based view und Alternativen zur klassischen Betrachtungsweise umgehen.
- beurteilen, was der Wandel hin zum Beziehungsmarketing für die unternehmerische Praxis bedeutet.
- die Wirkungen der KKV-Betrachtungsweise einschätzen und diese selbständig in Unternehmen einsetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Backhaus, K, Schneider, H. (2009): Strategisches Marketing, 2. Aufl., Schäffer Poeschel.
- Harding, G. / Walton, P. (2000): Bluff your way in marketing (Bluffer's Guides), 1. Auflage, Oval Books
- Kotler, P. / Keller, K. L. / Bliemel, F. (2007): Marketing- Management: Strategien für wertschaffendes Handeln, 12. aktualisierte Auflage, Pearson Studium
- Kotler, P. / Bliemel, F. (2006 - Nachdr.): Marketing-Management: Analyse, Planung und Verwirklichung, 10. überarbeitete und aktualisierte Auflage, Pearson Studium
- Kotler, P. / Armstrong, G. / Saunders, J. (2006): Grundlagen des Marketing: Studium Economic BWL, 4. Aktualisierte Auflage, Pearson Studium
- Lippmann, H. (2005): Marktchancen nutzen mit Produktmanagement, 8. aktualisierte und überarbeitete Auflage, RKW
- Meffert, H. (2000): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele; mit neuer Fallstudie VW Golf, 9. Überarbeitete und erweiterte Auflage, Gabler
- Schwerdt, A. J. (2007): Strategisches Marketing, 1. Auflage, Steinbeis Edition

F-07 | Unternehmensorganisation

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-07
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Unternehmensorganisation
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Mündliche Prüfung, 45 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Was versteht man (alles) unter dem Begriff Organisation? • Regeln als Bausteine der Organisation als Instrument • Unternehmenskultur und Organisationskultur • Spezielle Formen der Aufbauorganisation (Assign) unter Beachtung der Zielkonflikte zwischen <ul style="list-style-type: none"> ○ Stabilität und Flexibilität (Ambidextrie) ○ Fremdorganisation und Selbstorganisation ○ Zentralisierung und Dezentralisierung • Bedeutung von Prozessen (Combine) und Motivation (Energize) für das Funktionieren der verschiedenen aufbauorganisatorischen Gestaltungsvarianten. • Studien zu Motivation, Zufriedenheit, Bindung und Commitment in Unternehmen • Anforderungen an agile Organisationen • Organizational Behaviour <ul style="list-style-type: none"> ○ Individuen als Akteure in Organisationen ○ Gruppen und Teams in Organisationen

3. Qualifikationsziele

- Die Lernenden können den Unterschied des institutionellen und des instrumentellen Organisationsbegriffs unter Einbezug wissenschaftlicher und methodischer Überlegungen anhand von Beispielen erklären und in vorhandenen Texten oder Redebeiträgen bestimmen, wie der Begriff der Organisation dort jeweils benutzt wird.
- Sie haben verstanden, wie Regeln in ihren ganz verschiedenen Ausprägungen (formale vs. informale Regeln, direkte vs. meta-Regeln, zeitliche vs. kausale Wenn-dann-Regeln etc.) in ihrer Summe die Organisation als zum Teil bewusst geschaffenes und zum Teil unbewusst entstandenes Regelwerk einer Institution prägen. Sie können anhand von Interaktionssituationen in Unternehmen geltende informale Regeln erkennen und beschreiben. Sie können beurteilen und erläutern, wie die wirksamen Regeln in ihrer Gesamtheit die Organisationskultur prägen.
- Sie haben vertiefende Kenntnis über Regelungsvarianten, Fachbegriffe und Dokumentationswerkzeuge aus den drei Aufgabengebieten der Organisation (Assign, Combine, Energize) und können diese in Kombination miteinander anwenden, um eine einfache Organisation vollständig selbst zu erschaffen, zu beschreiben und angemessen zu dokumentieren.
- Sie haben ein erweitertes Verständnis dafür entwickelt und können eigene und fremde Berufsrollen dahingehend reflektieren, wie diese zur Ausbildung einer Organisation als Regelwerk beitragen.
- Sie kennen wesentliche Begriffe und Quellen der Motivation und können auf dieser Grundlage Phänomene hoher oder geringer Motivation in Unternehmen einordnen, korrekt beschreiben und erklären.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Auling, Andreas (2016): Roadmap Organisation, Steinbeis-Edition, Stuttgart.
- Kieser, Alfred/Walgenbach, Peter (2010): Organisation, 6. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Auling, Andreas (2016): Die drei Säulen agiler Organisationen. Whitepaper am IOM | Institut für Organisation & Management an der Steinbeis-Hochschule Berlin.
- Auling, Andreas (2017): Selbstorganisation – ein Organisationsprinzip für Agilität. Whitepaper am IOM | Institut für Organisation & Management an der Steinbeis-Hochschule Berlin.
- Robbins, Stephen P. (2001): Organisation der Unternehmung, Pearsons Studium, München.
- Scheller, Torsten (2017): Auf dem Weg zur agilen Organisation. Wie Sie Ihr Unternehmen dynamischer, flexibler und leistungsfähiger gestalten, Verlag Franz Vahlen, München. Bär, C., Fiege, J., Weiß, M.: Anwendungsbezogenes Projektmanagement, Berlin

F-08 | Führung und Kommunikation

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-08
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Führung und Kommunikation
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Mündliche Prüfung, 45 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christoph Metzger

2. Inhalt

- Kommunikationsmodelle
- Ich-Botschaften und Du-Botschaften
- Grundlagen Gewaltfreie Kommunikation
- Harvard-Methode
- Verhandlungsstrategien
- Verhaltensstrategien in der Personalführung
- Aktuelle und zukünftige Anforderungen an die Führung von Mitarbeitern
- Aktuelle und zukünftige Anforderungen an Laterale Führung
- Kommunikationsinstrumente und Kommunikationsstrategien der Führung

3. Qualifikationsziele

- Die Lernenden haben vertiefende Kenntnisse Mechanismen sozialer Kommunikation und die klassischen Einfallstore für Missverständnisse auf Inhalts- und Beziehungsebene.
- Sie sind in der Lage, wirkungsvolle Methoden des Feedbacks als Bestandteil von Führungskommunikation und auch in schwierigen Gesprächssituationen erfolgreich anzuwenden.
- Sie können die Ideen der Harvard-Methode autonom in Verhandlungssituationen anwenden
- Sie kennen Mechanismen der menschlichen Psyche, die in Verhandlungssituationen den Verhandlungsverlauf beeinflussen können und sie können Gesprächsverläufe danach beurteilen, welche Mechanismen hier gerade wirken oder in Wirkung gebracht werden sollen.
- Sie haben ein tiefes Verständnis für die zahlreichen verschiedenen Einflussfaktoren auf gelingende Personalführung in Unternehmen und haben für sich selbst Wege wirksamer Führung identifiziert.
- Sie sind darin geschult, in verschiedenen Führungssituationen kommunikativ so zu agieren, dass sie ihre Führungsziele erreichen und dabei die Basis für eine weitere Zusammenarbeit stärken.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Goetz, Daniel/Reinhardt, Eike (2017): Führung: Feedback auf Augenhöhe. Wie Sie Ihre Mitarbeiter erreichen und klare Ansagen mit Wertschätzung verbinden, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton (2009): Das Harvard-Konzept, 23. Aufl., Campus Verlag
- Robert B. Cialdini (2010): Die Psychologie des Überzeugens, 6. Aufl., Verlag Hans Huber.
- Michael Paschen, Erich Dihmaier (2011): Psychologie der Menschenführung, Springer Verlag.
- Wildenmann, Bernd (2015): 21 Pfade für die erfolgreiche Führung von Menschen. Konsequenz, essenziell, verantwortungsvoll, Springer Gabler.

F-09 | Statistik advanced

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-09
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Statistik advanced
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Modul ist die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul „Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden“.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in multivariate Analysemethoden. • Datengewinnung und -aufbereitung • Regressionsanalyse • Zeitreihenanalyse • Varianzanalyse • Diskriminanzanalyse • Faktorenanalyse • Clusteranalyse Einführung in ein Statistikprogramm
--

3. Qualifikationsziele

- Die Lernenden kennen Erkenntnispotenziale und -grenzen quantitativer empirischer Forschung in der Betriebswirtschaftslehre.
- Sie sind in der Lage, selbständig einen empirischen Datensatz anhand deskriptiver Statistiken zu beschreiben und einfache Hypothesen zur Struktur der Daten zu testen.
- Sie sind in der Lage, das kennengelernte Wissen der deskriptiven und induktiven Statistik in portfolio- oder finanzmathematischen Modellen anzuwenden und ein umfassenderes Verständnis derer Einflussfaktoren zu gewinnen.
- Sie können in einer Arbeitsgruppe konstruktiv an der Lösung einer Fallstudie mitarbeiten und die Ergebnisse anschließend mit anderen Gruppen kritisch diskutieren.
- Sie kennen die grundlegenden Funktionen eines Statistikprogramms und können das Programm selbstständig anwenden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2016): Multivariate Analysemethoden, 14. Aufl., Berlin.
- Ronning, G. (2005): Statistische Methoden in der empirischen Wirtschaftsforschung, Münster.
- Winker, P. (2010): Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie, 3. Auflage, Heidelberg.

F-10 | Mathematik advanced

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-10
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Mathematik advanced
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen • Grenzwert und Stetigkeit von Funktionen • Differentialrechnung bei Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen • Anwendung der Differentialrechnung auf ökonomische Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen • Ökonomische Anwendung der Integralrechnung • Grundlagen und Anwendung der linearen Optimierung
--

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Die Lernenden haben vertiefende Kenntnisse im Bereich der mathematischen Methoden erlangt. • Sie sind in der Lage, die Differential- und Integralrechnung sowie die lineare Optimierung auf ökonomische Fragestellungen anzuwenden. • Sie können quantitative Zusammenhänge eigenständig erkennen. • Sie haben Zugang zu eigenen analytischen Schlussfolgerungen erlangt. • Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.
--

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Tietze, J. (2013): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 17. Auflage, Wiesbaden.
- Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen, S. 229-242.
- Grenzwerte und Stetigkeit von Funktionen, S. 243-274.
- Differentialrechnung bei Funktionen mit mehreren unabhängigen Variablen, S. 401-476.
- Lineare Optimierung, S. 575-628.

Ergänzende Literatur (optional)

- Tietze, J. (2013): Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, 17. Auflage, Wiesbaden:
- Grundlagen und Hilfsmittel, S. 1-152.
- Differentialrechnung für Funktionen mit einer unabhängigen Variablen – Grundlagen und Technik, S. 275-312.
- Einführung in die Integralrechnung, S. 477-524.
- Einführung in die lineare Algebra, S. 525-574.

F-11 | Qualitative Sozialforschung advanced

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-11
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Qualitative Sozialforschung advanced
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Modul ist die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul „Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden“.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Anwendungsbereiche qualitativer Sozialforschung • Methodenrepertoire qualitativer Sozialforschung • Samplingstrategien für die Datenerhebung • Methoden der Datenerhebung • Schwerpunkt Interviewtechniken • Methoden der Datenverdichtung • Ergebnistypen qualitativer Sozialforschung • Ausblick auf Mixed Methods Strategien
--

3. Qualifikationsziele

- Die Lernenden haben einen Überblick über die Anwendungsbereiche qualitativer Sozialforschung und können in gegebenen Situationen beurteilen, ob qualitative Forschungsmethoden eine aus forschungsökonomischer Perspektive geeignete Strategie darstellen können.
- Sie haben einen Überblick über das Methodenrepertoire qualitativer Sozialforschung und können in gegebenen Situationen geeignete Methoden auswählen.
- Sie kennen die verschiedenen möglichen Samplingstrategien (top down, bottom up) für die Datenerhebung und haben an Beispielen demonstriert, dass sie diese anwenden können.
- Sie sind in der Lage, die verschiedenen Methoden der Datenerhebung anzuwenden und haben insbesondere im betrachteten Schwerpunktbereich verschiedene Interviewtechniken kennengelernt und eigenständig angewendet.
- Sie haben Erfahrungen in der Datenverdichtung von Interviewtexten gesammelt und dabei Strategien der Inhaltsanalyse und der Grounded Theory angewendet.
- Sie können mit Verweis auf anwendbare Gütekriterien Ergebnisse qualitativer Sozialforschung bewerten und deren Aussagekraft beurteilen.

4. Lehr- und Lernmethoden

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Flick, U. (2014): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg.
- Döring, N./Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Auflage, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg.
 - Kapitel 9.2
 - Kapitel 10.1.2, 10.2.2, 10.3.2.
 - Kapitel 11.1 bis 11.3
 - Kapitel 12.1

F-12 | Ökonometrie

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	F-12
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Ökonometrie
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegenden Konzepte der Ökonometrie • Theoretische Hypothesen aus Wirtschaft und Betriebswirtschaft mit Hilfe realer Daten abschätzen und testen • Die Ökonometrie als zentrales Instrument der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung • Überblick zu einfachen und multiplen linearen Regressionsmodellen, Hypothesentests, Zeitreihen- und Paneldatenmodellen. • Zu jedem Modelltyp werden praktische Beispiele und Lösungswege vorgestellt und im Anschluss durch Übungen vertieft

3. Qualifikationsziele

- Die Lernenden können die Erkenntnispotenziale und -grenzen empirischer Forschung in der Betriebswirtschaftslehre beurteilen und kritisch reflektieren.
- Sie verstehen die Verfahren zur Analyse von Abhängigkeitsstrukturen (insbesondere einfache und multiple Regressionsanalyse, Zeitreihen- und Paneldatenanalyse), können diese selbstständig anwenden und die Ergebnisse dieser Verfahren beurteilen.
- Sie können Unterschiede der verschiedenen Verfahren detailliert erläutern und diese mit Beispielen aus der Wirtschaft und anderen Fächern verbinden.
- Sie können in einer Arbeitsgruppe konstruktiv an der Lösung einer Fallstudie mitarbeiten und die Ergebnisse anschließend mit anderen Gruppen kritisch diskutieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2008): Multivariate Analysemethoden, 12. Auflage, Heidelberg.
- Winker, P. (2010): Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie, 3. Auflage, Heidelberg.
- Wooldridge, J. (2009): Introductory Econometrics – A Modern Approach, 4. Auflage.

INTEGRATIONSMODULE (IM)

IM-01 | Research and Science Project

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	IM-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Research and Science Project
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 6 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann absolviert werden, wenn zuvor das Modul F-01 Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden absolviert wurde.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<p>Projektbearbeitung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation von komplexen interdisziplinären gesellschaftlichen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Forschungsbedarf existieren kann. • Definition verschiedener möglicher Forschungsfragen und dazu passender methodischer Lösungswege (nach Möglichkeit im Team) • Beantwortung einer begründet ausgewählten Forschungsfrage durch Anwendung des methodischen Lösungswegs • Nachbesserung der finalen Ausarbeitung nach der Projektpräsentation (bei Bedarf) <p>Projektpräsentation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation des Research and Science-Projektes • Verteidigung des Research and Science-Projektes

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden können komplexe und interdisziplinäre gesellschaftliche Herausforderungen identifizieren und wissenschaftliche Forschungsfragen daraus ableiten, die als Ausgangspunkt der Bearbeitung dieser Herausforderungen dienen können.
- Sie können die gesellschaftliche Relevanz der identifizierten Forschungsfragen und ihrer möglichen Lösungen kritisch beurteilen und reflektieren und begründete Prioritäten bei der Auswahl der zu bearbeitenden Forschungsfragen setzen.
- Sie können selbständig und/oder in Teams Antworten auf die Forschungsfragen unter Nutzung von im Studium erworbenen wissenschaftlichen Methoden ableiten.
- Sie sind in der Lage, die dabei eingesetzten Methoden zu reflektieren, kritisch zu würdigen und Limitationen zu benennen.
- Die Studierenden können ihre Forschungsergebnisse wissenschaftsorientiert präsentieren und ihre Argumente wissenschaftlich fundiert verteidigen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die jeweilige Vertiefungsrichtung und die gewählten Research and Science Projekte individuell ausgewählt

IM-02 | Innovation Project

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	IM-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovation Project
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 6 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Sander

2. Inhalt

Projektbearbeitung <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation von komplexen Markt- und Kundenbedürfnissen bzw. von komplexen sozialen Herausforderungen und Problemstellungen, die Ausgangspunkt für Innovationen sein können. • Definition der Aufgabenstellung für ein Innovationsprojekt und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team) • Entwicklung einer oder mehrerer unternehmerisch plausibler und gleichzeitig gesellschaftlich relevanter Innovationsansätze • Konzeption und Projektierung von Lösungswegen sowie (nach Möglichkeit) Entwicklung von Prototypen • Testen der Innovationsansätze, Durchführung einer Markt- und Kundenanalyse und Reflektion der gefundenen Ergebnisse • Finales Design der Innovationsansätze vor der Projektpräsentation • Optimierung eines finalen Designs nach der Projektpräsentation (bei Bedarf) Projektpräsentation <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation der Innovation • Verteidigung der Innovation

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden können komplexe und interdisziplinäre, unternehmerische oder gesellschaftliche Fragestellungen oder Herausforderung identifizieren und in einer Weise beschreiben, die als Ausgangspunkt einer anwendungsorientierten Lösung dieser Herausforderung dienen kann.
- Sie können die gesellschaftliche Relevanz der identifizierten Herausforderung und ihrer möglichen Lösungswege detailliert beurteilen und begründbare Prioritäten bei der Auswahl der zu bearbeitenden Herausforderungen setzen.
- Sie können selbständig und/oder in Teams Lösungswege unter Nutzung von im Studium erworbenen Methoden als Konzepte oder Prototypen erschaffen.
- Sie können die gefundenen Lösungswege testen und dabei Rückmeldungen aus dem Markt und von Kunden konstruktiv aufnehmen und verarbeiten.
- Sie sind in der Lage, die dabei eingesetzten Techniken zu reflektieren und kritisch zu würdigen.
- Die Studierenden können ihr Projekt managementorientiert präsentieren und können ihre Argumente – auch mit theoretischer Fundierung – verteidigen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die jeweilige Vertiefungsrichtung und die gewählten Innovationsprojekte individuell ausgewählt.

IM-03 | Transfer Project

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	IM-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Transfer Project
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 6 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

Projektbearbeitung <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation von komplexen unternehmerischen Herausforderungen und Problemstellungen, für die ein Lösungsbedarf besteht • Klärung der Aufgabenstellung mit internen und externen Stakeholdern und Projektplanung (nach Möglichkeit im Team) • Konzeption und Projektierung eines oder mehrerer unternehmerisch plausibler Lösungswege • (Nach Möglichkeit) Testen der Lösungswege im betroffenen Unternehmen und Reflektion der gefundenen Ergebnisse • Finale Beschreibung eines zu favorisierenden Lösungsweges mit Begründung • Optimierung und finale Beschreibung der Lösungswege nach der Projektpräsentation (bei Bedarf) Projektpräsentation <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation des Transferprojektes • Verteidigung des Transferprojektes

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden können komplexe unternehmerische Herausforderungen in ihren Unternehmensfeldern identifizieren und in einer Weise beschreiben, die als Ausgangspunkt einer Bearbeitung dieser Aufgabenstellung dienen kann.
- Sie können die Relevanz der identifizierten Herausforderung und ihrer möglichen Lösungswege beurteilen und begründbare Prioritäten bei der Auswahl der zu bearbeitenden Herausforderungen setzen.
- Sie können selbständig und/oder in Teams Lösungswege unter Nutzung von im Studium erworbenen Methoden als Konzept erschaffen.
- Sie können die gefundenen Lösungswege ausprobieren und dabei Rückmeldungen aus dem Unternehmen konstruktiv aufnehmen und verarbeiten.
- Sie sind in der Lage, die dabei eingesetzten Techniken zu reflektieren und kritisch zu würdigen.
- Die Studierenden können ihr Projekt managementorientiert präsentieren und können ihre Argumente – auch mit theoretischer Fundierung – verteidigen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die jeweilige Vertiefungsrichtung und die gewählten Transferprojekte individuell ausgewählt.

PROJECT (P)

P-01 | Projektstudienarbeit

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	P-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Projektstudienarbeit
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Pflicht
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 5 Stunden Kontaktzeit (Kolloquien und Präsentation) 60 Stunden Selbstlernzeit 85 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Schriftliche Ausarbeitung (Umfang min. 20 Seiten) (Gewichtung: 50 %, 2,5 CP) und Präsentation mit anschließender Verteidigung (15 bis 20 Minuten) (Gewichtung: 50 %, 2,5 CP)
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Fortlaufend
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann absolviert werden, wenn zuvor das Modul F-03 Projektmanagement absolviert wurden.
Modulverantwortlich	Der Prüfungsausschuss

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Der Inhalt der Projektstudienarbeit ist von dem zu bearbeitenden Projekt im Unternehmen abhängig. • Die Projektstudienarbeit stellt Lösungen der unternehmensrelevanten Projektaufgabenstellung dar. Dabei soll der Studierende die Methoden und Erkenntnisse des Studiums um- und einsetzen.
--

3. Qualifikationsziele

<p>Fachliche und überfachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, Lösungsansätze für konkrete Problemstellungen aus ihren Unternehmen mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden und Arbeitstechniken zu entwickeln. • Sie können eigenständig eine umfangreiche fachliche Themenstellung bearbeiten. • Die Studierenden sind in der Lage, aus den gewonnenen Ergebnissen detaillierte Schlussfolgerungen zu ziehen, selbstständig neue Arbeitsmethoden zu finden und die konkreten Ergebnisse in die Praxis zu transferieren. • Die Studierenden sind darüber hinaus in der Lage, das erlernte Fachwissen wissenschaftlich korrekt und verständlich zu dokumentieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Individuelle Kolloquien des Betreuers/der Betreuerin und Sprechstunden.

5. Literatur

Siehe Literaturangaben der zu Grunde liegenden Lehrveranstaltungen.

P-02 | Studienarbeit

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	P-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Studienarbeit
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Pflicht
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Die Anmeldung und Erstellung einer Studienarbeit ist jederzeit möglich, da nicht an bestimmte Veranstaltungsangebote gebunden
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 5 Stunden Kontaktzeit (Kolloquien) 90 Stunden Selbstlernzeit 55 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Wissenschaftliche schriftliche Ausarbeitung (Umfang 30 bis 50 Seiten, Bearbeitungszeit 3 Monate)
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Fortlaufend
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann absolviert werden, wenn zuvor das Modul F-01 Wissenschaftstheorie und Forschungsmethoden absolviert wurde.
Modulverantwortlich	Der Prüfungsausschuss

2. Inhalt

- Die Studienarbeit ist eine wissenschaftliche Ausarbeitung zu einem anwendungsorientierten akademischen Thema, das die/der Studierende in Absprache (Inhalt und Frist) mit dem bestellten Erstprüfer der SHB bearbeitet.

3. Qualifikationsziele

Fachliche und überfachliche Kompetenzen:

- Die Studierenden sind in der Lage, eine komplexe Problemstellung ihres Unternehmens methodisch und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Standards selbstständig zu bearbeiten.
- Sie besitzen die Fähigkeit, Ergebnisse zu analysieren und geeignete Lösungen zu einer komplexen Problemstellung detailliert zu bewerten und zu präsentieren.
- Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, bestehendes Fachwissen selbstständig auszubauen und eine wissenschaftliche Arbeit verständlich und wissenschaftlich korrekt zu dokumentieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Individuelle Kolloquien des Betreuers/der Betreuerin und Sprechstunden.

5. Literatur

Siehe Literaturangaben der zu Grunde liegenden Lehrveranstaltungen.

P-03 | Master Thesis

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	P-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Master Thesis
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 6 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Pflicht
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Die Anmeldung und Erstellung einer Master Thesis ist jederzeit möglich, da nicht an bestimmte Veranstaltungsangebote gebunden
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	600 Stunden Gesamtworkload, davon 20 Stunden Kontaktzeit (Kolloquien und mündliche Abschlussprüfung) 280 Stunden Selbstlernzeit 300 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Wissenschaftliche Abschlussarbeit (Umfang 80 Seiten ohne Literaturverzeichnis und Anlagen, Bearbeitungszeit 6 Monate) (Gewichtung: 75% bzw. 15 CP) und Präsentation und Verteidigung der Master Thesis im Rahmen einer Abschlussprüfung, (Dauer 45 bis 60 Minuten) (Gewichtung: 25% bzw. 5 CP)
CP und Noten	20 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	20 CP / 120 CP bzw. 16,67 %
Terminierung	Fortlaufend
Voraussetzungen für die Teilnahme	Bei Abgabe der Master Thesis müssen alle für das Studium relevanten Leistungsnachweise mit mindestens 4,4 bewertet worden sein.
Modulverantwortlich	Der Prüfungsausschuss

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Der Inhalt der Master Thesis ist von dem zu bearbeitenden Projekt im Unternehmen abhängig. • Die Master Thesis ist eine praxisorientierte, wissenschaftliche und unternehmerisch relevante Konzeption und Abschlussdokumentation, in der das im Studium erworbene Wissen und die erlernten Fähigkeiten auf ein Projekt aus dem beruflichen Umfeld des Studierenden angewendet werden. Die Thesis soll zeigen, dass die/der Studierende in der Lage ist, eine komplexe Problemstellung ihres/seines Unternehmens selbständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu bearbeiten.

3. Qualifikationsziele

<p>Fachliche und überfachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können selbstständig Lösungsansätze für komplexe Problemstellungen aus ihren Unternehmen mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden und Arbeitstechniken entwickeln. • Sie können die im Studium erworbenen Theorien, Konzepte und Methoden anwenden, um zu dokumentieren, dass sie Forschungsmethoden anwenden, reflektieren und diskutieren können. • Sie sind in der Lage, ihre Forschungsergebnisse zu interpretieren und diese kritisch zu reflektieren. • Sie können die Planung, den Fortschritt sowie den methodischen Hintergrund der Arbeit detailliert präsentieren und erklären.

4. Lehr- und Lernmethoden

Individuelle Kolloquien des Betreuers/der Betreuerin und Sprechstunden.

5. Literatur

Siehe Literaturangaben der zu Grunde liegenden Lehrveranstaltungen.

MANAGEMENT, ENTREPRENEURSHIP & STRATEGY (MES)

MES-01 | Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Management, Entrepreneurship & Strategy

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Management, Entrepreneurship & Strategy
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung. 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bernd Eggers

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Management, Entrepreneurship & Strategy in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen. • Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Management, Entrepreneurship & Strategy.

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben einen Überblick über unternehmerische und gesellschaftliche Themen, die ihre Vertiefungsrichtung Management, Entrepreneurship & Strategy betreffen und die von Unternehmen gegenwärtig als besonders herausfordernd erlebt werden.
- Sie können den aktuellen, ggf. auch widersprüchlichen Forschungsstand zu diesen Herausforderungen darlegen und sind in der Lage, diesen kritisch zu reflektieren und um eigene Lösungsansätze zu erweitern.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die Vertiefungsrichtung Management, Entrepreneurship & Strategy jeweils aus aktuellen wissenschaftlichen und angewandten wissenschaftlichen Journals sowie aus weiteren aktuellen Medien ausgewählt.

MES-02 | Innovationsmanagement advanced

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovationsmanagement advanced
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Innovations- und Kreativitätstechniken • Trendforschung & Trend Scouting
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transfer-Dokumentation-Report, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgendes Modul erfolgreich absolviert wurden: F-06 Markt, Kunde und Marketing
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Innovations- und Kreativitätstechniken

1. Inhalt

- Wesentliche digitale Technologien
- Definitionen und Grundlagen des Technologiemanagements (TM)
- Integriertes, normatives und strategisches TM (Technologiefrühaufklärung)
- Konzepte der Lebenszyklen und Erfahrungskurve
- Portfoliomethodik
- Digitale Technologietrends
- Hardware & Software
- Datenbank-Management
- Fortgeschrittenes Wissen zu Computer- & Netzwerk-Architekturen
- Grundlagen der Programmierung & Algorithmen
- Fortgeschrittenes Wissen zu erweiterter und virtueller Realität (Augmented & virtual Reality)

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden haben nach erfolgreichem Abschluss des Moduls folgende Qualifikationsziele erreicht: Der Student kennt Methoden, Maßnahmen und Kreativitätstechniken, um Geschäftsideen zu entwickeln, zu planen und auf deren Marktchancen zu analysieren.

Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld des Innovationsmanagements selbstständig einzusetzen.

Sie haben außerdem integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

4. Literatur

- Fraillon, Julian (2017): Preparing for Life in a Digital Age: The IEA International Computer and Information Literacy Study International Report.
- Brady, M. (2016): Digital Ecosystem Leadership: Overcoming Obstacles to Technology Integration Leading From a Position of Influence, Not Authority.
- Digital Transformation Playbook (2017): Rethink Your Business for the Digital Age. Columbia Business School Publishing.
- O. Klaff, Pitch Anything (2011): An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal

MODULTEIL 2: Trendforschung & Trend Scouting

1. Inhalt

- Aktuelle Trends – technologisch, gesellschaftlich, psychologisch (laufend angepasste Auswahl)
- Mediennutzung der Zukunft
- Trendforschung
- Trend Scouting

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die jeweils aktuellsten Trends in ihrem Stellenwert und Kontext einschätzen.
- neue Entwicklungen intelligent einordnen und somit wesentliche Trends von (vorübergehenden) Hypes unterscheiden
- qualifiziert mitentscheiden, ob ein bestimmter Trend für den jeweiligen Unternehmenskontext relevant ist.
- können durch die Grundlagen der Trendforschung verstehen, inwieweit Innovation gemäß Andrin die Paarung und Mutation von bereits vorhandenen Ideen ist.
- generell zukünftige Entwicklungen besser prognostizieren und schärfen damit auch die zentrale Management-Kompetenz des Entscheidens unter Unsicherheit.
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

4. Literatur

- Bovenkerk, E. (2012): Trendforschung: Darstellung, Bedeutung, Anwendungsbeispiel. Akademiker Verlag.
 - Horx, M. (2011): Das Megatrend-Prinzip: Wie die Welt von morgen entsteht. DVA Random House.
 - Gerling, R. (2001): Trends - Issues - Kommunikation : Unternehmensstrategien im Umgang mit Neuem. Gerling-Akad.-Verlag.
 - Parker, G. et.al. (2017): Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming and How to Make Them Work for You. Norton & Company.
- Weitere Literatur wird zu Seminarbeginn angekündigt.

MES-03 | Strategische Organisationsentwicklung I

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategische Organisationsentwicklung I
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Daniel Keller

2. Inhalt

Strategische Organisationsentwicklung I <ol style="list-style-type: none"> 1. Organizational Behaviour 2. Change Management

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Ziel der Veranstaltung ist, die Studierenden mit den Grundlagen des Verhaltens in Organisationen, mit Unternehmenskultur und mit Veränderungsmöglichkeiten (Change Management) vertraut zu machen. • Die Studierenden können individuelles Verhalten in Organisationen, Gruppenprozesse und Unternehmenskultur erkennen, analysieren und verändern. • Aufbauend auf der Idee, dass Organisationen sich verändernde soziale Systeme sind wird den Studierenden in diesem Modulteil eine ethische Perspektive vermittelt. • Sie sind in der Lage Problemstellungen der strategischen Organisationsentwicklung zu identifizieren, zu analysieren und kritische zu bewerten. Sie beherrschen die methodischen Fähigkeiten zur Entwicklung von Lösungsansätzen des strategischen Leaderships und können diese kritisch reflektieren.
--

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Friedemann W. Nerdinger, 2012: Grundlagen des Verhaltens in Organisationen. Stuttgart: Kohlhammer

Edgar H. Schein, 2004: Organizational Culture and Leadership. Jossey-Bass. Chapters 1 and 2

Kim S. Cameron, Robert E. Quinn, Jeff DeGraff, Anjan J. Thakor, 2011: The Competing Values Framework.
Excerpt from: Kim S. Cameron and Robert E. Quinn, 2011: Diagnosing and Changing Organizational Culture. New York: Jossey-Bass

Kotter, John, 1996: Leading Change: An Action Plan from the World's Foremost Expert on Business Leadership. Sample Chapter.

Meyer, M. (2015). Positive business: doing good and doing well. Business Ethics: A European Review, 24(S2), S175-S197.

Nestle: Singled Out Again and Again: Saunders, John Year: 1996 Company Name: Nestle ECCH Case #: 596-040-1

DOES THIS MILKSHAKE TASTE FUNNY? Reference no. NAC1808, Authors: Cousins, R.; Benitz, L., Published by: NACRA - North American Case Research Association (1998) in "The Case Research Journal"

BEN & JERRY'S HOMEMADE ICE CREAM, INC: KEEPING THE MISSION(S) ALIVE, Reference no. 9-392-025, Authors: Theroux, J., Published by: Harvard Business Publishing (1991), Version:15 December 1993

THE ARAVIND EYE HOSPITAL, MADURAI, INDIA: IN SERVICE FOR SIGHT, Reference no. 9-593-098, Authors: Rangan, V., Published by: Harvard Business Publishing (1993) Version:15 May 2009

MES-04 | Strategische Organisationsentwicklung II

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-04
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategische Organisationsentwicklung II
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Daniel Keller

2. Inhalt

Strategische Organisationsentwicklung II <ol style="list-style-type: none"> 1. Virtue Ethics 2. Consequentialism 3. Kantian Ethics

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Die Absolventinnen und Absolventen haben integrative Fähigkeiten erlernt, die sie kontextbezogen einsetzen können und deren Einsatz und Ergebnisse kritisch würdigen. • Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen. • Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld der Strategischen Organisationsentwicklung selbstständig einzusetzen.
--

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Kotter, John, 1996: Leading Change: An Action Plan from the World's Foremost Expert on Business Leadership. Sample Chapter.

Meyer, M. (2015). Positive business: doing good and doing well. Business Ethics: A European Review, 24(S2), S175-S197.

Pfeffer, J. (2016). Why the assholes are winning: Money trumps all. Journal of Management Studies.

Huehn, M. P. (2016). Ethics as a catalyst for change in business education? Journal of Management Development, 35(2).

Nestle: Singled Out Again and Again: Saunders, John Year: 1996 Company Name: Nestle ECCH Case #: 596-040-1

DOES THIS MILKSHAKE TASTE FUNNY? Reference no. NAC1808, Authors: Cousins, R.; Benitz, L., Published by: NACRA - North American Case Research Association (1998) in "The Case Research Journal"

BEN & JERRY'S HOMEMADE ICE CREAM, INC: KEEPING THE MISSION(S) ALIVE, Reference no. 9-392-025, Authors: Theroux, J., Published by: Harvard Business Publishing (1991), Version:15 December 1993

THE ARAVIND EYE HOSPITAL, MADURAI, INDIA: IN SERVICE FOR SIGHT, Reference no. 9-593-098, Authors: Rangan, V., Published by: Harvard Business Publishing (1993) Version:15 May 2009

Ciulla, J.B.: Ethics and Leadership 2005 <http://www1.worldbank.org/publicsector/anticorrupt/leadershipethics/cuillabeero6.pdf>

MES-05 | Leadership and Competencies

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-05
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Leadership and Competencies
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Daniel Keller

2. Inhalt

Leadership and Competencies <ol style="list-style-type: none"> 1. Manager vs Leader: is there a difference? 2. Do we need leaders? 3. The role of temperament and character in leadership 4. Leadership styles and the situation 5. Leadership, authority, power, trust. 6. The usefulness of the concept charisma 7. The Hitler Problem: the common good and effectiveness/efficiency 8. Leadership education 9. Leadership under pressure 10. How does one become a leader? 11. Leadership and motivation 12. What we can agree on in leadership
--

3. Qualifikationsziele

- Ziel der Veranstaltung ist es, dass die Studierenden die Konsequenzen der sozialen Einbettung des Individuums erkennen, um sich ihrer Rolle als Handelnde Individuen bewusst zu werden.
- Die Studierenden sollen die Komplexität des Begriffes Leadership erkennen, wesentlich Bestandteile des Konstrukts kennenlernen, und am Ende des Kurses eine vielschichtige, für sie persönlich plausible, aber offene "working definition" von Leadership haben, die im Alltag getestet werden kann.
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Pfeffer, J. (2016). Why the assholes are winning: Money trumps all. *Journal of Management Studies*.
- Huehn, M. P. (2016). Ethics as a catalyst for change in business education? *Journal of Management Development*, 35(2).
- Nestle: Singled Out Again and Again: Saunders, John Year: 1996 Company Name: Nestle ECCH Case #: 596-040-1
- DOES THIS MILKSHAKE TASTE FUNNY? Reference no. NAC1808, Authors: Cousins, R.; Benitz, L., Published by: NACRA - North American Case Research Association (1998) in "The Case Research Journal"
- BEN & JERRY'S HOMEMADE ICE CREAM, INC: KEEPING THE MISSION(S) ALIVE, Reference no. 9-392-025, Authors: Theroux, J., Published by: Harvard Business Publishing (1991), Version:15 December 1993
- THE ARAVIND EYE HOSPITAL, MADURAI, INDIA: IN SERVICE FOR SIGHT, Reference no. 9-593-098, Authors: Rangan, V., Published by: Harvard Business Publishing (1993) Version:15 May 2009
- Crossan, M.; Mazutis, D.; Seijts, G. and Gandz, J. (2013) Developing Leadership Character in Business Programs. *Academy of Management Learning and Education*, pp. 295-305.
- Goleman, D. (2004) What Makes a Leader? *Harvard Business Review*. pp. 82-91.
- Heifetz, R. A. and Laurie, D. (2001) The Work of Leadership. *Harvard Business Review*. pp. 131-41.
- Drucker, P. F. (2004). What makes an effective executive. *Harvard Business Review*, 82(6).

MES-o6 | Wissenschaftstheorie und Corporate Social Responsibility

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-o6
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Wissenschaftstheorie und Corporate Social Responsibility
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 78 Stunden Selbstlernzeit 40 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Sabine Meck

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • What is Science? • Inductive vs. deductive reasoning • Positivism • Popper's Falsificationism • Kuhn's historical view • Sophisticated Falsificationism • Feyerabend's methodological anarchism • Constructivism • A resume • Values and operationalisation • How to write a "new" thesis • Dialectic Reasoning • How to quote and reference properly • How to use Scholar Google • How to plan research / a thesis • Timelines in a thesis
--

3. Qualifikationsziele

- Die Zielsetzung des Moduls ist zweiteilig: (1) die Studierenden sollen verstehen, was Wissenschaft ist und (2) den Studierenden sollen die grundlegenden Werkzeuge für Forschung und Diplomarbeit vermittelt werde, damit sie ihre Master-Thesis mit einiger Sicherheit beginnen können.
- Die Studierenden verstehen epistemische Konzepte wie Fakten, Theorien, Thesen, Wissen, Technologie, Wahrheit, Dialektik, Wissenschaft, Werte etc.
- Die Studierenden verstehen die unterschiedlichen Sichtweisen auf den wissenschaftlichen Prozess und können sie kritisch reflektieren.
- Sie kennen die Entwicklung von Ideen in der Wissenschaftstheorie und die großen Auseinandersetzungen.
- Sie haben ein konkretes Wissen über die Geschichte des Wirtschafts- / Managementgedankens.
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Friedman, M. (1953). The methodology of positive economics. Essays in Positive Economics. (Chicago, University of Chicago Press), 3-43.
- Hoppe, H. H. (1997). On certainty and uncertainty, or: how rational can our expectations be? The Review of Austrian Economics, 10(1), 49-78.
- Huhn, M. (2005). What is Management? International Journal of Management Concepts and Philosophy, 1(4), 290-315.
- Kuhn, T. S. (1962). The structure of scientific revolutions. (Chicago, University of Chicago Press).
- Mäki, U. (2005). Models are experiments, experiments are models. Journal of Economic Methodology, 12(2), 303-315.
- Mäki, U. (2011). Scientific realism as a challenge to economics (and vice versa). Journal of Economic Methodology, 18(01), 1-12.
- Mäki, U. (Ed.). (2002). Fact and fiction in economics: models, realism and social construction. (Cambridge, Cambridge University Press).
- Mäki, U., Gustafsson, B. & Knudsen, C. (Eds.). (2003). Rationality, institutions and economic methodology. (London & New York, Routledge).
- McCloskey, D. (2008). Adam Smith, the last of the former virtue ethicists. History of Political Economy, 40(1), 43-71.

MES-07 | Information Systems Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-07
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Information Systems Management
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 76 Stunden Selbstlernzeit 42 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Axel Lamprecht

2. Inhalt

<ol style="list-style-type: none"> 3. Begriffe und Grundlagen des Informationsmanagements 4. Strategisches Informationsmanagement (Zielfindung und Strategie) 5. Informationsarchitektur (von der Geschäftsprozessmodellierung zum Entwurf von Informationssystemen) 6. Management der Informationssysteme 7. Management der IT-Infrastruktur und IT-Organisation 8. Führungsinformationssysteme 9. Business Intelligence 10. Weiterentwicklung des Informationsmanagements im Kontext von Web 2.0 11. Big Data, Marketing und CRM

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen die Grundbegriffe des Informationsmanagements. Sie können begründen, welchen Stellenwert das Informationsmanagement im Unternehmen hat und welchen Beitrag es zum Unternehmenserfolg leisten kann. Die Lernenden können die Aufgabenebenen des Informationsmanagements unterscheiden, Beispiele aufzeigen und die verschiedenen Ziele erläutern.
- Die Studierenden kennen den Begriff der strategischen Situationsanalyse und können diese auf das eigene Unternehmen anwenden. Sie können das Leistungspotential der Informationsfunktion im eigenen Unternehmen abschätzen und mit Wettbewerbern vergleichen.
- Die Lernenden können erläutern, was eine Informationsarchitektur ausmacht und wie sie gestaltet ist. Sie können verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten benennen und voneinander abgrenzen.
- Die Studierenden kennen grundsätzliche Vorgehensweisen, Methoden und Instrumente zur Systemgestaltung und können diese erläutern und beurteilen. Sie können Probleme und Prozesse aus der betrieblichen Realität analysieren und modellieren.
- Die Studierenden kennen die grundlegende Idee eines Führungsinformationssystems und können erläutern, wie solche Systeme Entscheidungssituationen unterstützen können. Zudem entwickeln sie ein grundlegendes Verständnis für den betriebswirtschaftlichen und technischen Einsatz von Business Intelligence im Unternehmen. Sie kennen verschiedene Business Intelligence Methoden und Werkzeuge und deren praktische Anwendung.
- Die Absolventinnen und Absolventen haben integrative Fähigkeiten erlernt, die sie kontextbezogen einsetzen können und deren Einsatz und Ergebnisse kritisch würdigen.
- Die Studierenden kennen den Zusammenhang zwischen Customer Relationship Management und Datenqualität. Sie kennen Methoden, um die Qualität der Daten zu messen und sicherzustellen, und können diese anwenden.
- Absolventinnen und Absolventen des Seminars können Fragestellungen zu relevanten Problemen identifizieren, analysieren und kritisch bewerten. Sie sind nach erfolgreichem Abschluss des Seminars in der Lage die gelernten fachspezifischen Methoden zur Lösung von Problemen in der Unternehmenspraxis anzuwenden und diese zu rechtfertigen. Darüber hinaus sind sie in der Lage sich selbstständig und kritisch neue Fähigkeiten und Wissen anzueignen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. **Literatur**

- Case Study: an Information System Management Model.
- The Mozilla Foundation: Launching Firefox 1.0 (A).
- The Mozilla Foundation: Launching Firefox 1.0 (B).
- The Impact Of Software-As-A-Service On Business Models Of Leading Software Vendors: Experiences From Three Exploratory Case Studies.
- UNDERSTANDING: The Cloud Computing Stack, SaaS, Paas, IaaS.
- Laudon, K. C. / Laudon, J. P. / Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung. München 2010.
- Rainer, R. K. / Prince, B. / Watson, H. J. Management Information Systems, 3rd edition, Wiley, 2015.

MES-o8 | Strategisches Marketing

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-o8
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategisches Marketing
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 76 Stunden Selbstlernzeit 42 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Daniel Keller

2. Inhalt

<ol style="list-style-type: none"> 1. Was sind strategische Marketingentscheidungen? 2. Der KKV als Navigator strategischer Marketingentscheidungen 3. Die marktstrategischen Dimensionen 4. Das einzig Beständige ist der Wandel – eine dynamische Perspektive der marktstrategischen Dimensionen
--

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden wenden das Konzept des Strategischen Marketings an. Dabei erwerben sie einen Überblick über das Konzept der Komparativen Konkurrenzvorteile (KKV) und der damit zusammenhängenden marktstrategischen Dimensionen. • Sie erkennen den Unterschied zwischen evolutorischer Weiterentwicklung und revolutorischer Neuschaffung von KKV und wissen, welche Optionen es zur revolutorischen Neuschaffung von KKV-Positionen gibt. • Die Lernenden können Entscheidungsparameter bei der Abgrenzung und Segmentierung des relevanten Marktes anwenden. Sie verstehen welche marketingrelevanten Spezifika sich für die drei Wettbewerbsdimensionen Preis, Qualität und Zeit ergeben. • In Bezug auf den Wettbewerb wissen die Studierenden um die Bedeutung exogener und endogener Regeln im Wettbewerb.
--

- Die Studierenden können die zentralen Methoden zur Datenerhebung anwenden und erlangen Wissen über Fallstricke der Messung und Skalierung.
- Sie verstehen das Konzept der Repräsentativität und können die Unterschiede zwischen strukturprüfenden und strukturdeckenden Verfahren erklären. Dabei erhalten Sie Kenntnis von statistischen Methoden, wie der Varianzanalyse mit ihren einzelnen Ablaufschritten und der Datenauswertung mit SPSS, und können diese anwenden.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Klaus Backhaus, Helmut Schneider, Strategisches Marketing – Was man aus dem Spitzensport für das Management von Wettbewerbsvorteilen lernen kann. (wird als PDF-Datei zur Verfügung gestellt)
- Schneider, H. (2015): HWAIW [hawai]. Eine kommentierende Einführung ins Marketing. Berlin: elektronisch verfügbar unter: www.hwaiw.de; S. 16-36. (wird als PDF-Datei zur Verfügung gestellt)
- Backhaus, K./Schneider, H., Strategisches Marketing, 2. Auflage, Stuttgart 2009.
- Backhaus, K. / Erichson, B. / Plinke, W. / Weiber, R. (2010): Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer.

MES-09 | Strategisches Management I

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-09
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategisches Management I
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Engineering, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Case, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. habil. Ralf Elsner

2. Inhalt

Strategisches Management I 5. Analysemodelle und -methoden 6. Bewertung strategischer Handlungsoptionen 7. Implementierung: Modelle
--

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden einen Überblick über das strategische Management. Sie verfügen über Detailkenntnisse einzelner Aspekte des Strategischen Managements. Darüber hinaus kennen die Studierenden den Stand der Forschung im Strategischen Management, sie verstehen die Ideengeschichte und analysieren die wichtigsten Debatten. Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren. Den Studierenden wird es ermöglicht, sich über das Studium hinaus mit Ideen des Strategischen Managements auseinanderzusetzen und diese in ihrer täglichen Arbeitspraxis anzuwenden
--

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2005). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. Simon and Schuster.
- Hamel, G. (1996). Strategy as revolution (pp. 69-71). *Harvard Business Review*.
- Mintzberg, H. (1983). Power in and around organizations (Vol. 142). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Beer, S. (1985). *Diagnosing the system for organizations*. John Wiley & Sons Inc.
- Mintzberg, H. (1991). The effective organization: forces and forms. *Sloan Management Review*, 54.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster.
- Weick, K. E. (1991). The nontraditional quality of organizational learning. *Organization science*, 2(1), 116-124.
- Nonaka, L., Takeuchi, H., & Umemoto, K. (1996). A theory of organizational knowledge creation. *International Journal of Technology Management*, 11(7-8), 833-845.

MES-10 | Strategisches Management II

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MES-10
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategisches Management II
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. habil. Ralf Elsner

2. Inhalt

Strategisches Management II <ol style="list-style-type: none"> 4. Strategy as Learning 5. Strategy as Entrepreneurship 6. Strategy as Politics 7. Strategy as a Cybernetic Process (VSM) 8. Strategy and Organisation: Forces and Forms
--

3. Qualifikationsziele

- Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden einen Überblick zu erweiterten Inhalten des strategischen Managements.
- Sie verfügen über Detailkenntnisse einzelner Aspekte des Strategischen Managements.
- Die Studierenden sind mit den Tools der Strategie-Analyse und -Umsetzung vertraut, kennen deren Vor- und Nachteile und können sie reflektiert anwenden.
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.
- Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld des Strategischen Managements selbstständig einzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2005). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. Simon and Schuster.
- Hamel, G. (1996). *Strategy as revolution* (pp. 69-71). *Harvard Business Review*.
- Mintzberg, H. (1983). *Power in and around organizations* (Vol. 142). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Beer, S. (1985). *Diagnosing the system for organizations*. John Wiley & Sons Inc.
- Mintzberg, H. (1991). *The effective organization: forces and forms*. *Sloan Management Review*, 54.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster.
- Weick, K. E. (1991). *The nontraditional quality of organizational learning*. *Organization science*, 2(1), 116-124.
- Nonaka, L., Takeuchi, H., & Umemoto, K. (1996). *A theory of organizational knowledge creation*. *International Journal of Technology Management*, 11(7-8), 833-845.

ORGANISATION HR & FÜHRUNG (OHF)

OHF-01 | Integrationsmodul – Einführung, Theorie & Entwicklungen in Organisation & Personal

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Organisation, HR & Führung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Organisation, HR & Führung in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen. • Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Organisation, HR & Führung.

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben einen Überblick über unternehmerische und gesellschaftliche Themen, die ihre Vertiefungsrichtung Organisation, HR & Führung betreffen und die von Unternehmen gegenwärtig als besonders herausfordernd erlebt werden.
- Sie können den aktuellen, ggf. auch widersprüchlichen Forschungsstand zu diesen Herausforderungen darlegen und sind in der Lage, diesen kritisch zu reflektieren und um eigene Lösungsansätze zu erweitern.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die Vertiefungsrichtung Organisation, HR & Führung jeweils aus aktuellen wissenschaftlichen und angewandten wissenschaftlichen Journals sowie aus weiteren aktuellen Medien ausgewählt.

OHF-02 | Kommunikationstechniken im Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Kommunikationstechniken im Management
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien der Rhetorik • Präsentationsmethoden • Umgang mit Einwänden • Moderation von Besprechungen und Workshops • Anforderungen an einen Moderator • Herausforderungen und Methoden der Moderation

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden beherrschen wichtige Methoden der Vorbereitung und Durchführung von Reden und Präsentationen. Sie haben zahlreiche Techniken zur Vorbereitung und Durchführung einer eigenen Rede praktisch eingesetzt und sind in der Lage, diese selbständig auf weitere Reden und Präsentationen anzuwenden.

Die Lernenden haben sich konstruktiv kritisch mit Fragen der Glaubwürdigkeit und der Nutzung von Gefühlen in Rede-Situationen auseinandergesetzt und dazu einen eigenen Standpunkt definiert.

Die Lernenden können mit typischen Angriffsformen in Redesituationen und geeignete Gegenstrategien umgehen.

Die Studierenden haben spezifische Vorgehensweisen für verschiedenartige Kommunikationssituationen in Ihrem Unternehmensumfeld kennengelernt und sind darauf vorbereitet, in diesen Situationen mit professionellen Redebeiträgen zu reagieren.

Die Studierenden können Moderationssituationen mittlerer Schwierigkeit eigenständig erfolgreich gestalten.

Die Lernenden beherrschen wichtige Methoden und Instrumente im Detail zur Vorbereitung einer Besprechung oder eines Workshops. Sie beherrschen die Instrumente für Öffnungs- und Schließungsphasen in Besprechungen und Workshops, sind in der Lage Besprechungen und Workshops kompetent zu leiten und können mit Prozessproblemen, die in einem Besprechungs- oder Workshop-Verlauf auftreten, professionell umgehen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Braun, R. (2001): Die Macht der Rhetorik
- Sperling, J.B. und Wasseveld-Reinhold, J. (2011): Moderation – Effiziente Besprechungen und Projektmeetings.
- Rachnow, A. und Sauer, J. (2018): Der Flipchart-Coach.

OHF-03 | Persönlichkeit und Kompetenzentwicklung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Persönlichkeit und Kompetenzentwicklung
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Mündliche Prüfung, 30 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Interpretationen von „Persönlichkeit“ • Merkmale von Persönlichkeiten • Persönlichkeitsmodelle • Das Wesen von Kompetenzen • Kompetenzen für die neue Arbeitswelt und New Work • Strategien der eigenen Kompetenzentwicklung

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben sich intensiv mit den Grundlagen sowie aktuellen Forschungsergebnissen zu Modellen, mit denen die Beschreibung von Persönlichkeiten systematisch unterstützt wird, auseinandergesetzt.

Die Lernenden können verschiedene wissenschaftliche Betrachtungsweisen der Begriffe Kompetenz und Persönlichkeit darlegen und den Unterschied zwischen Kompetenzen und Persönlichkeitsmerkmalen erläutern.

Die Lernenden kennen Verfahren der Persönlichkeits- und Kompetenzbeurteilung in Unternehmen und wissenschaftliche Studien, die sich u.a. mit der Aussagekraft dieser Methoden auseinandersetzen. Sie können diese Methoden konstruktiv kritisieren und sind in der Lage ihre Erkenntnisse in entsprechenden Situationen sowohl gegenüber anderen Personen als auch im Bereich des Selbstmanagements anzuwenden. Sie sind selbstständig in der Lage, aus festgestellten Abweichungen zwischen geforderten oder gewünschten und gezeigten Kompetenzen konkrete Entwicklungsmaßnahmen abzuleiten.

Die Studierenden sind in der Lage, typischer Wahrnehmungs- und Beurteilungsfehler bei der Beurteilung von sich selbst sowie von anderen Personen sowie Maßnahmen zu ihrer Vermeidung bei sich selbst und bei anderen wahrzunehmen und aus einer Metaposition heraus diese Wahrnehmung von Wahrnehmungsfehlern zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Azucar, D. et al. (2018): Predicting the Big 5 personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis. In: *Personality and Individual Differences*, 124, S. 150-159.
- Burnett, D. (2013): Nothing personal: The questionable Meyer-Briggs test. In: *The Guardian*.
- Schuler, H. (2016): Spielwiese für Laien? Weshalb das Assessmentcenter seinem Ruf nicht mehr gerecht wird. In: *Wirtschaftspsychologie aktuell* 2/2016, S. 27-30.
- Interview von Svenja Gloger mit Prof. Dr. Walter Simon: Wer bin ich – wo steh ich? Selbstversuch mit Persönlichkeitstest, in: *managerSeminare*, Heft 106, Januar 2007, S. 70-74.
- Neubauer, A. (2018): *Mach, was du kannst*. Deutsche Verlags Anstalt, München.
- Thomas, M. und Schölmerich, F. (2011): Potenziale oder Kompetenzen? Diagnostik mit einem Potenzial-Assessment-Center, *ZfO* 01/2011 (80. Jg.), Seiten 36-41.
- Lang-von Wins, T. et al. (2008): *Potentialbeurteilung*, Springer, Heidelberg.

OHF-04 | Zukunftstrends der Organisation

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-04
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Zukunftstrends der Organisation
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Mündliche Prüfung, 30 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Organisationsdesign für agile Unternehmen • Konzepte der Agilität und Ambidextrie • Designprinzipien für Unternehmensnetzwerke • Methoden der Selbstorganisation und kollegial geführter Unternehmen • Grundlagen der Soziokratie und Holokratie
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben sich mit grundlegenden Gestaltungselementen von Organisationen auseinandergesetzt. Sie können die Bedeutung von Regeln für die Organisation eines Unternehmens erläutern, sie können Teilaufgaben zum Organisieren eines Unternehmens beschreiben, sie kennen verschiedene Optionen der Teilung von Arbeit und können in konkreten Situationen Vorschläge für die Art der Arbeitsteilung machen.

Die Lernenden kennen Optionen der Herstellung von Zusammenarbeit sowie der Stärkung von Mitdenken und Mitarbeiten am Unternehmen und sind selbständig in der Lage, diese Erkenntnisse in ihren Arbeitsalltag zu übertragen und anzuwenden.

Die Studierenden kennen die Ideen und Konzepte, die mit der Entwicklung agiler Organisationen verbunden sind (u.a. Selbstorganisation, SCRUM, Kanban, Soziokratie, Holacracy) und können diese konstruktiv kritisieren. Sie haben Erfahrungen in der Anwendung und Umsetzung dieser Konzepte gemacht und können beurteilen, ob und ggf. an welchen Stellen in den eigenen Praxis-Kontexten diese Konzepte eingesetzt werden könnten.

Darüber hinaus sind die Studierenden befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld der Zukunftstrends der Organisationsentwicklung selbstständig einzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Lernbrief „Zukunftstrends der Organisation“
- Aulinger, A. (2017): Roadmap Organisation
- Aulinger, A. (2017): Die drei Säulen agiler Organisation
- Mallow, B. (2016): Soziokratie für Selbstorganisation und Autonomie
- Mallow, B. (2016): Ansätze für Team-übergreifende Abstimmung
- Mallow, B. (2016): Entscheidungsprozesse für agile Communities of Practice
- Kotter, J.P. (2014): Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World, Kap. 1 und 2
- Laloux, F. (2014): Reinventing Organizations, Kap. 1

OHF-05 | Organisations- und Entscheidungstechniken

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-05
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Organisations- und Entscheidungstechniken
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Instrumente der Auftragserteilung • Instrumente der Erhebung und Organisationsanalyse • Instrumente der Anforderungsermittlung • Instrumente des Lösungsentwurfs • Instrumente der Bewertung
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Sie haben einen fundierten Überblick über die Methoden der Auftragserteilung, Organisationsanalyse und Anforderungsermittlung und können diese Methoden selbständig in Situationen mittlerer Komplexität anwenden.

Sie können begründen, warum eine Organisationsanalyse nicht mit einem einzigen Instrument zu bewältigen ist. Vielmehr können sie für verschiedene mögliche Anliegen einer Organisationsanalyse geeignete Instrumente und Methoden vorschlagen und dies in Situationen mittlerer Komplexität selbst umsetzen. Sie kennen Instrumente zum Entwurf neuer organisatorischer Lösungen und zur Auswahl zwischen verschiedenen Alternativen für mögliche neue organisatorische und technische Lösungen, die sie in Situationen mittlerer Komplexität selbstständig durchführen können.

Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Sackmann, Sonja, A. (2006): Messen, werten, optimieren – Erfolg durch Unternehmenskultur, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Schmidt, Götz (2014): Organisation und Business Analysis - Methoden und Techniken, Verlag Dr. Götz Schmidt, Wettenberg.
- Seifert, Josef W. (2015): Besprechungen erfolgreich moderieren: Kommunikationstechniken für Leiter und Teilnehmer, Gabal Verlag, Offenbach.
- Schifferer, Stefan/von Reitzenstein Benjamin (2018): Tools und Instrumente der Organisationsentwicklung, Springer-Gabler, Berlin.

OHF-o6 | Führungs- und Anreizsysteme

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-o6
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Führungs- und Anreizsysteme
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Motivations- und Anreiztheorien • Die Rolle von Führungs- und Anreizsystemen für die Entstehung von Motivation für Gewinnung, Engagement und Bindung von Mitarbeitern • Wissenschaftliche Studien zu Führungs- und Anreizsystemen • Führungssysteme als regelgeleitetes Führungsverhalten • Methoden regelgeleiteten Führungsverhaltens • Zielvereinbarungssysteme • Feedback-Systeme • Klassifizierung von Anreizsystemen • Vergütung und Nebenleistungen • Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten • Arbeitsumfeld • Determinanten des Erfolgs und Misserfolgs der Kombination von Zielvereinbarungssystemen und leistungsabhängigen Gehältern

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben sich intensiv mit verschiedenen wissenschaftlichen Theorien zur Entstehung von Motivation und daraus abgeleiteten Anreizmechanismen auseinandergesetzt. Sie verstehen Motivations- und Anreiztheorien und sind in der Lage, Unvollständigkeiten in den Erklärungsansätzen dieser Theorien zu erkennen und die Theorien dadurch konstruktiv kritisieren.

Die Lernenden sind in der Lage, eigenständig verschiedene Anreizstrategien in Unternehmen zu klassifizieren und zu unterscheiden.

Die Studierenden verstehen den Unterschied zwischen Führungsverhalten auf der einen Seite sowie Führungs- und Anreizsystemen auf der anderen Seite. Sie haben einen Überblick über die Vielfalt möglicher materieller und immaterieller Anreizsysteme in Unternehmen, sie verstehen die Wirkungsmechanismen dieser Anreizsysteme und können beurteilen, unter welchen Bedingungen welche Anreizsysteme zum Einsatz kommen können. Sie sind eigenständig in der Lage Anreizsysteme anlassbezogen auszuwählen und auszugestalten.

Die Lernenden können die Methode des Führens mit Zielen bzw. des Management by Objectives (MbO) erläutern, kennen die Herausforderungen und können die Methode konstruktiv kritisieren. Sie haben Erfahrungen in der kompetenten Umsetzung des MbO gesammelt und können diese auf ihren Arbeitsalltag übertragen.

Die Studierenden haben sich mit aktuellen Studien zu Anreizsystemen befasst. Sie sind fähig die wissenschaftliche Güte der Studien zu bewerten und kennen neue, alternative Ansätze zum Thema.

Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Lernbrief „Führungs- und Anreizsysteme“
- Geisler, Christoph (2017): Anreize von Unternehmen zur Gewinnung und Bindung von Führungskräften aus der Generation Y, Steinbeis-Edition, Stuttgart (Dissertation an der Steinbeis-Hochschule Berlin).
- Ernst & Young (2016): Could Trust cost you a generation of talent? Global generations 3.0: A global study on trust in the workplace
- Bruch, H. et al. (2015): TOP JOB-Trendstudie 2015: Arbeitgeberattraktivität von innen betrachtet – eine Geschlechter- und Generationenfrage
- Kolk, A. und Perego, P. (2013): Sustainable bonuses: Sign of corporate responsibility or window dressing?, In: Journal of Business Ethics, DOI: 10.1007/s10551-012-1614-x
- Ewenstein, B. et al. (2016): McKinsey Quarterly – Ahead of the curve: The future of performance management
- Watzka, K. (2016): Zielvereinbarungen in Unternehmen
- Paschen, M. und Diehsmaier, E. (2011): Psychologie der Menschenführung, Kapitel 5 und 6
- Laloux, F. (2015): Reinventing Organizations
- Pfläging, N. (2009): Die 12 neuen Gesetze der Führung, Paragraph 8
- Armstrong, Michael (2017): Armstrong on reinventing Performance Management

OHF-07 | Prozessmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-07
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Prozessmanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Volker Bach

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorien im Prozessmanagement ▪ Ausrichtung von End-to-end-Prozesse auf Strategien ▪ Prozessarchitekturen und -visionen ▪ Forschungsergebnisse zu Methoden, Techniken und Rollen im Prozessmanagement ▪ Prozessmodellierung ▪ Forschungsmethoden zur Analyse und Optimierung von Prozessen ▪ Wissenschaftsmethodische Sicht auf Prozessveränderungen ▪ Prozessrealisierung und -einführung

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden besitzen das Wissen, wie Geschäftsprozessorganisationen aufgebaut werden und wie Geschäftsprozesse definiert werden. Sie lernen die Ausgangslage im Unternehmen zu analysieren und können Geschäftsprozesse identifizieren und definieren. Sie haben sich mit der wissenschaftlichen Methodik auseinandergesetzt, Prozesslandkarten zu entwickeln und Geschäftsprozesse zu priorisieren.</p>

Sie können End-to-end-Prozesse auf ihre Strategiekonformität kritisch analysieren und auf der Basis von identifizierten Schwachstellen Handlungsfelder ableiten. Sie sind selbständig in der Lage Prozessvisionen auszuarbeiten und deren Wirkungen kritisch zu beurteilen.

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu Vorgehensweisen, Werkzeugen und Organisationsansätzen zur plan- und feedbackgetriebenen Gestaltung von Prozessen. Sie können verschiedene Techniken der Prozessmodellierung kritisch vergleichen und auf Basis von BPMN 2.0 sowie anderen Notationen Prozesse adäquat visualisieren. Sie können die Schritte der Analyse von Prozessen und deren Schwachstellen eigenständig durchführen.

Sie können Anforderungen an Prozesse formulieren und verschiedene Techniken zur Anforderungsermittlung reflektieren. Die Studierende beherrschen die verschiedenen Optimierungsansätze zur Gestaltung eines zielkonformen Soll-Prozess-Designs und können auf Grundlage wissenschaftlicher Methodik die Wechselwirkungen von Prozessveränderungen auf das Umfeld beurteilen.

Die Studierenden kennen die Möglichkeiten Prozesse zu realisieren und können ausgewählte Techniken zur professionellen Veränderungsbegleitung anwenden.

Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme verschiedener Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Fischermanns, G.: Praxishandbuch Prozessmanagement, 11. Auflage, 2013
- Schmelzer, H. J.; Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement, 8. Auflage 2013
- Becker, J.; Kugeler, M.; Rosemann, M.: Prozessmanagement: Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, 7. Auflage 2012.
- EABPM: Business Process Management Common Body of Knowledge - BPM CBOK, 2. Auflage 2014
- HS Koblenz: Metastudie BPM-Quintessenz 2014
- Malte Foegen, Mareike Solbach, Claudia Raak (2007): Der Weg zur professionellen IT: Eine praktische Anleitung für das Management von Veränderungen mit CMMI, ITIL oder SPICE

OHF-o8 | Change Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-o8
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Change Management
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 108 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 13 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Auslöser und Arten von Change-Projekten • Erfolgsfaktoren im Change Management – Plattitüden versus echte Orientierung • Aktuelle wissenschaftliche Studien zu den Erfolgsfaktoren von Change Management • Limitationen der Vorhersagbarkeit von Erfolg und Misserfolg • Fallstudien Change Management – Konkrete Verhaltensbeispiele in verschiedenen Ausgangssituationen für den Projekt-Erfolg (oder auch Misserfolg)
--

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden kennen die verschiedenen Parameter und Kern-Herausforderungen von organisatorischen Change-Projekten.</p> <p>Die Lernenden konnten anhand von aktuellen Studien zum Change Management ihren kritischen Blick auf die gängigen Erfolgsfaktoren-Empfehlungen schärfen und können diese in Abhängigkeit von verschiedenen Ausgangssituationen deutlich konkretisieren, z.B. die oft aufgeführten Erfolgsfaktoren „Kommunikation“, „Mitarbeiter-Beteiligung“, „Klare Ziele“ etc.</p>

Sie sind in der Lage Problemstellungen des Change Managements zu identifizieren, zu analysieren und kritische zu bewerten. Sie beherrschen die methodischen Fähigkeiten zur Entwicklung von Lösungsansätzen des Change Managements.

Die Studierenden kennen den engen Zusammenhang von Change Management und Projektmanagement und verstehen Change-Prozesse als besondere Form von Projekten.

Die Lernenden haben Anschauung an ganz verschiedenen Change-Projekten genommen. Sie kennen die Erfolgsfaktoren und Fallstricke in Change-Projekten und sind damit in der Lage, selbständig eigene Change-Projekt-Herausforderungen erfolgreich anzunehmen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Barghorn, K. (2010): Einstellungen und Verhalten von Mitarbeitern in betrieblichen Veränderungsprozessen - Dissertation
- Combe, M. (2014): Change Readiness: Focusing Change Management where it counts
- Berner, Winfried (2015): Change! 20 Fallstudien zu Sanierung, Turnaround, Prozessoptimierung, Reorganisation und Kulturveränderung
- Doppler, K. und Lauterburg, C. (2008): Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten
- Kotter, John P. (2011): Leading Change: Wie Sie ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern
- Stolzenberg, K und Heberle, K. (2013): Change Management: Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten, Kapitel 1
- Heitger, B. und Doujak, A. (2014): Harte Schritte Neues Wachstum: Wandel in volatilen Zeiten, Kapitel 3
- Wohland, G. und Wiemeyer, M. (2012): Denkwerkzeuge der Höchstleister: Warum dynamikrobuste Unternehmen Marktdruck erzeugen, Kapitel 8
- Doppler, K. et al. (2013): Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change Management mit den Menschen, Kapitel II.1 und II.2.

OHF-09 | Teamentwicklung und Konfliktmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-09
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Teamentwicklung und Konfliktmanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Mündliche Prüfung, 30 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle wissenschaftliche Entwicklungen im Bereich Teamentwicklung und Konfliktmanagement • Team-Dynamiken und Team-Rollen • Methoden zur Begleitung von Teamentwicklung • Wissenschaftstheoretische Betrachtung von Konflikten (Theorien, Typologien etc.) • Konfliktlösungsstrategien • Mediation

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben sich mit aktuellen wissenschaftlichen Beiträgen zu den Themen Teamentwicklung und Konfliktmanagement und den darin beschriebenen wissenschaftlichen Methoden auseinandergesetzt und sind in der Lage, diese Studien, ihre Methoden und Ergebnisse zu würdigen, aber auch konstruktiv zu kritisieren.

Die Lernenden haben wissenschaftliche Theorien zu Team und Teamentwicklung kennengelernt. Sie kennen Team-Dynamiken und Teamrollen, die sich oft herausbilden sowie ein breites Spektrum an Methoden, um Teamentwicklung zu begleiten, zu beschleunigen und zu katalysieren und sind in der Lage diese auf den eigenen Arbeitsbereich zu übertragen und selbständig anzuwenden.

Die Studierenden kennen wichtige wissenschaftliche Modelle der Konflikttheorie, zur Klassifizierung von Konflikten sowie Techniken zur Konfliktintervention und können diese unter Berücksichtigung erkenntnistheoretischer und fachlicher Aspekte kritische reflektieren.

Die Lernenden sind eigenständig in der Lage mit Bezug auf unterschiedliche Konflikt-Typen zu beurteilen, welche Interventionsmaßnahmen geeignet wären, welche Konflikte ggf. von den Konfliktparteien selbst gelöst werden könnten und wann externe Unterstützung sinnvoll ist.

Die Studierenden haben sich intensiv mit der Konfliktmediation auseinandergesetzt. Sie können mithilfe des angeeigneten Wissens eigenständig Konfliktklärungen im privaten Bereich und im Arbeitskontext durchführen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Wall, J.A. und Callister, R.R. (1995): Conflict and its Management. In Journal of Management, 21 (3), S. 515-558
- Rothman, J. and Albertstein, M. (2013): Individuals, groups and intergroups: Theorizing about the role of identity in conflict and its creative engagement. In: J. on Disp. Resol. (28), S. 631-657
- McEwan, D. et al. (2017): The Effectiveness of Teamwork Training on Teamwork Behaviors and Team Performance: A Systematic Review and Meta-Analysis of Controlled Interventions. In: PLoS ONE 12(1): e0169604
- v. Rosenstiel, L. et al. (2005): Organisationspsychologie
- Glasl, Friedrich (2017): Konfliktmanagement
- Paschen, M. und Dihsmaier, E. (2014): Psychologie der Menschenführung, Kapitel 7
- Robbins, S.P. und Judge, T. A. (2008): Organizational Behavior

OHF-10 | Consulting

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-10
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Consulting
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Rohm

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Theorien und Ansätze für die Gestaltung von Beratungsprozessen • Erkenntnisse der empirischen Beratungsforschung • Die Konstruktion der Beraterrolle • Beraterhaltung und -fallen • Methoden und Aufgabenfelder der personen- und organisationsbezogenen Beratung

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden kennen unterschiedliche Theorien und Ansätze zur Gestaltung des Beratungsprozesses als Interaktionsprozess und sind in der Lage, diese zu hinterfragen und kritisch zu beurteilen.

Sie haben einen umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Beratungsforschung und Besonderheiten des forschungsmethodischen Vorgehens. Sie sind mit den Rahmenbedingungen sowie Voraussetzungen für Beratung vertraut.

Die Studierenden haben ein umfassendes Verständnis von der Rolle des Beraters. Sie kennen zentrale Beziehungsmuster im Beratungsprozess und können vor diesem Hintergrund ihre eigene Haltung im Beratungsprozess konstruktiv kritisch reflektieren.

Die Lernenden haben sich intensiv mit den Methoden der personen- und organisationsbezogenen Beratung auseinandergesetzt, können die Passung der Methode für den individuellen Kontext einschätzen und die Methoden selbstständig anwenden.

Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme verschiedener Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- König, E./ Volmer, G. (2014): Handbuch systemische Organisationsberatung. Weinheim: Beltz Verlag
- Bamberger, G. (2015): Lösungsorientierte Beratung: Praxishandbuch. Weinheim: Beltz Verlag
- Möller, H./ Hausinger, B. (2010): Quo Vadis Beratungswissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Göhlich, M. u.a. (2010): Organisation und Beratung. Wiesbaden: VS Verlag.
- Zwicker-Pelzer, R./ Hoff, T. (2015): Beratung und Beratungswissenschaft. Nomos Verlag.

OHF-11 | Strategien des Personalmanagements

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-11
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategien des Personalmanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Mündliche Prüfung, 60-90 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Wissenschaftliche Grundlagen eines strategischen Personalmanagements • Wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Megatrends aus Sicht von HR • Transformation der Unternehmensstrategie in die Personalarbeit • HR als Business Partner • Agiles Personalmanagement • Personalmanagement in ambidextren Unternehmensstrukturen • Trendforschung im Personalmanagement
--

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden haben sich mit den wissenschaftlichen Grundlagen zur Entwicklung und Umsetzung einer Personalmanagement-Strategie auseinandergesetzt. Sie sind selbständig in der Lage, dieses Wissen in den persönlichen Arbeitskontext zu transferieren.</p> <p>Die Studierenden können relevante Trends identifizieren und unternehmensspezifisch in die Personalstrategie integrieren.</p>

Die Lernenden haben ein tieferes Verständnis der Zusammenhänge zwischen Unternehmens- und Personalmanagement-Strategie erlangt und können aus der Unternehmensstrategie eine Personalstrategie ableiten.

Die Lernenden sind in der Lage, eine für das jeweilige Unternehmen adäquate Rolle des Personalmanagements als Business Partner des Managements zu formulieren.

Die Studierenden können die Konsequenzen von agilen und andixetren Arbeits- und Organisationsformen auf das Personalmanagement analysieren und daraus zielgerichtete Maßnahmen ableiten.

Die Studierenden erlangen ein umfassendes Wissen über Trendforschung und können diese konstruktiv in das Personalmanagement integrieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Lernbrief „Personalmanagement-Strategie“
- Andres-Gayon de, C. et al. (2019): Strategisches Workforce Management in der digitalen Transformation, in Schwuchow, K. et al. (Hrsg.), HR-Trends 2020, Haufe, Freiburg, S. 367-374
- Deloitte Insights (2019): Leading the social enterprise: Reinvent with a human focus - 2019 Deloitte Global Human Capital Trends
- Kienbaum et al. (2018): All-Agile HR? Erkenntnisse zum Reifegrad der HR-Funktion in der agilen Transformation
- Korff, J. et al. (2019): Vom Best-Practice-Ansatz zum gebündelten Einsatz von HR-Praktiken. PERSONALquarterly 1/2019, S. 8-13
- Ritter, M. et al. (2019): Agile Inseln im Konzern. OrganisationsEntwicklung 2/2019, S. 31-36
- Schnell, T. (2018): Vom Lebenssinn und Sinn in der Arbeit, in: Badura et al. (Hrsg.): Fehlzeiten-Report 2018, Springer-Gabler, Wiesbaden, S. 11-21
- Stenzel, S. (2018): Die Janusköpfigkeit von HR 4.0 – die Kunst der Innovation durch Synergien. Wirtschaftspsychologie aktuell 3/2018, S. 43-47
- Ulrich, D. et al. (2017): Victory through Organization, McGraw-Hill, New York, Chapter 1-2, S. 3-51
- Werther, S. et al. (2018): Arbeit 4.0 aktiv gestalten, Springer-Gabler, Wiesbaden
 - Kapitel 2, S. 23-45
 - Kapitel 4, S. 87-161

OHF-12 | Workforce Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-12
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Workforce Management
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen an eine strategische Personalplanung • Workforce Management in volatilen Märkten • Entwicklung einer strategiekonformen Führungskultur • Integration von Organisations- und Personalentwicklung • Performance Management in hierarchischen und agilen Arbeitswelten • Evidenzbasiertes Personalmanagement
--

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden kennen die Instrumente einer strategischen Personalplanung und können diese in der Praxis zielgerichtet einsetzen.</p> <p>Die Lernenden haben ein tiefes Verständnis für die Anforderungen an eine strategische Personalplanung, einschließlich der Besonderheiten volatiler Märkte, und sind in der Lage, diese angemessen zu berücksichtigen.</p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen Möglichkeiten zur Entwicklung einer Führungskultur und können diese strategiekonform gestalten.</p>
--

Die Lernenden sind in der Lage, Organisations- und Personalentwicklung in einem Unternehmen wirksam zu integrieren.

Die Studierenden kennen die aktuellen Entwicklungen im Bereich von Performance Management und können diese kritisch reflektieren, insbesondere hinsichtlich ihrer Wirkung in hierarchischen bzw. agilen Arbeitsstrukturen.

Den Lernenden ist die Notwendigkeit eines evidenzbasierten Personalmanagement bewusst, sie verfügen über entsprechende Instrumente und Methoden, um Personalarbeit wissenschaftlicher zu fundieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Lernbrief „Personalbereitstellung“
- Bruch, H. et al. (2019): New Leadership: Führungsformen der Zukunft, in Schwuchow, K. et al. (Hrsg.), HR-Trends 2020, Haufe, Freiburg, S. 159-167
- Bruch, H. et al. (2019): People-Management 2025: Zwischen Kultur- und Technologieumbrüchen, St. Gallen / pwc - Studie
- Felfe, J. (2015): Transformationale Führung: Neue Entwicklungen, in Felfe, J. (Hrsg.): Trends der psychologischen Führungsforschung, Hogrefe, Göttingen, S. 39-53
- Petry, T. (2016): Digital Leadership, Haufe, Freiburg S. 21-82
- Schermuly, C. et al. (2019): New Work und psychische Gesundheit, in: Badura et al. (Hrsg.): Fehlzeiten-Report 2019, Springer-Gabler, Wiesbaden, S. 127-139
- Schermuly, C. (2016): New Work – Gute Arbeit gestalten, Haufe, Freiburg, S. 31-84
- Väth, M. (2019): New Work – weder eine Geheimwaffe noch ein Allzweckmittel. Wirtschaftspsychologie aktuell 4/2019, S. 27-32
- Weber, S. et al. (2018): Agilität in Organisationen – Welche Herausforderungen sehen Führungskräfte? PERSONALquarterly 3/2018, S. 24-29
- Weibler, J. et al. (2015): Führungsverhalten im Kontext von Ambidextrie, in Felfe, J. (Hrsg.): Trends der psychologischen Führungsforschung, Hogrefe, Göttingen, S. 289-302

OHF-13 | Wertschöpfungsorientiertes Personalmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-13
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Wertschöpfungsorientiertes Personalmanagement
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Beitrag des Personalmanagements zur Wertschöpfung des Unternehmens • Effiziente Ausrichtung der Personaladministration • Chancen und Risiken von HR Offshoring und HR Outsourcing • Ziele und Methoden des Personalcontrollings • Qualitatives vs Quantitatives Personalcontrolling; operatives vs strategisches Personalcontrolling • Human Capital Management • Steuerung von HR-Projekten • Big Data, KI und People Analytics im Personalmanagement

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Lernenden können den Beitrag des Personalmanagements zur Wertschöpfung des Unternehmens beurteilen und begründen.</p> <p>Die Studierenden können den Beitrag der Personaladministration zum Gesamtunternehmenserfolg kritisch würdigen und die administrativen Aufgaben ggf. effizienter gestalten.</p>

Die Lernenden sind in der Lage Prozessoptimierungspotentiale im administrativen Personalbereich unter Einbezug der „Make or Buy“-Entscheidung sowie der Standortentscheidung (Offshoring) zu entdecken und analysieren.

Die Studierenden können Ziele und relevante Methoden des Personalcontrollings als Basis für unternehmerische Entscheidungen beurteilen und differenziert (qualitativ / quantitativ) zur Steuerung der Personalarbeit einsetzen.

Die Lernenden sind in der Lage den Ansatz des Human Capital Managements kritisch zu würdigen und darauf personalpolitisch angemessen zu reagieren.

Die Studierenden können die Chancen und Risiken von Big Data, KI und People Analytics aus einer wissenschaftlichen Perspektive beurteilen und daraus angemessene Konsequenzen für die Praxis ableiten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Lernbrief „Personaladministration und Controlling“
- Biemann, T. et al. (2017): People Analytics – Personaldaten als Erfolgsfaktor. PERSONALquarterly 3/2017, S. 8-15
- Bock, C. et al. (2019): Autokonzern tritt auf's Gas. OrganisationsEntwicklung 2/2019, S. 19-24
- Franke, S. et al. (2019): New Pay, Haufe, Freiburg, S. 13-80
- Grunau, P. et al. (2019): Personalmaßnahmen: (K-)ein Treiber für Unternehmenswertschöpfung? PERSONALquarterly 1/2019, S. 14-19
- Liedtke, T. et al. (2018): Wie die Kennzahlauswahl den Erfolg des HR-Controllings beeinflusst. PERSONALquarterly 3/2018, S. 36-43
- Roedenbeck, M. (2020): Die richtigen Fragen stellen. OrganisationsEntwicklung 1/2020, S. 64-69
- Schwarzenbart, U. et al. (2018): Digitalisierung von Performance Management und Feedback-Instrumenten – Darstellung am Beispiel der Daimler AG, in Petry, T. et al. (Hrsg.): Digital HR, Haufe, Freiburg, S. 349-361
- Ulrich, D. (2015): The Leadership Capital Index, Berrett-Koehler, Oakland CA, S. 53-134

OHF-14 | Arbeitsrecht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-14
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Arbeitsrecht
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Grädler

2. Inhalt

- Rechtsquellen und Grundlagen des Arbeitsrechts
- Anwendungsbereich des Arbeitsrechts und Grundbegriffe
- Anbahnung des Arbeitsverhältnisses (und Berufsausbildungsverhältnisses) unter Berücksichtigung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG)
- Der Arbeitsvertrag – Form und Inhalt
- Arten von Arbeitsverhältnissen (inklusive Befristung und Teilzeit)
- Rechte und Pflichten aus dem Arbeitsverhältnis / Zusammenhang Gehalt und Arbeit (insbesondere Entgeltfortzahlung, Annahmeverzug)
- Beendigung des Arbeitsverhältnisses, insbesondere Kündigung, Aufhebungsvertrag
- Zeugniserstellung
- Grundzüge Tarifrecht
- Betriebsverfassungsrecht
- Grundzüge Arbeitsgerichtsverfahren
- Arbeitsrechtsnahe Themen des Sozialversicherungsrechts

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

- Sie kennen die Strukturen des deutschen Arbeitsrechts und Sozialversicherungsrechts und die zugehörigen Gesetzesquellen
- Sie sind in der Lage, die zahlreichen arbeits- und sozialversicherungsrechtlichen Grundlagen zu systematisieren
- Sie können einzelne Gesetzestexte für die praktische Anwendung strukturieren und analysieren
- Sie sind selbständig in der Lage, die erlernten Grundlagen und Strukturen auf praktische und konkrete Fälle verschiedener Komplexitäten anzuwenden
- Sie können grundlegende arbeitsrechtlicher Fallgestaltungen aus der Praxis analysieren und vorhandene Anspruchsgrundlagen ableiten
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme verschiedener Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Richardi, Reinhard (2018): Arbeitsgesetze (Beck-Texte im dtv), 91. Aufl., München.
 - Einführung (S. XIII-XLI)
- Reichhold, Hermann (2016): Arbeitsrecht, 5. Aufl., C.H. Beck, Nördlingen.
- Junker, Abbo (2017): Grundkurs Arbeitsrecht, 17. Aufl., C.H. Beck, Nördlingen.

OHF-15 | Prozessmanagement-Systeme

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-15
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Prozessmanagement-Systeme
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Volker Bach

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prozessmanagement-Systeme ▪ Forschungsergebnisse zu BPM-Erfolgsfaktoren ▪ Wissenschaftsmethodische Sicht auf Vorgehensmodelle, Techniken und Rollen im Prozessmanagement ▪ Forschungsmethoden zur Analyse und Optimierung von Prozessmanagement-Systemen ▪ Ausgewählte BPM-Systeme wie Lean Management und Agiles Prozessmanagement

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden haben ein theoretisches Verständnis der Elemente von Prozessmanagement-Systemen entwickelt. Sie können die Anwendungsgebiete für bekannte BPM-Konzepte wie BPR, KVP, Lean Management, Agiles Prozessmanagement oder Six Sigma kritisch analysieren und beurteilen. Sie werden in die Lage versetzt, eine erfolgreiche Einführung von Prozessmanagement mit einer systematischen Bestandsaufnahme zu beginnen. Sie haben sich mit der wissenschaftlichen Methodik auseinandergesetzt, BPM-Verfahren, -Rollen –Werkzeuge und IT-Tools aus den verschiedenen BPM-Konzepten zu einem konsistenten Prozessmanagement-System zu konzipieren.</p>

Sie können die Herausforderungen adressatengerechter Information und Schulung aller Betroffenen für das Gelingen der Prozessmanagement-Implementierung kritisch reflektieren. Um das System dauerhaft am Leben zu halten, sind Sie mit allen Erfolgs- und Misserfolgsk Faktoren des Prozessmanagements bestens vertraut.

Sie lernen einen konsequenten Weg der prozessualen Optimierung von sehr häufig stattfindenden Prozessen kennen. Sie integrieren die Lean-Prinzipien in ihr Vorgehen zur Prozessoptimierung und sind selbständig in der Lage, KVP zu etablieren. Sie können Optimierungstechniken wie 5S oder 7V selbständig anwenden. Sie können die Chancen und Risiken von Kata-Coaching als Führungs- und Steuerungsprinzip, Prozesse nachhaltig zu verbessern, hinterfragen und kritisch beurteilen.

Sie können einschätzen, für welche Prozesstypen sich agiles Prozessmanagement eignet. Sie können Prozessvisionen agil entwickeln und umsetzen. Sie lernen Alternativen kennen, um Prozesse agil zu gestalten und zu modellieren. Sie können Prozesse mit Instrumenten wie Kanban-Board transparent steuern und flexibel den Anforderungen anpassen. Sie sind sich der Bedeutung des agilen Mindsets bewusst und kennen Möglichkeiten, diesen erfolgsversprechend zu gestalten.

Sie können Fragestellungen zu relevanten Problemen identifizieren, analysieren und kritisch bewerten. Sie sind nach erfolgreichem Abschluss des Seminars in der Lage die gelernten fachspezifischen Methoden zur Lösung von Problemen in der Unternehmenspraxis anzuwenden und diese zu rechtfertigen. Darüber hinaus sind sie in der Lage sich selbstständig und kritisch neue Fähigkeiten und Wissen anzueignen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Fischermanns, G.: Praxishandbuch Prozessmanagement, 11. Auflage, 2013
- Gloger, B., Rösner, D.: Selbstorganisation braucht Führung: die einfachen Geheimnisse agilen Managements, München 2014
- Laloux, F.: Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, München 2015
- Pfeiffer, W. & Weiß, E.: Lean Management – Grundlagen der Führung und Organisation industrieller Unternehmen. Erich Schmidt Verlag, 2. Aufl., 1994
- Robertson, B.: Holacracy: Ein revolutionäres Management-System für eine volatile Welt, 2016
- Rother, M.: Die Kata des Weltmarktführers. Campus Verlag, 2009
- Womack, J. P. & Jones, D. T.: Lean Thinking: Ballast abwerfen, Unternehmensgewinne steigern. Campus Verlag, 2004

OHF-16 | Kontinuierliches Prozessmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-16
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Kontinuierliches Prozessmanagement
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Modul ist der erfolgreiche Abschluss des Moduls Prozessmanagement.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Volker Bach

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzepte der kontinuierlichen Prozessmanagements ▪ Prozesskennzahlen ▪ Prozessleistungsmessung ▪ Prozessleistungsdiagnose und -steuerung ▪ Prozesscockpit ▪ Rollen im kontinuierlichen Prozessmanagement

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden kennen die Konzepte zur kontinuierlichen Prozessoptimierung sowie den Nutzen und die Relevanz permanenter Prozessoptimierungen.

Sie erkennen, welche Kennzahlen für den Prozess wichtig und aussagekräftig sind. Sie können relevante Prozesskennzahlen definieren und in den Unternehmenskontext stellen. Die Studierenden können unterschiedliche Messverfahren zur Prozessleistung selbständig entwickeln und deren Funktionsweise und die wissenschaftliche Güte ihrer Ergebnisse beurteilen.

Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

Sie verstehen den Ansatz des Process Performance Managements als dauerhafte Möglichkeit, Prozessschwächen mittels Vergleich von Soll- und Ist-Kennzahlen zu erkennen und zu beseitigen. Sie können die wesentlichen Techniken zur Prozessdiagnose und -steuerung anwenden und sind selbständig in der Lage, deren Chancen und Risiken zu hinterfragen und kritisch zu beurteilen. Die Studierenden können eigene Prozesscockpits adressatengerecht entwickeln und kritisch reflektieren.

Die Studierenden kennen die KVP-Rollen und deren Eignung in der Praxis. Sie können die möglichen aufbauorganisatorischen Konsequenzen einer kontinuierlichen Prozesssteuerung abschätzen. Sie können die kulturellen Herausforderungen des kontinuierlichen Prozessmanagements kritisch reflektieren und kennen Möglichkeiten, ihnen zu begegnen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Fischermanns, G.: Praxishandbuch Prozessmanagement, 11. Auflage, 2013
- Schmelzer, H. J.; Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement, 8. Auflage 2013
- Becker, J.; Kugeler, M.; Rosemann, M.: Prozessmanagement: Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, 7. Auflage 2012.
- EABPM: Business Process Management Common Body of Knowledge - BPM CBOK, 2. Auflage 2014

OHF-17 | Projektleitung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-17
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Projektleitung
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Effiziente Projektarbeit ▪ Ergebnisorientierte Projekt- und Aufgabenplanung ▪ Effiziente Teamarbeit entwickeln ▪ Transparenz und eine gemeinsame Informationsbasis schaffen ▪ Gemeinsam Neues schaffen – effektive Teamworkshops durchführen ▪ Grundlegende Anforderungen an die Projektleitung ▪ Soziale Kompetenzen in der Projektarbeit ▪ Umgang mit Entscheidern und Hierarchie ▪ Projektmanagementsimulation ▪ Risikomanagement

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Nach dem Abschluss des Moduls „Projektleitung“ beherrschen die Studierenden die Methodik der Projektinitiierung, Projektplanung und Projektdurchführung aus der Rolle eines Projektleiters. Sie kennen die Erfolgsfaktoren für eine effiziente Teamarbeit und können zur Teamentwicklung beitragen. Sie sind in der Lage, die Projekt- und Teamarbeit in ihrem Unternehmen zu reflektieren und zu optimieren. Die Studierenden können ein effektives Stakeholder-Management in ihren Projekten etablieren und sorgen damit für Akzeptanz der Projektergebnisse und eine hohe Zielerreichung.

Die Studierenden kennen die Anforderungen an eine gute Projektleitung und können die Rolle des Projektleiters auch in komplexen Projekten ausführen. Sie haben ein Verständnis dafür entwickelt, welche Sozialkompetenzen für den Projekterfolg kritisch sind und sind in der Lage, sich mit wissenschaftlichen Methoden der Kommunikation und Verhaltensanalyse auseinanderzusetzen.

Die Lernenden setzen sich mit betriebswirtschaftlichen Modellen des Projektcontrollings und der Projektsteuerung kritisch auseinander. Sie sind in der Lage Zielabweichungen zu identifizieren, zu analysieren und erfolgreiche Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Stöwe, Christian/Keromosemita, Lara (2013): Führen ohne Hierarchie – Laterale Führung
- Tumascheit, Klaus-Dieter (2012): »Alle ziehen am selben Strang!«: 55 Mythen des Projektmanagements, Orell Füssle Verlag.
- Neumann, Mario (2017): Projekt-Safari, 2. Aufl., Campus-Verlag, Frankfurt am Main.

OHF-18 | Multiprojektmanagement-Systeme

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-18
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Multiprojektmanagement-Systeme
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<p>Grundlagen des Multiprojektmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Strukturierung der Projektlandschaft: Einzelprojekte, Programme, Portfolios ▪ Zusammenwirken von Strategie, Struktur und Kultur ▪ Erfolgsfaktoren und Fallen im Multiprojektmanagement <p>Portfoliomanagement mit dem Multiprojekt-Initiativprozess</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektselektion: Ideenmanagement und Antragswesen, Kriterien der Projektwürdigkeit, Projektarten und -klassen ▪ Kennzahlen und Techniken der Priorisierung ▪ Abhängigkeitsanalyse, Stafflung und Multiprojekt-Terminplanung ▪ Schlanke Entscheidungs- und Freigabeprozesse <p>Multiprojekt-Controlling und Informationssystem</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informationswege: Transparenz erzeugen und Entscheidungsfindung unterstützen ▪ Berichtswesen im Multiprojektmanagement ▪ IT-Unterstützung sinnvoll nutzen <p>Management von Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualitative und quantitative Ressourcensteuerung ▪ Varianten: zentrale Ressourcenpools und Laufbahnkonzepte für Projektleiter <p>Agiles Portfolio- und Ressourcenmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Skalierte agile Modelle auf Unternehmensebene ▪ Re-Priorisierung und Projekt-Staffing in kurzen Zyklen

Strukturelle Verankerung von Multiprojektmanagement: Projektmanagement-Office

- Tätigkeiten im PMO: von Serviceleistungen über Controlling bis hin zu Beratung und Weiterentwicklung von Standards
- Kompetenzen und Rollenprofile, Erfolgsfaktoren gut etablierter PMOs

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden lernen, welche Kennzahlen und Techniken in der Steuerung und Priorisierung des Unternehmens-Projektportfolios hilfreich sein können. Sie setzen sich mit Möglichkeiten der Ressourcensteuerung auseinander und erlernen wissenschaftlich gestützte Methoden und Techniken für eine strategische Projekt-Portfolioplanung. Sie kennen den Nutzen und die Kompetenzen von PMOs und verstehen, wie Sie sich strukturell und kulturell verankern können, um wesentlich zur Wertschöpfung des Unternehmens und zur Weiterentwicklung des PM-Systems beizutragen.

Nach Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, die strategische Projekt-Portfolioausrichtung ihrer Organisation kritisch zu würdigen und zu optimieren, so dass Unternehmensstrategie und Projektportfolio abgestimmt und effektiv umgesetzt werden.

Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Hirzel, M.; Alter, W.; Sedlmayer, M. (Hrsg.): Projektportfolio-Management: Strategisches und operatives Multi-Projektmanagement in der Praxis, 2011
- Pfetzing, K.; Rohde, A.: Ganzheitliches Projektmanagement, 2014
- Roeschlein, R.: Die DIN-Norm zum Multiprojektmanagement (DIN 69909). In: Projektmanagement aktuell 4/2012, S. 40-43
- Sandrino-Arndt, B.; Thomas, R. L.; Becker, L. (Hrsg.): Handbuch Project Management Office, 2010
- Seidl, J.: Multiprojektmanagement, 2011
- ibo Beratung und Training GmbH: Reifegrad des Projektmanagements nach OPM₃, 2006

OHF-19 | Agiles Projektmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-19
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Agiles Projektmanagement
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Modul ist der erfolgreiche Abschluss des Moduls Projektmanagement.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in agile PM-Methoden ▪ Initiativprozess agiler Projekte ▪ Planung, Steuerung und Durchführung agiler Projekte ▪ Rollen und Verantwortlichkeiten ▪ Voraussetzungen für den erfolgreichen Einsatz von agilen Methoden ▪ Agiles (Multi-)Projektmanagement ▪ Große Projekte mit Scrum & Co. erfolgreich organisieren ▪ Agile Transformation: Erfolgreiche Einführung agiler Methoden im eigenen Unternehmen ▪ Hybride Modelle im Projektmanagement

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Nach Abschluss des Moduls „Agiles Projektmanagement“ können die Studierenden komplexe Projekte mit agilen Methoden organisieren und durchführen. Sie verstehen die Werte, Prinzipien und Nutzen von agilem Projektmanagement, setzen sich kritisch mit den Vor- und Nachteilen auseinander und können Einsatzgebiete für agile Methoden in ihrer Organisation identifizieren.

Die Lernenden kennen die Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Kompetenzen der verschiedenen Rollen in agilen Projekten und können sie auf ihr Unternehmen übertragen.

Sie sind in der Lage Problemstellungen des agilen Projektmanagements zu identifizieren, zu analysieren und kritische zu bewerten. Sie beherrschen die methodischen Fähigkeiten zur Entwicklung von Lösungsansätzen im Kontext agilen Projektmanagements.

Die Studierenden erlernen wie sie nachhaltig agile Methoden in ihre Organisation implementieren und die agile Transformation effektiv unterstützen und steuern können. Sie können die bestehenden Projektmanagement-Systeme in ihren Organisationen reflektieren und durch hybride Projektmanagementmodelle optimieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Scheller, Torsten (2017): Auf dem Weg zur agilen Organisation. Wie Sie Ihr Unternehmen dynamischer, flexibler und leistungsfähiger gestalten, Verlag Franz Vahlen, München.
- Aulinger, Andreas (2016): Die drei Säulen agiler Organisationen. Whitepaper am IOM | Institut für Organisation & Management an der Steinbeis-Hochschule Berlin.
- Aulinger, Andreas (2017): Selbstorganisation – ein Organisationsprinzip für Agilität. Whitepaper am IOM | Institut für Organisation & Management an der Steinbeis-Hochschule Berlin.
- Pfetzinger, K.; Rohde, A. (2014): Ganzheitliches Projektmanagement. Verlag Dr. Götz Schmidt, Wetztenberg.

OHF-20 | Business-Analyse: Anforderungsmodellierung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-20
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Business-Analyse: Anforderungsmodellierung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Rohm

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorien in Business-Analyse ▪ Situationsanalyse mit Business Case ▪ Planung und Steuerung der Business-Analyse ▪ Forschungsergebnisse zu Methoden, Techniken und Rollen in der Business-Analyse ▪ Anforderungsmodellierung ▪ Forschungsmethoden zur Analyse und Dokumentation von Anforderungen ▪ Wissenschaftsmethodische Sicht auf Handlungskompetenzen in der Business-Analyse ▪ Lösungseinführung

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben ein theoretisches Verständnis der Bestandteile von Business-Analyse entwickelt. Sie lernen die Ausgangslage im Unternehmen zu analysieren und können fehlende und bestehende Leistungspotenziale identifizieren und definieren. Sie haben sich mit der wissenschaftlichen Methodik auseinandergesetzt, Lösungsansätze zu entwickeln und diese zu bewerten.

Sie können ihre Arbeit als Business-Analyst planen und kritisch analysieren. Sie sind selbständig in der Lage Maßnahmen zur Verbesserung der Business-Analyse auszuarbeiten und deren Wirkungen zu beurteilen.

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu den geeigneten Vorgehensweisen, Werkzeugen und Notationen, um Anforderungen modellbasiert zu dokumentieren. Sie können verschiedene Techniken der Anforderungsmodellierung kritisch vergleichen und auf Basis von BPMN 2.0 sowie anderen Notationen Anforderungen adäquat visualisieren. Sie können Notationen von Anforderungen kombinieren und eigenständig durchführen.

Sie können Lösungen einführen und verschiedene Arten der Lösungseinführung reflektieren. Die Studierende beherrschen die verschiedenen Aspekte zur zielkonformen Verankerung einer Lösung in der Organisation und können auf Grundlage wissenschaftlicher Methodik die Wechselwirkungen von Lösungseinführungen auf das Umfeld beurteilen.

Die Studierenden kennen die Handlungskompetenzen, die Business-Analysten in ihrer täglichen Arbeit unterstützen. Darüber hinaus sind die Studierenden befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld der Anforderungsmodellierung selbstständig einzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- International Institute of Business Analysis: BABOK® v3 – Leitfaden zur Business-Analyse BABOK® Guide 3.0. 3. Auflage. Gießen 2017.
- Götz Schmidt: Organisation und Business Analysis - Methoden und Techniken. 15. Auflage. Gießen 2014.
- Malcolm Eva, Keith Hindle, Craig Rollaston: Business Analysis. Third Edition. 2014.
- Barbara A. Carkenord: Seven Steps to Mastering Business Analysis. 2009.
- Jakob Freund, Bernd Rücker: Praxishandbuch BPMN. 5. Auflage. München 2016.
- Christoph Kecher: UML 2.5. Das umfassende Handbuch. 5. Auflage. Bonn 2015.

OHF-21 | Business-Analyse: Requirements Engineering

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-21
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Business-Analyse: Requirements Engineering
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Rohm

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorien in Requirements Engineering ▪ Vorbereitung und Anforderungsermittlung ▪ Anforderungspriorisierung ▪ Forschungsergebnisse zu Methoden, Techniken in der Anforderungsspezifizierung ▪ Anforderungsstrukturierung ▪ Forschungsmethoden zur Verifizierung und Validierung von Anforderungen ▪ Wissenschaftsmethodische Sicht auf Anforderungsdokumente ▪ Anforderungsmanagement und -kommunikation
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben ein theoretisches Verständnis der Bestandteile von Requirements Engineering entwickelt. Sie lernen die Anforderungsquellen im und außerhalb des Unternehmens zu analysieren und können Ermittlungsinhalte identifizieren und definieren. Sie haben sich mit der wissenschaftlichen Methodik auseinandergesetzt, Anforderungen zu ermitteln und diese zu notieren.

Sie können Anforderungsermittlungen planen und kritisch analysieren. Sie sind selbständig in der Lage Annahmen und Restriktionen zu identifizieren und sie von Anforderungen abzugrenzen.

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu den geeigneten Vorgehensweisen, um Anforderungen zu priorisieren. Sie können verschiedene Techniken der Anforderungspriorisierung kritisch vergleichen und auf Basis von Priorisierungskriterien Anforderungen gegeneinander abzugleichen.

Sie können Anforderungen textlich dokumentieren und systematische Ansätze der Spezifizierung reflektieren. Die Studierenden beherrschen die verschiedenen Aspekte zur adäquaten Dokumentation von Anforderungen und können auf Grundlage wissenschaftlicher Methodik die Verifizierung und Validierung von Anforderungen beurteilen.

Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

Die Studierenden kennen die Bestandteile von Anforderungsdokumenten und wie Anforderungen gemagt und kommuniziert werden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- International Institute of Business Analysis: BABOK® v3 – Leitfaden zur Business-Analyse BABOK® Guide 3.0. 3. Auflage. Gießen 2017.
- Götz Schmidt: Organisation und Business Analysis - Methoden und Techniken. 15. Auflage. Gießen 2014.
- Christof Ebert: Systematisches Requirements Engineering. 4. Auflage. Heidelberg 2012.
- Stan Bühne, Andrea Herrmann: Handbuch Requirements Management nach IREB Standard. V 1.0.1. 2015.

OHF-22 | Strategien der Unternehmensarchitektur

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-22
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategien der Unternehmensarchitektur
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Axel Lamprecht

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Optionen der IT-Strategie als Grundlage der Unternehmensarchitektur ▪ Integration von Unternehmensarchitekturmanagement (UAM) im Unternehmen ▪ Ableitung von Vorgaben aus der Strategie-, Unternehmens- und Organisationsentwicklung ▪ Forschungsergebnisse zu Unterstützung des Produktmanagements ▪ Einsatz von Ergebnissen aus dem UAM im Projekt- und Prozessmanagement ▪ Forschungsmethoden zu Kompetenzen, Methodik und Didaktik ▪ Wissenschaftsmethodische Sicht auf Denkhaltungen und -fallen ▪ Konfliktbehandlung und Kommunikation

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben ein theoretisches Verständnis von Strategien des Unternehmensarchitekturmanagements entwickelt. Sie kennen und verstehen Schritte, um eine Unternehmensarchitektur weiterzuentwickeln. Sie haben sich mit der wissenschaftlichen Methodik auseinandergesetzt, Ergebnisse und Modelle zur Unternehmensarchitektur zu bewerten.

Sie kennen die wichtigsten Elemente von IT-Strategien und IT-Architekturen und können die Bedeutung von IT-Strategien und IT-Architekturen für die Umsetzung einer geschäftsprozessunterstützenden IT auf der Grundlage wissenschaftlicher Methoden beurteilen.

Sie haben Verständnis über das Wirkungsgefüge zwischen einer fundierten und nachhaltigen IT-Strategie und den damit verbundenen Prozessen und Kosten einerseits sowie einer state of the art Unternehmensarchitektur und der damit möglichen Reaktionsgeschwindigkeit auf Änderungsanforderungen aus dem operativen Tagesgeschäft der IT-Endanwender andererseits.

Sie kennen die besondere Bedeutung des IT-Betriebs im IT-Lifecycle Management für Entscheidungen zur Fertigungstiefe der IT-Abteilungen und für die Kostenstruktur und -höhe und können Prozesse zur Definition und Umsetzung von IT-Strategien und IT-Architekturen designen.

Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

Sie können existierende IT-Strategien und IT-Architekturen bzgl. ihrer Vollständigkeit und Skalierbarkeit selbständig analysieren und bewerten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Ahlemann, F.; Stettiner, E.; Messerschmidt, M.; Legner, C.: Strategic Enterprise Architecture Management, 1. Auflage 2012
- Hanschke, I.: Enterprise Architecture Management - einfach und effektiv, 1. Auflage 2012
- Osterwald, A.; Pigneur, Y.; Wegberg, J. T. A.: Business Model Generation, 1. Auflage 2011
- Schekkerman, J.: Enterprise Architecture Good Practices Guide, 1. Auflage 2008
- Whelan, J.; Meaden, G.: Business Architecture. A Practical Guide, 1. Auflage 2012

OHF-23 | Management der Unternehmensarchitektur

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-23
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Management der Unternehmensarchitektur
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Krug

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bausteine und Anforderungen an Unternehmensarchitekturmanagement ▪ Metamodelle und Frameworks zur Abbildung der Unternehmensarchitektur ▪ Entwicklung Meta-Modell ▪ Forschungsergebnisse zu Visualisierungen der Unternehmensarchitektur ▪ Anwendung von Unternehmensarchitektur-Tools ▪ Forschungsmethoden zu Rollen, Organisation und Gremien ▪ Wissenschaftsmethodische Sicht auf IT Governance Toolsuite ▪ Fallbeispiele und Best Practices
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben ein theoretisches Verständnis der Bestandteile von Unternehmensarchitekturmanagement entwickelt. Sie kennen und verstehen Aufgaben als Unternehmensarchitekt und planen erfolgreich und passgenau den Aufbau von UAM. Sie haben sich mit der wissenschaftlichen Methodik auseinandergesetzt, Frameworks und Modelle zur Unternehmensarchitektur zu modellieren.

Sie ermitteln den Reifegrad ihrer Unternehmensarchitektur und analysieren ihn kritisch. Sie sind selbstständig in der Lage ihre Unternehmensarchitektur in überschaubaren Schritten in der richtigen Reihenfolge weiterzuentwickeln.

Die Studierenden kennen die wissenschaftlichen Erkenntnisse, um initial ein für das Unternehmen passendes, fokussiertes und operationalisiertes Metamodell herzuleiten.

Sie können wichtige Elemente der Unternehmensarchitektur finden und sie richtig beschreiben. Sie reflektieren Muster und Beziehungen. Die Studierenden können auf Grundlage wissenschaftlicher Methodik Muster und Beziehungen verstehen und beurteilen.

Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

Die Studierenden kennen Best Practices für ein erfolgreiches Zusammenarbeitsmodell (EAM-Governance-House).

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Ahlemann, F.; Stettiner, E.; Messerschmidt, M.; Legner, C.: Strategic Enterprise Architecture Management, 1. Auflage 2012
- Hanschke, I.: Enterprise Architecture Management - einfach und effektiv, 1. Auflage 2012
- Osterwald, A.; Pigneur, Y.; Wegberg, J. T. A.: Business Model Generation, 1. Auflage 2011
- Schekkerman, J.: Enterprise Architecture Good Practices Guide, 1. Auflage 2008
- Whelan, J.; Meaden, G.: Business Architecture. A Practical Guide, 1. Auflage 2012

OHF-24 | Data Science: Datenhaltung und Datenintegration

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-24
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Data Science: Datenhaltung und Datenintegration
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Krug

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Einführung – Analyse von Datenstrukturen • Anwendungsoptionen für Datenhaltung • Workshop Governance • Datenakquise und Erstellung von Datenarchitekturen • Datenintegration: Management und Weiterentwicklung des Datenbestands im Unternehmen • Praxisbeispiele: Best Practice der Datentransformation • Workshop: Datenprozesse in einer Hadoop-Umgebung • Datenanalyse, -exploration und komplexe Datenabfragen
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden kennen verschiedene mögliche Beschaffenheiten von Daten und können beurteilen, wie diese Dateien in Abhängigkeit ihrer Beschaffenheit für mögliche Analysen eingesetzt werden können.

Sie verfügen über einen strukturierten Überblick über Technologien, die es ermöglichen, große Datenmengen zu verarbeiten.

Sie haben Erfahrung in der Anwendung ausgewählter Datenhaltungssysteme und Big Data Referenzarchitekturen gesammelt und können diese Systeme selbständig nutzen.

Sie kennen die Prinzipien und rechtlichen Anforderungen an sichere Verwaltung und den Schutz vor unberechtigtem Zugriff bei unterschiedlichsten Benutzerrollen in komplexen Unternehmensstrukturen.

Sie können anwendungsfallbezogen wertvolle Daten im eigenen Unternehmen sowie aus externen Quellen (Internet) lokalisieren und in eine analysefähige Umgebung und ggf. in neue Datenstrukturen überführen.

Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Gesellschaft für Informatik (Hrsg.): Datenqualität. Online: <https://gi.de/informatiklexikon/datenqualitaet/>
- Skriptum "Datenhaltung und Datenintegration"

OHF-25 | Portfoliostrategie Healthcare

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-25
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Portfoliostrategie Healthcare
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einflussfaktoren auf den Gesundheitsmarkt ▪ Begriffe und Grundlagen des Portfoliomanagements in der Gesundheitsbranche, insbesondere in Krankenhäusern – von Produkten zu Portfolios ▪ Kernprozesse des Portfoliomanagements ▪ Bedeutung von medizinischen Expertennetzwerken ▪ Strategische Geschäftspartnerschaften ▪ Begriffe und Bedeutung der Betriebswirtschaftslehre im Spezialfall Krankenhaus Krankenhäusern mit den Schwerpunkten Personalbemessung, Sachkosten und Investitionsplanung ▪ Sinn und Unsinn von Wettbewerben im Gesundheitswesen
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden sind mit wichtigen Einflussfaktoren auf den Gesundheitsmarkt vertraut und verstehen, wie sich diese auf die Zusammenarbeit von Klinik und Industrie auswirken.

Die Studierenden können wichtige Begriffe des Portfoliomanagements und den Aufbau eines Produktportfolios von der Artekebene über Warengruppen bis hin zum Portfolio erläutern.

Die Studierenden setzen sich intensiv und fundiert mit den Kernprozessen des Portfoliomanagements auseinander; sie kennen die grundlegende Bedeutung der systematischen Betrachtung von Artikeln und haben selbständig verschiedene Systematiken entwickelt. Sie verstehen, wie entscheidend die medizinische Expertise für die Beurteilung und damit die Beschaffung bestimmter medizinischer Produkte ist und sind mit dem Konzept medizinischer Expertennetzwerke für die Beurteilung vertraut.

Die Lernenden sind sensibilisiert für die verschiedenen Betrachtungsweisen und Präferenzen der Verhandlungspartner und können Ziele und Bedeutung einer selektiven Portfoliostrategie für Krankenhäuser erläutern und weiterentwickeln.

Die Studierenden setzen sich mit der Weiterentwicklung von Portfoliomanagement zu einem differenzierten Geschäftspartnermanagement auseinander und sind eigenständig in der Lage das noch junge Konzept von strategischen Geschäftspartnerschaften im Gesundheitsmarkt weiterzuentwickeln und in ihren Arbeitsalltag einzubringen.

Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld der Portfoliostrategien selbstständig einzusetzen.

Die Lernenden verstehen die grundlegende Bedeutung von Betriebswirtschaft im Krankenhaus und sind mit der dualen Finanzierung von Krankenhäusern in Deutschland vertraut. Sie können das Pateientenklassifikationssystem DRG und den Zusammenhang zu den Einnahmen eines Krankenhauses durch die Patientenbehandlung erläutern und verstehen die Auswirkungen, die die Einführung des DRG-Systems auf das Krankenhausmanagement, aber auch auf die Patienten hat.

Die Lernenden können verschiedene Motivationsbegriffe und -theorien erläutern und kennen die Auswirkungen von Anreizen auf intrinsische Motivation. Sie sind vertraut mit den Auswirkungen von Anreizen und kennen verschiedene kostentreibende Anreize insbesondere im Gesundheitsbereich und erkennen, dass das Gesundheitswesen keinen funktionierenden Markt im volkswirtschaftlichen Sinn darstellt. Sie können künstlich inszenierte Wettbewerbe im Gesundheitswesen hinterfragen und konstruktiv kritisieren, können ihre Auswirkungen prognostizieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Stollenberg, A. (2012): Wertschöpfungsmanagement im Einkauf
- Binswanger, M. (2010): Sinnlose Wettbewerbe: Warum wir immer mehr Unsinn produzieren
- Brenner, P.D. (2013): Integrales Kooperationsmanagement: Nachhaltige Unternehmensstrategie durch Zusammenarbeit
- Heß, G. (2010): Supply-Strategien in Einkauf und Beschaffung: Systematischer Ansatz und Praxisfälle
- Grajczyk, K.J. (2015): Category Supply Management
- Grimm, R. et al. (2014): Portfoliomanagement in Unternehmen
- Schlüchtermann, J. (2016): Betriebswirtschaft und Management im Krankenhaus

OHF-26 | Datenmanagement und Prozesse Healthcare

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-26
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Datenmanagement und Prozesse Healthcare
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ E-Health-Gesetz ▪ IT-Sicherheitsgesetz ▪ Forschungsergebnisse zur Digitalisierung, insb. Einkauf 4.0 ▪ Forschungsmethoden zur Analyse und Bewertung der Digitalisierung ▪ Wissenschaftsmethodische Sicht auf Big Data und Data Science im Gesundheitswesen ▪ Konzeption von Data Science Projekten in der Healthcare Industry
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden haben ein Verständnis für „Big Data“ im Gesundheitsbereich und deren Nutzbarkeit entwickelt.

Sie haben sich mit der wissenschaftlichen Methodik von Data Science auseinandergesetzt. Sie sind selbstständig in der Lage, Daten verschiedenen Datenarten und -kategorien zuzuordnen. Sie haben sich intensiv mit den Prozessschritten Datensammlung, Datenintegration, Datenspeicherung, Datenprozessierung, Datenanalyse und Datenpräsentation und Beispielen für Software-Anwendungen auseinandergesetzt und können grundlegende Schritte selbstständig anwenden. Sie können die organisationalen Herausforderungen für die Nutzung von Big Data im Gesundheitswesen kritisch beurteilen und kennen Möglichkeiten ihnen zu begegnen.

Die Studierenden kennen die verschiedenen Dimensionen einer üblichen Krankenhaus-IT-Landschaft und sind sich dabei insbesondere der Schnittstellenproblematik bewusst.

Die Lernenden haben sich mit dem E-Health-Gesetz und dem darin beschriebenen 5-stufigen Ausbau befasst und sind in der Lage verschiedene Anwendungsmöglichkeiten, z.B. die elektronische Patientenakte, sowie deren Chancen und Risiken zu hinterfragen und kritisch zu beurteilen. Die Lernenden haben neue, sich durch die Vernetzung ergebende Geschäftsmodelle entwickelt.

Auf Basis ihrer Erkenntnisse können die Studierenden das aktuelle E-Healthgesetz kritisch analysieren und Ideen für ein E-Healthgesetz 2.0 entwickeln.

Die Lernenden kennen das IT-Sicherheitsgesetz und sind können Risiken, denen Krankenhäuser im IT-Bereich unterliegen, erkennen.

Die Studierenden sind mit dem Begriff der „Digitalisierung“ und ihrer Auswirkungen auf den Gesundheitsbereich, insbesondere auch auf ihren eigenen Arbeitsplatz vertraut. Sie kennen den Begriff „Einkauf 4.0“, können digitale Trends und deren Auswirkungen auf Einkauf und Logistik erläutern, können den Reifegrad ihrer eigenen Organisation einschätzen und Strategien zur weiteren Digitalisierung entwickeln.

Die Studierenden haben selbst Erfahrungen mit Augmented und Virtual Reality-Anwendungen für den Gesundheitsbereich gemacht.

Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schupp, F und Wöhner, H. (2017): Digitalisierung im Einkauf
- Kleemann, F.C. und Glas, A.H. (2017): Einkauf 4.0
- Andelfinger, V.P. und Hänisch, T. (Hrsg.) (2016): eHealth
- Dorschel, J. (Hrsg.) (2015): Praxishandbuch Big Data
- BITKOM e.V. (2012): Big Data im Praxiseinsatz – Szenarien, Beispiele, Effekte
- Bundesgesetzblatt Jahrgang 2015 Teil I Nr. 54: Gesetz für sichere digitale Kommunikation und Anwendungen im Gesundheitswesen sowie zur Änderung weiterer Gesetze
- Bundesgesetzblatt Jahrgang 2015 Teil I Nr. 31: Gesetz zur Erhöhung der Sicherheit informationstechnischer Systeme (IT-Sicherheitsgesetz)

OHF-27 | Management von Sach- und Prozesskosten Healthcare

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-27
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Management von Sach- und Prozesskosten Healthcare
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Harvard-Konzept der Wertschöpfung im Gesundheitswesen ▪ Porters Wertschöpfungskonzept, Porters 5 Forces ▪ Prinzipien einer werte-basierten Gesundheitsversorgung ▪ Outcome Measures-Hierarchie ▪ Agilität vs. Lean im Gesundheitsbereich ▪ InEK Strukturkostenanalyse ▪ KHSG ▪ Methoden der Sachkostensteuerung in Krankenhäusern
--

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden sind sich des Spannungsfelds im Gesundheitswesen zwischen den Kernpunkten Einkünfte und Kosten, dem Nutzen für Stakeholder wie Patienten, die Versorgenden im Gesundheitsbereich und das Gesundheitssystem sowie den Einflüssen auf die Gesellschaft (sozioökonomische Auswirkungen, Innovation und Nachhaltigkeit) bewusst.</p> <p>Die Lernenden sind vertraut mit Porters Wertschöpfungskonzept, seinen 5 Forces sowie seiner Strategiebetrachtungen und können diese Konzepte selbständig auf den Gesundheitsmarkt übertragen und anwenden.</p>

Die Studierenden haben das Verständnis für die Prinzipien einer werte-basierten Gesundheitsversorgung entwickelt und das deutsche Gesundheitssystem dahingehend hinterfragen und konstruktiv kritisieren.

Die Studierenden kennen die Bedeutung der Begriffe „Outcome“ und „Kosten“ im Krankenhaus können verschiedene Konzepte zur Messung dieser Parameter erläutern und anwenden.

Die Lernenden sind sensibilisiert für Möglichkeiten der Kostensenkung im Gesundheitsbereich, insbesondere in einem wertschöpfungsorientierten Einkauf und sind in der Lage selbständig Potentiale für Kostensenkungen zu entdecken und zu beurteilen.

Die Lernenden haben verschiedene operative und strategische Instrumente des Einkaufs-Controllings kennengelernt und sind in der Lage diese selbstständig einzusetzen und kritisch zu reflektieren.

Die Studierenden können den Begriff der Agilität im Gesundheitswesen erläutern und können ihn von dem Begriff der Effizienz (Lean) abgrenzen. Sie sind diskussionsfähig bei den Entwicklungen im Einkauf im Krankenhaus („Einkauf 4.0“), aber ebenso in der Industrie („Industrie 4.0“), können diese Erkenntnisse selbständig auf ihren Arbeitsplatz übertragen und sind bereit für die dort stattfindenden schnellen Veränderungen.

Die Studierenden kennen die Strukturkostenanalyse auf InEK-Basis und können die wichtigsten Kennzahlen des Krankenhaus-Controllings erläutern. Sie verstehen das Krankenhausstrukturgesetz und kennen insbesondere die Bedeutung des Fixkostendegressionsabschlags für Krankenhäuser. Sie haben Ansatzpunkte und Methoden der Sachkostensteuerung im Krankenhaus kennengelernt.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schlüchtermann, J. (2016): Betriebswirtschaft und Management im Krankenhaus
- Hesse, S. et al. (2014): Benchmarking im Krankenhaus – Controlling auf der Basis von InEK-Kostendaten
- Zapp, W. und Ahrens, J. (Hrsg.) (2017): Von der Prozess-Analyse zum Prozess-Controlling
- Bundesgesetzblatt Jahrgang 2015 Teil I Nr. 51: Gesetz zur Reform der Strukturen der Krankenhausversorgung (Krankenhausstrukturgesetz – KHSG)

OHF-28 | PR, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit Healthcare

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-28
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	PR, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit Healthcare
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reputationsmanagement im Krankenhaus ▪ Veränderungen der Medienlandschaft ▪ Methoden zur Analyse der Wahrnehmung von Kliniken bei Stakeholdern ▪ Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit ▪ Krisenkommunikation, rechtliche und moralisch-ethische Aspekte des Krisenfalls im Krankenhaus
--

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden kennen den Begriff des „Reputationsmanagements“ im Bereich des Gesundheitswesens und insbesondere im Bereich Kliniken. Sie sind sensibilisiert für die herausragende Bedeutung von Reputation und deren Kommunikation im Gesundheitsbereich, sei es z.B. im Hinblick auf den Wettbewerb um Patienten als entscheidender Erlösfaktor oder im Hinblick auf die Rekrutierung von Personal in Zeiten des Fachkräftemangels. Sie haben die Besonderheiten des Bereichs analysiert und sind selbständig in der Lage das Konzept im Hinblick auf andere Branchen anzupassen.</p> <p>Die Studierenden haben durch eine Journalistin aus dem Gesundheitsbereich Einblicke aus erster Hand in ihre tägliche Arbeit gewonnen. Die Lernenden haben mit ihr die rasanten Veränderungen im Medienbereich</p>

diskutiert und können beurteilen, wie neue (sozialer) Medien und ihre rasante Entwicklung sich auf den Gesundheitsbereich auswirken.

Die Studierenden haben ein Verständnis für die Bedeutung von Marketing für Krankenhäuser in der Zeit von wettbewerbsorientierten Märkten auch im Kliniksektor entwickelt. Sie können verschiedene Methoden zur Analyse der aktuellen Wahrnehmung eines Krankenhauses bei Stakeholdern beschreiben und Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit von Kliniken erläutern und deren Anwendung anhand von realen Beispielen kritisch analysieren.

Die Studierenden haben anhand der Erarbeitung eines Anforderungsprofils für einen PR-Profi im Gesundheitsbereich Verständnis für die notwendigen vielfältigen Hard und Soft Skills entwickelt.

Die Studierenden haben sich intensiv mit dem Thema Krisenkommunikation im Krankenhaus auseinandergesetzt. Sie haben anhand von tatsächlichen Vorfällen verschiedene Möglichkeiten eines adäquaten kommunikativen Vorgehens erarbeitet und in der Gruppe diskutiert. Anhand der Reflexion des tatsächlichen Vorgehens der entsprechenden Kliniken haben sie ihre eigenen Vorschläge weiterentwickelt bzw. ihre vorgeschlagene Vorgehensweise argumentativ verteidigt. Sie sind zukünftig daher in der Lage Krisenkommunikation konstruktiv zu kritisieren.

Mithilfe eines Medientrainers haben die Studierenden Kriseninterviews zu verschiedenen Szenarien geübt, ihr Verhalten reflektiert und sind selbständig in der Lage sich im Umgang mit Journalisten im Krisenfall adäquat zu verhalten.

Die Lernenden haben neben den rechtlichen Aspekten auch die moralisch-ethische Ebene von Krisenfällen im Gesundheitswesen und einem verantwortungsvollen Vorgehen vertieft.

Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld der Öffentlichkeitsarbeit selbstständig einzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schmeling, D. und Hoffmann, S. (2017): Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Krankenhaus
- Papenhoff, M. und Platzköster, C. (2010): Marketing für Krankenhäuser und Reha-Kliniken
- Schäfer, R. (2015): Erfolgreiche PR-Arbeit für Krankenhäuser

OHF-29 | Qualitätsmanagement und Evidenz: Produkte, Prozesse und Therapien

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-29
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Qualitätsmanagement und Evidenz: Produkte, Prozesse und Therapien
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualität und Qualitätsmanagement ▪ Ziele und Nutzen, Grenzen und Limitationen von QM und RM ▪ Rechtliche Grundlagen für QM und RM im Gesundheitsbereich ▪ Aufbau und Komponenten von QM- und RM-Systemen ▪ Methoden und Instrumente der Qualitätsmessung und -bewertung, der Qualitätsverbesserung sowie des Beschwerdemanagements im Krankenhaus ▪ Zertifizierung des Qualitätsmanagements sowie der externen Qualitätsevaluation von Krankenhäusern ▪ Leitlinien und Qualitätsstandards zur Versorgungsqualität und der Patientensicherheit, ▪ Evidenz und Evidenzbasierte Medizin

3. Qualifikationsziele

<p>Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):</p> <p>Die Studierenden vertiefen ihr Verständnis für die Bedeutung von Qualität, Qualitätsmanagement und Risikomanagement im Gesundheitswesen, indem Sie verschiedene Praxisfälle analysieren und diskutieren und sie verstehen QM nicht zuletzt als ein entscheidendes Instrument der Unternehmensführung. Sie haben insbesondere ein detailliertes Verständnis für die diversen Komponenten, die die Qualitätswahrnehmung des Patienten im Krankenhaus – also des Kunden – beeinflussen, entwickelt.</p>
--

Die Lernenden kennen und verstehen Ziele und Nutzen in ihrer Tiefe, aber auch Grenzen und Limitationen von Qualitäts- und Risikomanagement und können diese auf den Alltag übertragen und konstruktiv kritisieren.

Die Studierenden vertiefen ihr Verständnis von rechtlichen Grundlagen für Qualitäts- und Risikomanagement im Gesundheitsbereich und das Zusammenwirken von IQWiG, Gemeinsamer Bundesausschuss, IQTIG und BMG.

Die Lernenden verstehen den Aufbau und die Komponenten von Qualitäts- und Risikomanagementsystemen im Krankenhaus. Sie kennen insbesondere Methoden und Instrumente der Qualitätsmessung und -bewertung, der Qualitätsverbesserung sowie des Beschwerdemanagements im Krankenhaus. Dies erlaubt Ihnen QM- und RM-Systeme in ihren eigenen Unternehmen zu analysieren, konstruktiv zu kritisieren und Ideen für Verbesserungen zu entwickeln.

Die Lernenden kennen verschiedene Möglichkeiten der Zertifizierung des Qualitätsmanagements sowie der externen Qualitätsevaluation von Krankenhäusern.

Die Studierenden haben vertiefend sich mit Leitlinien und Qualitätsstandards zur Versorgungsqualität und der Patientensicherheit befasst. Sie haben sich in diesem Zusammenhang insbesondere mit den Begriffen Evidenz und evidenz-basierte Medizin auseinandergesetzt und kennen die verschiedenen Evidenzklassen und ihre Kriterien. Sie haben sich mit der dahinterliegenden wissenschaftlichen Methodik auseinandergesetzt, verschiedene Cases und Beispielstudien analysiert, diskutiert und hinsichtlich ihrer Nutzbarkeit für die Einstufung in Evidenzklassen bewertet. Sie verstehen die Bedeutung evidenz-basierter Medizin im größeren Zusammenhang von QM.

Die Lernenden können die Erkenntnisse auf ihre eigene Branche übertragen, die QM und RM-Richtlinien ihrer eigenen Unternehmen kritisch analysieren und hinterfragen und so Ideen und Verbesserungsvorschläge für ihr Unternehmen entwickeln.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Hensen, P. (2016): Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen
- Juntsche, P. und Börchers, K. (2017): Qualitäts- und Risikomanagement im Gesundheitswesen
- Göbel, D. (2013): Qualitätsmanagement im Krankenhaus
- Harer, J. (2018): Anforderungen an Medizinprodukte: Leitfaden für Hersteller und Zulieferer
- Normenreihe DIN EN ISO 9000:2000
- §§135, 136, 137 SGB V

OHF-30 | Prozessorientierte Logistik

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-30
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Prozessorientierte Logistik
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Konzeption der Logistik in der Fabrik der Zukunft (nach Jünemann) • Institutionalisierte Zielkonflikte in einer funktionalen Unternehmung • Die unternehmerische Marktleistung • Das schlanke Unternehmen und die Wirkungsweise der Logistik (Effizienz/Effektivität) • Was ist Logistik/Begriffe und Definitionen • Funktionsnutzen eines Produktes/einer Leistung versus Kundennutzen • Bedeutung der Logistik im heutigen Umfeld • Verbesserungsansätze entlang der logistischen Kette • Beispiele von Logistikprojekten

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Sie sind selbständig in der Lage, Methoden des Prozessmanagements so anzuwenden und die Logistik so zu gestalten, dass sie unter Wettbewerbsbedingungen effizient ablaufen kann.

Die Studierenden können beurteilen, wo in gesättigten Märkten das Differenzierungspotential durch Produkte kleiner wird und sind in der Lage, durch die Gestaltung einer leistungsfähigen und schlanken (d.h. prozessorientierte) Logistik Kundennutzen zu generieren.

Sie erkennen die Logistik als Querschnittsfunktion im Unternehmen und können alle Funktionen einer Unternehmung im Hinblick auf deren Logistikbelange beurteilen.

Die Studierenden können die aktuelle Bedeutung und Rolle der Logistik erklären, verstehen eine funktionale Organisationsstruktur und die Querschnittsfunktion der Logistik, und können die Wirkungsweise der Logistikfunktion im Unternehmen hinterfragen, anwenden, erklären.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Ehrmann Harald: Logistik 2012, ISBN 3-470-47591-1
- ELA Survey Towards the 21st century
- Baumgarten H. / TU Berlin und BVL: Diverse Trendstudien

OHF-31 | Unternehmung, Führung und Organisation in der Logistik

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-31
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Unternehmung, Führung und Organisation in der Logistik
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Übersicht bezüglich Strategischer Führung • Übersicht bezüglich Aufbau und Inhalt einer Mittelfristplanung • Vertiefung des Teilaspektes Logistikstrategie • Strategisches Controlling, Kennzahlen-Systeme in der Logistik • Führungsstile und Eignung derselben in unterschiedlichen unternehmerischen Situationen • Führung als Regelkreis, Management by Objectives • Struktur und Aufbau eines Management Informationssystem
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden können eigenständig mit der Managementaufgabe der strategischen Planung umgehen. Sie haben ein vertieftes Bewusstsein dafür, welche Bedeutung der strategischen Planung durch die verschärften Wettbewerbsbedingungen einerseits und die größere unternehmensinterne Komplexität andererseits zur praktischen Notwendigkeit aller Firmen geworden ist.

Die Studierenden sind selbständig in der Lage, die Elemente der strategischen Führung anzuwenden und kennen die Inhalte einer Mittelfristplanung, insbesondere die Elemente aus dem Bereich Logistik.

Die Studierenden sind in der Lage, das Gelernte selbständig in Bezug auf die Logistik anzuwenden, d.h. eine Logistikstrategie zu entwickeln und ein Analyse-Werkzeug bezüglich Leistungsgrad der Logistik zu formulieren (Kennzahlensystem).

Die Studierenden beherrschen die entsprechenden Führungskompetenzen im Unternehmen und schaffen damit die Voraussetzung für die autonome und kompetente Umsetzung von Strategien.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Führen – Fördern – Coachen, wie man Mitarbeiter zum Erfolg führt, Michael F. Petz Verlag Überreuter 1997, ISBN 3-7064-0316-1
- Henry Mintzberg, Strategy Safari, Eine Reise durch die Wildnis des strategischen Managements 2005 ISBN 978-3-636-01329-3
- Peter F. Drucker, Die Praxis des Managements 1998, ISBN 3-430-12234-1
- Peter F. Drucker, Alles über Management 2007, ISBN 978-3-636-01447-4

OHF-32 | Distributionslogistik

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-32
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Distributionslogistik
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Distribution und Logistik • Bestände und ihre Einflussfaktoren • Logistikkosten und Distributionskosten • Distributionslogistik in der logistischen Kette • Bestandsgesteuerte und bedarfsgesteuerte Disposition • Deterministische und stochastische Disposition oder • Push und Pull • ABC- und XYZ-Verteilung • Modelle der Distributionslogistik • Distributionslogistik im Auftragsabwicklungsprozess • Just in Time • Just in Sequence • E-Business in der Distributionslogistik • Logistiknetzwerke • Ladungsverkehr und Teilladungsverkehr • Transportnetzwerk für Stückgutverkehr • Standortplanung • Transportlogistik • Transportleistung
--

- Nationale, kontinentale und interkontinentale Transporte
- Energieverbrauch und CO -Emissionen
- Postfossile Logistik
- Elektromobile Logistik

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden sind mit den Grundlagen der modernen Distributionslogistik in ihrer Tiefe vertraut und verstehen die Bedeutung eines effektiven und effizienten Einsatzes von Transportmitteln, der optimalen Auswahl von Standorten für Produktion und Lagerung und beherrschen die grundlegenden quantitativen Methoden, um die richtigen Transportmittel und die optimalen Standorte zu berechnen.

Sie haben vertiefte Kenntnis über die grundlegenden Konzepte der Warendisposition, wie Push-, Pull-, Just-In-Time und Just-In-Sequence und können diese erläutern und vergleichen.

Die Studierenden sind in der Lage, die entsprechenden Aufgaben in der Sprache der semi-infiniten linearen Optimierung zu formulieren und so für die informationstechnische Aufarbeitung vorzubereiten.

Darüber kennen sie moderne Konzepte der Transportlogistik, die insbesondere auch nachhaltige, postfossile Ansätze einschließen. Die Studierenden haben ein Bewusstsein dafür, dass eine ökologisch und ökonomisch nachhaltige Logistik verschiedene Ansätze verlangt, je nachdem, ob die Transportprozesse interkontinental, kontinental oder lokal organisiert werden. Sie kennen insbesondere die Möglichkeiten der Elektromobilität.

Die Studierenden stellen Überlegungen zur Organisation eines Logistikhubs an, die gemischte LKW-Flotten, die zum Teil dieselbetrieben, zum Teil elektrisch betrieben sind. Sie sind in der Lage, Teilladungsverkehre in Speditionsverbänden effizient zu organisieren. Zu Lösung beider Aufgabenstellungen können sie die erforderlichen internetbasierte IT-Plattformen nutzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Domschke, Wolfgang: Logistik: Transport – Grundlagen, lineare Transport- und Umladeprobleme. München 2007
- Domschke, Wolfgang; Scholl, Armin: Logistik: Rundreisen und Touren. München 2010
- Gudehus, Timm: Logistik 1: Grundlagen, Verfahren und Strategien, Berlin 2012
- Gudehus, Timm: Logistik 2: Netzwerke, Systeme und Lieferketten, Berlin 2012
- Koether, Reinhard: Distributionslogistik – Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, Berlin 2014
- Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendung. Hallbergmoss 2015.

OHF-33 | Produktion/Leistungserstellung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-33
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Produktion/Leistungserstellung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Einordnung der Produktion im Unternehmen und im Prozess der Leistungserstellung • Logistische Aufgaben und Funktionen in der Produktion • Begriffe: Produktion, Leistungserstellung, Leanproduktion, KVP, etc. • Auftrags-, Plan- und Verbrauchssteuerung • Organisationsformen in der Produktion • Kennzahlen der Produktion • Trends • Grundsätze der Planung und Steuerung • Programm-, Mengen-, Termin-, Kapazitäts-, Material- (Kosten)-planung • MRP / MRP II, inkl. Unterschied • BOA, Fortschrittszahlen • Einfluss Durchlaufzeit (DLZ), Losgrößen (LG) und Rüstzeiten • Plansteuerung • Bsp. Kanban, OPT • Unterschied Push/Pull

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Studierenden können auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse Kanban, OPT, BOA, Fortschrittszahlen, Programm-, Mengen-, Termin-, Kapazitäts-, Material- (Kosten)-planung einsetzen, kritisch hinterfragen und anwenden.

Die Studierenden können die klassische PPS (noch der 90%-Fall) beurteilen und neue Ansätze für das PPS (z.Z. der 5%-Fall) prognostizieren.

Sie sind selbständig in der Lage, die Einordnung der Produktion im Unternehmen und im Prozess der Leistungserstellung zu beurteilen und anzuwenden und damit selbständig eine zentrale Aufgabe der Unternehmensführung zu erfüllen.

Die Studierenden sind selbständig in der Lage, den Bezug der Logistik in der Produktion zur Logistik im Allgemeinen sowie den Stellenwert im Unternehmen herzustellen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Ehrmann Harald: Logistik 1997, ISBN 3-470-47591-1 S-21 - 66
- Heinz Isermann 1998: Gestaltung von Logistiksystemen
- E.M. Goldratt und J. Cox 2002: Das Ziel

OHF-34 | Beschaffung und Beschaffungsmarkt

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF-34
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Beschaffung und Beschaffungsmarkt
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen/interne Zielgruppen moderner Personaladministration • Überblick verschiedener Aufgabenbereiche in der Personaladministration • Herausforderungen internationaler Personaladministration • HR Offshoring und HR Outsourcing: Chancen & Risiken, Best Practice & Grenzen, praktische Umsetzung • Qualitätsmanagement in der Personalverwaltung • Ziele & Zielgruppen des unternehmensinternen Personalcontrollings • Qualitatives vs Quantitatives Personalcontrolling; operatives vs strategisches Personalcontrolling • Methoden des Personalcontrollings • Möglichkeiten der Softwareunterstützung für die Personalarbeit (z.B. durch SAP HR) • Entwicklung eines Anforderungsprofils für ein Personalinformationssystem (HRIS) in einem international tätigen Unternehmen • Projektplan für die Einführung eines HRIS • Aktuelle Trends HR Software Produkte (Cloud Computing, Software as a Service etc.)

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Die Absolventen haben ein tiefgehendes Verständnis der strategischen Bedeutung der Beschaffung, nennen mögliche Beschaffungsstrategien und zukünftige Beschaffungskonzepte und kennen das Vorgehen für die Erarbeitung einer Beschaffungsstrategie.

Die Studierenden sind mit den Grundlagen & Details des modernen Beschaffungsmanagements vertraut, kennen insbesondere die diesem zugrunde liegenden quantitativen Methoden wie Zeitreihenanalyse, lineare und nichtlineare Regression. Diese Methoden können sie selbständig auf die verschiedenen Modelle des Bestandsmanagement, das Bestellmengenmodell, Newsvendormodell sowie periodisches und kontinuierliches Bestandsmanagement anwenden

Die Studierenden sind in der Lage fundiert zu beurteilen, ob ein planerischer oder ein Kanban-Ansatz für die optimale Versorgung einer Produktion besser geeignet ist. Hierbei können die Studierenden auf die Ergebnisse des Moduls „Distributionslogistik“ zurückgreifen.

Zur Unterstützung der Bestandsplanung werden Simulationsmethoden vertieft behandelt. Als Tool wird hierfür die Software Dosimis des Herstellers SDZ GmbH verwendet. Die Studierenden können nach dem Besuch der Veranstaltung ein Modell mittlerer Komplexität einer Produktionsanlage aufbauen und es hinsichtlich ihrer Auslastung optimieren, insbesondere um Beschaffungsengpässe und Überläufe zu vermeiden.

Die Studierenden sind in der Lage, die entsprechenden Aufgaben mathematisch zu formulieren und verbessern ihre Einschätzungen, ob ein exakter, induktiver Ansatz oder ein simulativer Ansatz besser zur Lösung der betreffenden Probleme geeignet ist

Die vertieften Methoden und Konzepte aus diesem Modul werden im Rahmen des Transfergedankens auf die Unternehmenspraxis der Studierenden übertragen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Gudehus, Timm: Logistik 1: Grundlagen, Verfahren und Strategien, Berlin 2012
- Gudehus, Timm: Logistik 2: Netzwerke, Systeme und Lieferketten, Berlin 2012
- Large, Rudolf: Strategisches Beschaffungsmanagement. Eine praxisorientierte Einführung mit Fallstudien. Berlin 2013
- Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendung. Hallbergmoss 2015.

OHF-35 | New Work – Zukunft der Arbeit

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF - 35
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	New Work – Zukunft der Arbeit
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Andreas Aulinger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Begriff und Verständnisweisen von New Work • Organisatorische und soziokulturelle Anforderungen an New Work • Anforderungen an eine wirksame Implementierung von New Work • Veränderungen der Arbeitswelt durch Digitalisierung • Veränderung von Beschäftigungsverhältnissen durch Digitalisierung • Gesellschaftliche Veränderungen durch New Work und neue Beschäftigungsverhältnisse

3. Qualifikationsziele

<p>Die Studierenden können erläutern, was unter New Work zu verstehen ist und welche Bedeutung diese veränderte Form des Arbeitens gegenwärtig und zukünftig für Unternehmen hat bzw. haben wird. Sie können die wesentlichen Anforderungen an eine wirksame Implementierung von New Work erläutern und praktische Beispiele einer solchen Implementierung konstruktiv-kritisch reflektieren. Sie kennen Prognosen über die Auswirkungen von New Work und Digitalisierung auf Beschäftigungsverhältnisse und können reflektieren, welche Veränderungen sich daraus auf gesamtgesellschaftlicher Ebene ergeben können. Dabei sind sie in der Lage, verschiedene Ebenen von Gesellschaft (Individuum, soziale Netzwerke und Gesamtgesellschaft) separat zu betrachten.</p>
--

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Brommer, D./Hockling, S./Leopold, A. (2019)(Hrsg.): Faszination New Work: 50 Impulse für die neue Arbeitswelt. Springer, Wiesbaden.
- Geoffrey M. Hodgson (2016): The Future of Work in the Twenty-First Century, in: Journal of Economic Issues, Vol. L, No. 1 March 2016, S. 197-216
- Werther, S./Bruckner, L (2018) (Hrsg.): Arbeit 4.0 aktiv gestalten: Die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung. Springer, Wiesbaden.
- Wörwag et.al (2020): Human Digital Work – Eine Utopie?: Erkenntnisse aus Forschung und Praxis zur digitalen Transformation der Arbeit, Springer-Gabler, Wiesbaden

OHF-36 | Organisationsberatung, Organisationsentwicklung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF - 36
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Organisationsberatung, Organisationsentwicklung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Beratung von Individuen: Coaching • Beratung von Gruppen: Gruppendynamik • Kollegiale Beratung • Beratung und die Entwicklung von Gruppen • Beratung und strukturelle Gegebenheiten • Beratung von Organisationen • Management-Beratung • Lean Management Consulting • Prozessberatung • Systemische Beratung
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden haben sich mit den unterschiedlichen Coaching-Ansätzen beschäftigt und können auf dieser Grundlage die Stärken und Schwächen der Ansätze zum Individual-Coaching zu benennen. Sie sind durch die Aneignung dieses Wissens auch dazu fähig zu entscheiden, für welchen Zweck welcher Coaching-Ansatz gewählt werden sollte. Weiter haben die Studierenden durch praktische Übungen gelernt, zwischen den unterschiedlichen Schritten im Coaching-Prozess zu unterscheiden. Besonders haben die Studierenden die Relevanz des richtigen Einsatzes von Fragetechniken im Coaching gelernt.

Neben den Kenntnissen zum Individual-Coaching lernen die Studierenden auch die unterschiedlichen Ansätze, Einflussfaktoren und Herausforderungen kennen, die bei der Beratung von Gruppen / Teams beachtet werden müssen. Die Wirkungsmechanismen in Beratungsprozessen mit / für Gruppen, die wesentlich auf Formen der Gruppendynamik zurückzuführen sind, werden durch Übungen verdeutlicht und damit die Kompetenz zum Umgang mit diesen Phänomenen geschult.

In der dritten Entwicklungsstufe lernen die Studierenden, welche Beratungs-Ansätze und Prozesse in der Organisationsberatung genutzt werden können bzw. beachtet werden müssen. Da es auf diesem Feld eine große Zahl unterschiedlicher Beratungsansätze gibt, wird den Studierenden eine begründete Auswahl (Aktualität, Verbreitung, Wirkungsforschung) vermittelt und die Kompetenz gefördert, die Auswahl und den Umgang mit diesen organisatorischen Beratungs-Ansätzen kritisch zu begleiten bzw. zu betreiben.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- 'Austin, J.R., & Bartunek, J. M. (2003). Theories and Practices of Organizational development. In W.C. Bormanm, D. Ilgen & R.J. Klimoski (Eds.), Handbook of Psychology, V. 12, Industrial & Organizational Psychology (p. 309-332). New York: Wiley
- 'Harrison, M.I. (2005). Diagnosing Organizations: Methods, Models, and Processes. Thousands Oaks: SagePublications.
- Schein, Edgar H. (2017): A General Philosophy of Helping: Process Consultation. Sloan Management Review; Spring 1990; 31, 3; ProQuest Central pg. 57http://www.consejeria.net/uploads/2/8/6/5/2865617/a_general_philosophy_of_helping-process_consultation.pdf (June 2017)

OHF-37 | Psychologische Aspekte der Veränderung in Organisationen

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF - 37
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Psychologische Aspekte der Veränderung in Organisationen
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Definitionen: Veränderungen in Organisationen, Transformationsformen von Organisationen • Einflussfaktoren auf Veränderungen in Organisationen: Psychologische Aspekte der Gruppe, strukturelle Aspekte der Organisation • Einflussfaktoren auf Veränderungen in Organisationen: Psychologische Aspekte des Individuums • Elemente erfolgreicher Veränderungsprozesse in Organisationen • Instrumente für erfolgreiches Veränderungsmanagement: Analyseinstrumente, Interventionsformen und -formate, Evaluationsmethoden

3. Qualifikationsziele

<p>Die Studierenden sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • kontinuierliche Transformationsprozesse zu erkennen und von periodischen Veränderungsprozessen zu differenzieren • Faktoren zu benennen und kritisch zu reflektieren, die aus Perspektive des Unternehmens, der Gruppe bzw. des Individuums Veränderungsprozesse auslösen, moderieren, beeinflussen/ inhibieren • Situationskriterien zu identifizieren, die vor Beginn einer Veränderungsmaßnahme bei erfolgreichen bzw. weniger erfolgreichen Firmen prädiktiv für den Veränderungserfolg sind. • Schlüsselfaktoren zu identifizieren, die in Veränderungsprozessen unerlässlich sind, sowie Konsequenzen zu beschreiben, die aus dem Fehlen einzelner Faktoren resultieren.

- Veränderungsprozesse auch vor dem Hintergrund der Organisationsform/Branche/Eigentümerstruktur zu beschreiben und notwendige Aktivitäten in Abhängigkeit der Organisationsform/Branche/Eigentümerstruktur auszuwählen.
- klassische psychologische Theorien und Modelle, wie z.B. Feldtheorie (Lewin), Psychologische Reaktanz (Brehm), Adaption (Nelson & Meyvis), zu beschreiben und anwendungsorientierte Ableitungen für Veränderungsprozesse in Unternehmen zu ziehen.
- klassische Prozesse der Traumabewältigung zu verstehen und auf Veränderungsprozesse in Unternehmen zu beziehen.
- Maßnahmen zu beschreiben, die in der Analysephase eines Veränderungsprozesses (bzw. in der Analyse des Status einer Veränderung), zur Unterstützung der Veränderung (Intervention) und in der Analyse der Ergebnisse (bzw. der Analyse des jeweiligen Return on Change) möglich und notwendig sein können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Burnes, B. (2004) *Managing Change: A Strategic Approach to Organisational Dynamics*, 4th edn (Harlow: Prentice Hall).
- Moran, J. W. and Brightman, B. K. (2001) 'Leading organizational change', *Career Development International*, 6(2), pp. 111–118.
- Kihlstrom, John F. (2016). <http://socrates.berkeley.edu/~kihlstrm/PxSInteraction.htm> University of Berkeley, California.
- Lewin, K. (1939/1951). Field theory and experiment in social psychology: Concepts and methods. In K. Lewin (Ed.), *Field theory in social science* (pp. 130-154). New York: Harper & Row.
- Brehm, J.W. (1966). *A theory of psychological reactance*. New York: Academic Press.
- Brehm, S.S., Brehm, J.W. (1981). *Psychological Reactance*, New York: Academic Press, 1981, S. 60.
- Colquitt, J.A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. *Journal of Applied Psychology*, 86, 386-400.
- Nelson, L., Meyvis, T. (2008). Interrupted Consumption: Adaptation and the Disruption of Hedonic Experience. *Journal of Marketing Research* 45: 654-664.
- Streich, R. K.: *Veränderungsmanagement*, in: *Change-Management, Programme, Projekte und Prozesse*, Stuttgart 1997
- Bowers, D. G. & Hausser, D. L. (1977). Work group types and intervention effects in organization development. *Administrative Science Quarterly*, 22, 76-94).
- Gebert, D. (1976). *Zur Erarbeitung und Einführung einer neuen Führungskonzeption: Theorie und Empirie*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Locke, R. (2007). Beyond Corporate Codes of Conduct: Work Organization and Labour Standards at Nike's Suppliers. In: *International Labour Review* 146, Nr. 1-2: 21-40.
- Birdi, K. (2008). The Impact of Human Resource and Operational Management Practices on Company Productivity. A Longitudinal Study. In: *Personnel Psychology* 61: 467-501.

OHF-38 | Psychologische Aspekte der Führung in Organisationen

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	OHF - 38
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Psychologische Aspekte der Führung in Organisationen
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Kategorien, Herausforderungen und Ansätze der Führung • Psychologische Aspekte in der Führung von Individuen, Teams und Organisationen • Sieben Mindsets und Praktiken der Führung

3. Qualifikationsziele

<p>Studierende können die wesentlichen Funktionen der operativen und strategischen Führung benennen. Sie haben nachvollzogen und kritisch reflektiert, mit welchen wesentlichen Herausforderungen Führungskräfte – besonders aus psychologischer Sicht – heute und in absehbarer Zukunft konfrontiert werden.</p> <p>Insbesondere haben die ein differenziertes Verständnis entwickelt, welche psychologischen Zusammenhänge die Führung von Individuen, Team und der Organisation beeinflussen. Über die Entwicklung des Verständnisses dieser Zusammenhänge hinaus haben die Studierenden gelernt, Verfahren und Tools zu nutzen, um ausgewählte psychologische Wirkungszusammenhänge in der Führung gezielt bearbeiten zu können.</p>
--

Schließlich haben sie über die Beschäftigung mit den „Sieben Mindsets und Praktiken der Führung“ ein ganzheitliches Bild darüber entwickelt, in welchen Performancebereichen der Führung auch psychologische Aspekte zur Wirkung kommen und wie Führungskräfte mit diesen Wirkungszusammenhänge umgehen können, um effektiv und zeitgemäß zu handeln.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Ananthram, S./Chatterjee, S. R. (2004): The Challenge of Global Mindset Development for Managers: Towards a New Framework for Empirical Tool Building, Working Paper 2004-3, School of Management, Curtin University of Technology
- Drucker, P. F. (2006). The effective executive. Collins.
- Drucker, P. F. (2007). Management challenges for the 21st century. Butterworth-Heinemann.
- 'Drucker, P. F.: What Makes an Effective Executive. In: HBR'S The 10 Must Reads on Leadership, Harvard Business Review, 35-48
- Drucker, P.F. (2005): Managing Oneself. In: Harvard Business Review, January, 2005, 1-12
- Gosling, J./Mintzberg, H. (2004): Die fünf Welten eines Managers, in: Harvard Business Manager, April 2004, S. 46-59
- 'Hill, L. & Lineback, K. (2011): Being the Boss. The 3 Imperatives for Becoming a Great Leader, Harvard Business Review Press
- Hill, L. A. (2003): Becoming a Manager. How New Managers Master the Challenges of Leadership, Harvard Business School Press, Boston, 2. Auflage
- Kotter, J.P. (2007): Leading Change. Harvard Business Review Press
- Porter, M. E. (1996): What is Strategy?, in: Harvard Business Review, November/Dezember 1996
- Bateson, G.,: 'An Ecology of Mind', documentary by his daughter Nora Bateson, 2010.
- Comelli, G./von Rosenstiel, L. (1995): Führung durch Motivation: Mitarbeiter für Organisationsziele gewinnen, München
- 'Drucker, P. (2017). The Theory of the Business (Harvard Business Review Classics). Harvard Business Review Press.
- Mintzberg, H. (1996): Generic Business Strategies, in: Mintzberg, H./Quinn, J. B. (1996): Reading in the Strategy Process, 3rd ed., Upper Saddle River, New Jersey, S. 83-92
- Schein, E.H (1991): Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View, San Francisco
- Wunderer, R. (2003): Führung und Zusammenarbeit: Einer unternehmerischen Führungslehre, 5., überarbeitete Auflage, Stuttgart

MARKETING, MEDIA & COMMUNICATION – ADVANCED (MMC)

MMC-01 | Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Marketing, Media & Communication

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Marketing, Media & Communication
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Dr. Helmut Schneider

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Marketing, Media & Communication in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen. • Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Marketing, Media & Communication.

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben einen Überblick über unternehmerische und gesellschaftliche Themen, die ihre Vertiefungsrichtung Marketing, Media & Communication betreffen und die von Unternehmen gegenwärtig als besonders herausfordernd erlebt werden.
- Sie können den aktuellen, ggf. auch widersprüchlichen Forschungsstand zu diesen Herausforderungen darlegen und sind in der Lage, diesen kritisch zu reflektieren und um eigene Lösungsansätze zu erweitern.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die Vertiefungsrichtung Marketing, Media & Communication jeweils aus aktuellen wissenschaftlichen und angewandt wissenschaftlichen Journals sowie aus weiteren aktuellen Medien ausgewählt.

MMC-02 | Strategisches Medienmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategisches Medienmanagement
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Media Markets & Management • Mediennutzung und Rezeption im digitalen Zeitalter
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann besucht werden, ohne zuvor andere Module zu absolvieren.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Media Markets & Management**1. Inhalt**

- Einführung: Was ist Strategie?
- Grundlagen des Medienmanagement
- Konzepte des strategischen Medienmanagements
- Fallbeispiele

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Modelle des strategischen Managements detailliert im Unternehmen anzuwenden sind.
- die Geschichte und Entwicklung des Medienmanagements in ihrer Tiefe nachvollziehen.
- eigenständig mit erweitertem Wissen über wesentliche Medienmärkte und Geschäftsmodelle im eigenen Unternehmenskontext umgehen.
- die Wirkungen einer Internationalisierung aus Sicht des strategischen Managements prognostizieren und selbständig in der Lage deren Anwendbarkeit im Unternehmen zu prüfen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Zydorek, C. (2018): Grundlagen der Medienwirtschaft - Algorithmen und Medienmanagement. Springer Gabler.
 - Wirtz, B.W. (2016): Medien- und Internetmanagement. Springer Gabler, 9. Auflage.
 - Keuper, F. (2001): Strategisches Management – Eine Einführung. München und Wien.
 - Digital Transformation Playbook (2017): Rethink Your Business for the Digital Age. Columbia Business School Publishing.
- Weitere Literatur wird zu Seminarbeginn angekündigt.

MODULTEIL 2: Mediennutzung und Rezeption im digitalen Zeitalter**1. Inhalt**

- Medientechnologien und Nutzer
- Medienangebote
- Mediennutzung
- Medienrezeption

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle der Mediennutzung entstanden sind.
- eigenständig wesentliche Mediennutzungstheorien und deren Bestandteile anwenden sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- die Grundlagen der Rezeptionsforschung selbständig auf ihre konkrete Anwendbarkeit im speziellen Praxiskontext prüfen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Bilandzic, H. et.al. (2015): Medienrezeptionsforschung. UTB.
 - Bonfadelli, H. / Friemel T. N. (2017): Medienwirkungsforschung. 6. Auflage, UTB.
 - Trepte, S. et. al. (2012): Grundriss der Psychologie: Medienpsychologie.
 - Burkart, R. (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau UTB.
- Weitere Literatur wird zu Seminarbeginn angekündigt.

MMC-03 | B2B & Dienstleistungsmarketing

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	B2B & Dienstleistungsmarketing
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • B2B Marketing • Dienstleistungsmarketing
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: B2B Marketing

1. Inhalt

- Grundlagen des Industriegütermarketings
- Perspektiven des Industriegütermarketings
- Industrielles Kaufverhalten
- Marketingmaßnahmen im Industriegütermarketing

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle des Industriegütermarketings detailliert anzuwenden sind.
- die Geschichte und Entwicklung des Industriegütermarketings und die Theorien konstruktiv kritisieren.
- eigenständig mit dem Konzept des Industriegütermarketings und dessen Bestandteilen sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- sich selbständig auf Herausforderungen des Industriegütermarketings einstellen.
- das Konzept des Industriegütermarketings und dessen Eigenschaften selbständig auf ihr Unternehmen bzw. Produkt übertragen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Backhaus, K., Voeth, M. (2014): Industriegütermarketing – Grundlagen des Business-to-Business-Marketings, 10. Auflage, München.
- Backhaus, K., Voeth, M. (Hrsg.) (2015): Handbuch Business-to-Business-Marketing – Grundlagen, Geschäftsmodelle, Instrumente des Industriegütermarketing, 2. Auflage, Wiesbaden.
- Godefroid, P., Pförtsch, W. A. (2008): Business-to-Business-Marketing, 4. Auflage, Ludwigshafen.
- Baumgarth, C. (Hrsg.) (2010): B-to-B-Markenführung, Wiesbaden.

MODULTEIL 2: Dienstleistungsmarketing

1. Inhalt

- Consumer Behavior in Services
- Segmentation and Positioning of Services
- Service Quality
- Customer Satisfaction and Loyalty
- Service Development and Design

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle des Dienstleistungsmarketings im Unternehmen anzuwenden sind.
- die Geschichte und Entwicklung des Dienstleistungsmarketings und die Theorien konstruktiv kritisieren.
- eigenständig mit den Prinzipien des Dienstleistungsmarketings und dessen Bestandteilen sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- die Wirkungen der Service Quality-Mechanismen prognostizieren und selbständig in der Lage diese im Unternehmen einzusetzen.
- das Konzept des Service Development and Design sowie mit Customer Satisfaction and Loyalty und dessen Eigenschaften selbständig auf sein Unternehmen bzw. Produkt übertragen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Meffert, H.; Bruhn, M.; Hadwich, K. (2015): Dienstleistungsmarketing, Grundlagen - Konzepte – Methoden. Springer Gabler, 8. Auflage, Wiesbaden.
- Gronroos, C. (2015): Service management and marketing. Wiley, 4. Auflage.
- Mann, T. (1998): Erfolgsfaktor Service. Strategisches Service Management im nationalen und internationalen Marketing, Wiesbaden.
- Hadwich, K. (2003): Beziehungsqualität im Relationship Marketing. Konzeption und empirische Analyse eines Wirkungsmodells, Wiesbaden.
- Hilke, W. (1989): Dienstleistungs-Marketing, Wiesbaden.

MMC-04 | Pricing & Marketing Controlling

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-04
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Pricing & Marketing Controlling
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Pricing • Marketing Controlling
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ralf Elsner

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Pricing

1. Inhalt

- Grundlagen der Preisbildung und Preisfindung
- Pricing-Strategien
- Zentrale Entscheidungsfelder der Preispolitik
- Problematik der Preisdurchsetzung
- Formen der Preis-Absatz-Funktion und deren Bedeutung für die Preisfindung
- Konzept der Preiselastizität der Nachfrage
- Verhaltenswissenschaftliche Konzepte der Preisinformationsaufnahme, -beurteilung und -speicherung
- Conjoint-Analyse

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- Kritisch beurteilen, wie die bekanntesten Strategien des Pricing im eigenen Unternehmen anzuwenden sind.
- Ein vertieftes Verständnis der Preis-Absatz-Funktion aufweisen und deren Bedeutung für die Preisfindung ableiten.
- eigenständig mit den Konzepten der Preisinformationsaufnahme, -beurteilung und -speicherung und deren Bestandteilen umgehen.
- das Konzept der Preiselastizität der Nachfrage und dessen Eigenschaften selbständig auf ihr Unternehmen bzw. Produkt übertragen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

4. Literatur

- Homburg, C. (2017): Marketingmanagement – Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. Wiesbaden, 6. Auflage.
- Simon, H., Fassnacht, M. (2016): Preismanagement: Strategie - Analyse - Entscheidung – Umsetzung. Wiesbaden, 4. Auflage.
- Pechtl, H. (2014): Preispolitik: Behavioral Pricing und Preissysteme. Stuttgart, 2. Auflage.
- Kopetzky, M. (2015): Preispsychologie: In vier Schritten zur optimierten Preisgestaltung. Wiesbaden.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R. (2015): Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung. Wiesbaden, 14. Auflage.

MODULTEIL 2: Marketing Controlling

1. Inhalt

- Grundsätze des Marketing Controllings
- Planungs-, Informations-, Analyse- und Steuerungsaufgaben
- Instrumente und Analysemethoden des Marketing Controllings
- Strategien zur Entscheidungsunterstützung und -findung in Marketing und Vertrieb
- Ansätze zur Sicherstellung der Marketingeffektivität und -effizienz
- Operatives Marketing-Controlling

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die Synergiepotenziale zwischen Marketing und Controlling im Sinne des integrierten Managementansatzes in ihrer Komplexität beurteilen.
- Strategien zur Entscheidungsunterstützung und -findung in Marketing und Vertrieb in den Kontext einer zielorientierten Planung, Steuerung und Kontrolle einordnen.
- durch Anwendung von geeigneten Analysemethoden zur Steigerung der unternehmerischen Transparenz und zur Früherkennung von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken beitragen.
- die vertieften Ansätze zur Professionalisierung des Marketingmanagements auf das eigene Unternehmen übertragen und zur Optimierung anwenden.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipienebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Weis, H./Ehrmann, H.: Marketing-Controlling, Herne 2016
- Klein, A. (2014): Marketing- und Vertriebscontrolling. Stuttgart.
- Ziehe, N. (2013): Marketing-Controlling. Köln.
- Kühnapfel, J. B. (2017): Vertriebscontrolling. Wiesbaden, 2. Auflage.
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2014): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele. Wiesbaden, 12. Auflage.
- Hofbauer, G., Bergmann, S. (2012): Professionelles Controlling in Marketing und Vertrieb. Erlangen.

MMC-05 | Kreativitätstechniken und Methoden: Text

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-05
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Kreativitätstechniken und Methoden: Text
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Text, Wort und Kreation im Kontext von Marketing und Werbung • Psychologische und gestalterische Grundlagen • Kreativer Text und Wirkung • Werbewirkung, Rezeption, Akzeptanz und Konsumentenverhalten • Copy Techniken, Headlines and Tags • Script Writing • Analyse von Best-Practice Cases
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

- Nach Abschluss des Moduls versteht der Studierende die psychologischen und gestalterischen Grundlagen für erfolgreiche sprachliche Kommunikation detailliert.
- Der Studierende ist im Stande, selbständig werbliche und kreative Texte zu konzeptionieren.
- Durch Einbezug aktueller Ergebnisse der Neurowissenschaft und Psychologie ist der Studierende nach Abschluss des Moduls im Stande, auch kritische Themen zielgerichtet und aufmerksamkeits-schaffend zu formulieren und zu kommunizieren.
- Der Studierende ist im Stande, die verschiedenen gebotenen Möglichkeiten der textlichen Kommunikation mit dem Kunden im digitalen Zeitalter situationsabhängig zu bewerten und zu nutzen.
- Es wird die Verknüpfung von Inhalt und Tonalität sowie die Fokussierung und Strukturierung von Texten.
- Der Ideentransfer einer visuellen Inspiration kann textlich verarbeitet werden und kann in allen relevanten Medien formuliert werden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Gottschling, S. (2007): Stark texten, mehr verkaufen: Kunden finden, Kunden binden mit Mailing, Web & Co., Wiesbaden, Springer Gabler Verlag
- Löffler, M. (2014): Think Content! Content Strategie, Content Marketing, Texten fürs Web, Bonn, Rheinwerk Verlag

MMC-o6 | Kreativitätstechniken und Methoden: Grafik Design

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-o6
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Kreativitätstechniken und Methoden: Grafik Design
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Grafik Design im Kontext von Marketing und Werbung • Psychologische und gestalterische Grundlagen für Design • Wirkung, Rezeption, Akzeptanz und Konsumentenverhalten • Kreatives Grafik Design in Marketing und Werbung • Design Einflüsse • Grafik Design im Kontext von digitaler und integrierter Kommunikation • Strategische Markenführung und Corporate Identity • Pop Culture Engineering • Analyse von Best-Practice Cases

3. Qualifikationsziele

- Nach Abschluss des Moduls besitzen die Studierenden detaillierte Kenntnisse über die gestalterischen und psychologischen Grundlagen der visuellen Kommunikation und Gestaltung.
- Sie wissen um die Bedeutung des Grafik-Designs im Kontext des modernen Marketings und besitzen die Kompetenz, mit grafischen Maßnahmen Aufmerksamkeit und Verständnis zu erhöhen.
- Die wissenschaftlich fundierte Anwendung von Typographie, Formen und Farben ist dem Studierenden bewusst.
- In diesem Modul werden Gestaltungskonzepte und -methoden für alle relevanten Kommunikationsmedien vermittelt sowie die Wichtigkeit der Harmonielehre von Schrift und Tonalität herausgearbeitet, so dass die Studierenden diese in ganzheitlichen Werbe- und Kommunikationsstrategien umsetzen können.
- Strategische Markenführung wird in ihrer Tiefe verstanden und kann gestaltet werden.
- Außerdem entwickeln die Studierenden Corporate Identity und Design-Strategien für ihre Unternehmen anhand von konkreten Aufgabenstellungen.
- Der Studierende ist geschult seine Kenntnisse sowohl für externe (z.B. Werbung) wie interne (z.B. Corporate Design) Maßnahmen einzusetzen und anzuwenden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Korthaus, C. (2015): Grundkurs Grafik und Gestaltung: Für Ausbildung und Praxis, Bonn, Rheinwerk Verlag
- Wägner, M. (2010): Grafik und Gestaltung. Das umfassende Handbuch, Bonn, Rheinwerk Verlag

MMC-07 | Integrierte Kommunikation

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-07
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integrierte Kommunikation
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung der integrierten Kommunikation im modernen Marketing • Kanäle der integrierten Kommunikation und Werbung • Gestaltungs- und Designelementen • Digitale Kommunikation und Kreation • Pop Culture Engineering und integrierte Kommunikation • Steigerung von Erinnerungswerten beim Kunden • neurowissenschaftliche Grundlagen für die integrierte Kommunikation • Kunden-Involvement • Kommunikationsziele definieren und erreichen • Unternehmens- und Marktanalysen • Technische Innovationen für moderne Kommunikation und Werbung • Kommunikations-Controlling • Analyse von Best-Practice Cases

3. Qualifikationsziele

- Nach Abschluss des Moduls besitzt der Studierende umfassendes Fachwissen über die Bedeutung einer integrierten Kommunikation über alle Kanäle sowie über den gezielten Einsatz von Gestaltungs- und Designelementen zur Verankerung und Steigerung des Erinnerungswertes beim Kunden.
- Durch aktuelle neurowissenschaftliche Forschung ist dem Studenten die Bedeutung der integrierten Kommunikation bei der Entwicklung von Kommunikationskonzepten und Kampagnen bewusst und er besitzt die Kompetenz, geeignete Maßnahmen zielgerichtet einzuleiten.
- Der Lernende weiß um die Bedeutung des Kunden-Involvements.
- Der Studierende besitzt die Fähigkeit Kommunikationsziele zu definieren und diese mit Hilfe von inhaltlicher, formaler, zeitlicher und sprachlicher Integration der Kommunikation zu erreichen.
- Auf Grundlage entsprechender Unternehmens- und Marktanalysen besitzt der Lernende nach Abschluss des Moduls die Kompetenz, den Einsatz von Kommunikationsinstrumenten und -mitteln zu planen und zu priorisieren.
- Antizipation von Marktbedürfnissen für Kunden in digitalen Medien können von den Studenten hergeleitet und nachvollzogen werden.
- Technische Innovationen sind bekannt und können marktorientiert genutzt werden.
- Maßnahmen zur Erfolgskontrolle im Kontext der integrierten Kommunikation sind bekannt.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bruhn, M. (2014): Integrierte Unternehmens- und Marktkommunikation: Strategische Planung und operative Umsetzung, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag
- Schlögl, G. (2003): Integrierte Unternehmenskommunikation: Vom einzelnen Werbemittel zur vernetzten Kommunikation, Wien, Facultas Verlag

MMC-o8 | Transfermodul: Kreation und Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-o8
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Transfermodul: Kreation und Management
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Konzeption von integrierten Kommunikationskonzepten • Analyse von Best-Practice Cases
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

- Nach Abschluss des Moduls besitzt der Studierende vertiefendes Wissen über die Bedeutung einer integrierten Kommunikation über alle Kanäle, den gezielten einheitlichen Einsatz von Farben, Wörtern und Bildern zur Verankerung und Steigerung des Erinnerungswertes beim Kunden.
- Durch aktuelle neurowissenschaftliche Forschung ist dem Studenten die Bedeutung der integrierten Kommunikation bei der Erstellung von Angeboten bewusst und er besitzt die Kompetenz, geeignete Maßnahmen zielgerichtet einzuleiten.
- Der Lernende weiß um die Bedeutung des Involvements des Kunden und der davon abhängigen Notwendigkeit der Wiederholung von Informationen.
- Der Studierende besitzt die Fähigkeit Kommunikationsziele zu definieren und diese mit Hilfe von inhaltlicher, formaler, zeitlicher und sprachlicher Integration der Kommunikation zu erreichen.
- Auf Grundlage entsprechender Unternehmensanalysen besitzt der Lernende nach Abschluss des Moduls die Kompetenz, den Einsatz von Kommunikationsinstrumenten und –mitteln selbstständig zu planen und zu priorisieren.
- Die praktische Anwendung der gelernten Kreativtechniken und Ausarbeitung von komplexen Kommunikationskonzepten für Großmarken wird gelehrt und praxisbezogen erarbeitet.
- Die Studenten erlernen Vertrautheit und Sicherheit der Gruppenarbeit sowie den Umgang mit Vorgesetzten und Kundenumgang.
- Die Studierenden können medienübergreifend Konzepte darstellen.
- Eigenständiges Erarbeiten von Kommunikationsmaßnahmen alleine oder in Gruppen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bruhn, M. (2014): Integrierte Unternehmens- und Marktkommunikation: Strategische Planung und operative Umsetzung, Stuttgart, Schäffer-Poeschel Verlag
- Schlögl, G. (2003): Integrierte Unternehmenskommunikation: Vom einzelnen Werbemittel zur vernetzten Kommunikation, Wien, Facultas Verlag

MMC-09 | Operatives Vertriebsmanagement I

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-09
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Operatives Vertriebsmanagement I
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ralf Elsner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufs- und Kunden-Kontaktformen in der technischen Vertriebspraxis (persönlicher, distanzpersönlicher, mediengeführter Verkauf) • Zusammenhänge zw. persönlichem Verkauf und Direktvertrieb aus operativer Sicht • Prinzipal-Agent Theorie • Gefahrenpotential durch „Hidden informations“ und Informationsasymmetrie sowie Ansätze zur Gefahrenreduktion • Lebenszyklus von Geschäftsbeziehungen • Geschäftsbeziehungen auf Grundlage von Abhängigkeiten • Techniken, Konzepte, Methoden und Strategien in der Neukundenakquise aus operativer Sicht • Persönlichkeitsdimensionen und deren Einfluss auf die Kommunikation • Professioneller Umgang mit dem Buying Center • Verhandlungsstrategie • Verhandlungs-Vorbereitung, -Führung und -Nachbereitung
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage...

- komplexe fachbezogene Problemstellungen gegenüber Kunden und Fachleuten argumentativ zu vertreten, adressatenorientiert darzustellen und weiterzuentwickeln
- für sich und ihre Teammitglieder und Arbeitsgruppen Ziele für Vertriebsprozesse zu definieren, zu reflektieren und zu bewerten
- den Kundennutzen abzuleiten und herauszuarbeiten, um daraus eine Mehrwertargumentation abzuleiten
- die Mitglieder des Buying-Centers bezüglich ihre Persönlichkeitsdimensionen einzuordnen und adressatengerechte Argumentationsketten daraus abzuleiten
- die eigene Persönlichkeitsstruktur zu analysieren und zu reflektieren
- das Zusammenspiel im Vertrieb zur Verbesserung von Ermittlungs-, Lösungs- und Verhandlungsstrategien zu verbessern
- den Umgang mit Kunden und Lieferanten im sich häufig ändernden Anforderungs- und Wettbewerbsumfeld erklärungsbedürftiger Sachgüter zu planen und umzusetzen
- ihre Beziehungskompetenz zu steigern und komplexe Probleme gegenüber den Gruppenmitgliedern zu vertreten und weiterzuentwickeln
- sich auf schwierige Verkaufsverhandlungen sowie Verhandlungsprozesse planerisch, taktisch und argumentativ vorzubereiten und diese zu führen, die Ergebnisse darzustellen, zu bewerten, umzusetzen und zu verfolgen
- destruktive Verhandlungsführung und Manipulationsversuche zu erkennen und adäquat darauf zu reagieren und angemessen zu behandeln
- unter Abwägung von Chancen sowie Risiken die Kontaktmedien und Akquisitionsmethoden richtig einzuordnen, auszuwählen und anzuwenden

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. **Literatur**

- Rentzsch, Hans-Peter: Kundenorientiert verkaufen im Technischen Vertrieb, 3., erweiterte Auflage, Wiesbaden 2003
- Frindte, Wolfgang: Einführung in die Kommunikationspsychologie; Weinheim, Basel 2001
- Kormann, Helmut: Nachhaltige Kundenbindung – Gegen den Mythos nur wettbewerbsorientierter Strategie; VDMA, 2005
- Hartmut Sieck: Key Account Management im Mittelstand, Weinheim 2004
- Hartmut H. Biesel: Key Account Management erfolgreich planen und umsetzen, Wiesbaden 2007
- Martin Granzow: Wirkungsparameter persuasiver Kommunikation im persönlichen Verkauf; Logos Verlag, Berlin 2014
- Eike Benjamin Kroll: Das Nutzenkonzept und Probleme bei der Erklärung individueller Entscheidungen, Logos Verlag, Berlin 2010
- Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton: Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik. 24. Auflage. Campus-Verlag, Frankfurt am Main u. a. 2013

MMC-10 | Operatives Vertriebsmanagement II

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-10
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Operatives Vertriebsmanagement II
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 40 Stunden Kontaktzeit 40 Stunden Selbstlernzeit 70 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ralf Elsner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Interaktives, handlungsorientiertes Sales-Planspiel zur Steigerung der Beziehungskompetenz • Stellen und deren Anforderungsprofile im operativen Vertrieb • Organigramm und Kundensoziogramm • Spieltheorie und Gefangenendilemma • Motive, Motivation, Motivationsprozess • Zwei-Faktoren Theorie nach Herzberg • Lohnformen, Gehalt, Honorar • Unbare und ideelle Anreize im Vertrieb • leistungsabhängige Entlohnungssysteme im Investitionsgütermarketing • Umsatz-, Deckungsbeitrags-, Leistungsprovision, Gemeinschaftsprovision, Prämien • Vorgabengebundenen, differenzierte und zieladäquate Entlohnungssysteme, Selbstwahlverfahren • komplexer und einfacher Verkaufsprozess • die einzelnen Phasen im Verkaufsgespräch • Fragetypen • Fragetechniken – Quittungsmethode – Merkmal / Vorteil / Kundennutzenargumentation • Abschlusstechniken • Harvard-Konzept, SPIN-Methode
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage...

- ein Anforderungs- und Stellenprofil an Hand der vertrieblichen Aufgaben und Erfordernissen abzuleiten und zu formulieren
- eine erfolgreiche Merkmal-Vorteil-Nutzenargumentationskette zu entwickeln
- Abschlusstechniken und –Varianten adressatengerecht einzusetzen
- Kunden-Organigramme und Soziogramme zu erstellen und die Vertriebstätigkeiten daraufhin abzustimmen
- Spieltheoretische Ansätze und Dilemma-Situationen im Verhandlungsprozess zu erkennen und sich geeignet zu verhalten
- Motive in ihren intrinsischen, extrinsischen, physischen, psychischen sowie sozialen, primären und sekundären Dimensionen zu erkennen und deren Einfluss auf die Motivation im Vertrieb einzuordnen
- Motivation als Prozess zu verstehen und daraus Handlungen, Ziele, Anreize und Anpassungen abzuleiten
- Kontextfaktoren und Motivatoren als zwei Dimensionen aus der Arbeitszufriedenheit abzuleiten
- die unterschiedlichen Vergütungsmöglichkeiten und Provisionsmodelle und deren Wirkung im Rahmen der vertrieblichen Belange zu beschreiben und erfolgsorientiert einzusetzen
- komplexe und einfache Verkaufsprozesse zu unterscheiden, um geeignete Verkaufsgesprächs- und Fragetechniken einzusetzen
- die einzelnen Phasen im Verkaufsgespräch zu identifizieren und die Fragetaktik entsprechend abzustimmen sowie die Fragetypen individuell und sinnvoll zur Steuerung des Gesprächs einzusetzen
- klassische Abschlusstechniken und –Varianten zu kennen und deren Wirkung auf die nachhaltige Kundenbeziehung abzuleiten und im Verkaufsgespräch adressatengerecht einzusetzen
- mit Hilfe der Quittungsmethode und geeignet ausgewählten Fragetechniken eine erfolgreiche Merkmal-Vorteil-Nutzenargumentationskette zu entwickeln
- Verhandlungen nach der Methodik des Harvard-Konzepts und der SPIN-Methode konzeptionell zu planen, vorzubereiten, durchzuführen und zu bewerten
- wissenschaftliche Studien zu reflektieren
- wissenschaftliche Theorien anzuwenden

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Rentzsch, Hans-Peter: Kundenorientiert verkaufen im Technischen Vertrieb, 3., erweiterte Auflage, Wiesbaden 2003
- Pawlowski, Klaus; Riebensahm, Hans: Konstruktiv Gespräche führen; Hamburg 2000
- Kellner, Hedwig: Konferenzen Sitzungen Workshops effizient gestalten; München, Wien 2000
- Frindte, Wolfgang: Einführung in die Kommunikationspsychologie; Weinheim, Basel 2001
- Hierhold, Emil: Sicher präsentieren - wirksamer vortragen; 5. Aktualisierte Auflage, Wien/Frankfurt 2000
- Matschnig, Monika: Körpersprache; München 2007
- Kormann, Helmut: Nachhaltige Kundenbindung – Gegen den Mythos nur wettbewerbsorientierter Strategie; VDMA, 2005
- Nagele, Thomas, T. et al.: Pricing – Praxis der optimalen Preisfindung; Berlin 1998
- Hartmut Sieck: Key Account Management im Mittelstand, Weinheim 2004
- Hartmut H. Biesel: Key Account Management erfolgreich planen und umsetzen, Wiesbaden 2007
- Petersen, Thomas: Optimale Anreizsysteme: Betriebswirtschaftliche Implikationen der Prinzipal-Agent-Theorie, Wiesbaden 1989
- Schanz, Günther (Hrsg.): Handbuch Anreizsysteme, Stuttgart 1991
- Martin Granzow: Wirkungsparameter persuasiver Kommunikation im persönlichen Verkauf; Logos Verlag, Berlin 2014
- Eike Benjamin Kroll: Das Nutzenkonzept und Probleme bei der Erklärung individueller Entscheidungen, Logos Verlag, Berlin 2010
- Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton: Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik. 24. Auflage. Campus-Verlag, Frankfurt am Main u. a. 2013

MMC-11 | Strategisches Vertriebsmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-11
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategisches Vertriebsmanagement
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 48 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ralf Elsner

2. Inhalt

- Abgrenzung der Vertriebsvorgänge auf Vertriebskanal-Ebene
- Zusammenhang zw. persönlichem Verkauf und Direktvertrieb aus vertriebsstrategischer Sicht
- Techniken und Konzepte zur Neukundengewinnung und deren strategische Relevanz
- Lorenz'sche Umsatzverteilungskurve
- Beziehungsdauer und Umsatzentwicklung
- CRM-Systeme und deren Einsatz im strategischen Vertrieb
- Zusammenhang von Lieferantenmanagement, Einsparpotential, Leistungsangebot und Qualität
- Interaktion von Entwicklung, Produktion, Einkauf und Vertrieb in Bezug zum Unternehmenserfolg
- Grundformen von Vertriebsorganisationen, deren Aufbau, Gestaltung und Management
- Vertriebscontrolling, Vertriebssteuerung
- KPI im Vertrieb
- Organisatorische Varianten im Verkauf von technischen Sachgütern und Dienstleistungen
- Erfolgsfaktoren ausgewählter Organisationsformen in Konzernen und Mittelstand sowie Dienstleistungsunternehmen
- Vertriebspartner
- Key Account Management und strategische Vertriebskonzepte im B2B-Geschäft
- Mehrdimensionale Kundenbewertung, Win-Win-Portfolio
- Methoden zur Auswahl der Key-Accounts
- Aufbauprozess Key-Account
- Schwierigkeiten und Risiken im Key-Account-Management
- Beschaffungsstrategien im B2B
- Preismanagement
- Preis, Preiswettbewerb und Preispositionierung
- Preiskrieg

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage...

- auf Basis der grundlegenden Theorien und Methoden eine optimale Vertriebsstrategie abzuleiten
- Detaillierte Konzepte zur Neukundengewinnung zu entwickeln und einzuführen
- CRM-Systeme hinsichtlich Leistungsfähigkeit und vertrieblicher Relevanz zu bewerten
- den Einfluss des Lieferantenmanagements auf Einsparpotential, Leistungsangebot und Qualität zu analysieren und hierauf basierend eine produkt- und unternehmensbezogene Vertriebsstrategie zu entwickeln
- Vertriebsorganisationen zu analysieren, aufzubauen und zu bewerten
- das Zusammenspiel von Vertriebs-/Einkaufsbeziehungen und Informationen zu eruieren
- ein Kontroll-, Bewertungs- und Frühwarnsystem auf Basis geeigneter KPI zu entwickeln, zu analysieren zu bewerten und strategische Handlungsalternativen daraus abzuleiten
- Organisationsformen im Verkauf zu analysieren und zu bewerten
- unterschiedliche Erfolgsfaktoren von Organisationen herauszuarbeiten und zu analysieren
- den strategischen Einsatz und das Zusammenspiel von Vertriebspartnern zu koordinieren
- eine Kundenanalyse zu konzeptionieren, sowie mehrdimensionale Kundenbewertungen und Win-Win-Portfolien aufzustellen
- Key-Accounts auszuwählen, sowie deren Auswahl zu konzipieren, durchzuführen, zu bewerten und anzupassen
- Risiken und Schwierigkeiten im Key-Account-Management zu antizipieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten
- die Kunden-Beschaffungsstrategie zu analysieren und geeignete Vertriebsstrategien hierfür zu entwickeln
- Preismanagement als Strategie zu verstehen und anzuwenden
- den Einsatz der Instrumente des Preises, des Preiswettbewerbs und der Preispositionierung konzeptionell vorzubereiten und zur nachhaltigen Kunden- und Marktentwicklung einzusetzen
- die Vor- und Nachteile sowie Chancen und Risiken der Kosten- oder marktorientierten Preisbildung zu erklären und Basisstrategien für die vertriebliche Preispolitik abzuleiten
- die Anzeichen eines Preiskrieges frühzeitig zu erkennen, deren Auswirkungen für Unternehmen und die Branche abzuschätzen und Gegenmaßnahmen einzuleiten
- wissenschaftliche Studien zu reflektieren
- wissenschaftliche Theorien anzuwenden

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

MMC-12 | Psychologie des Angebots

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-12
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Psychologie des Angebots
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Modelle der Anbieter-Konsumenten-Beziehung • Marktmodell: Austausch-Geschehen in (digitalen) Märkten • Marktpsychologie: der US-amerikanische Ansatz • Psychologie des Angebots: Historische Aspekte und Entwicklungen • Psychologie des Angebots: Produzenten-Motivation in der historischen Betrachtung • Psychologie des Produkts 1: Was kennzeichnet Produkte und Dienstleistungen aus psychologischer Sicht? • Psychologie des Produkts 2: Bedarf und Bedürfnis • Psychologie des Produkts 3: Psychologische Aspekte der Gestaltung • Positionierung, Perzeption und Konsistenz aus Sicht von Produzenten • Marketing-Mix: 4P oder 7P? • Dienstleistung als (Marken-)Erfahrung • Experience Design: wie das Kundenerlebnis von Produkten und Dienstleistungen gestaltet wird • Psychologie von Wert und Preis • Psychologie der Kommunikation von Produkten und Dienstleistungen • Gestaltungsprinzipien von Produkten und Dienstleistung zur vor-bewussten und bewussten Wahrnehmung • Produkt und Identität

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage...

- die historische Entwicklung und Veränderungen der Zusammensetzung der Märkte zu verstehen und die aktuellen Markt-Beziehungen einzuordnen
- im Rahmen des Marktmodells Austauschprozesse zu erkennen und zu analysieren
- die nicht-monetären Dimensionen dieser Austausch-Prozesse zu erkennen und zu analysieren
- ein grundlegendes Verständnis für die Definition von Produkten und Dienstleistungen nach Eigenschaften und Nutzen zu erlangen
- psychologische Merkmale und Wirkweisen von Produkten und Dienstleistungen zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten
- die Anbieter-Motivation zu analysieren
- die psychologischen Wirkweisen der Produktgestaltung zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten
- die psychologischen Wirkweisen der Gestaltung von Dienstleistungen zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten
- die psychologischen Wirkweisen der Preisgestaltung zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten
- werbliche Kommunikation zu erkennen und deren Nutzung von neuro-psychologischen Modellen der Wahrnehmung zu verstehen und zu bewerten

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- RICHARD H. THALER: INTEGRATING ECONOMICS WITH PSYCHOLOGY
The Committee for the Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel
- <https://www.nobelprize.org/uploads/2018/06/advanced-economicsciences2017.pdf>
- Dieter Frey / Lutz von Rosenstiel / Carl Graf Hoyos: Wirtschaftspsychologie. Weinheim, 2005.
- Klaus Moser: Markt- und Werbepsychologie. Ein Lehrbuch. Göttingen, 2002
- <https://sustainabledevelopment.un.org/>

MMC-13 | Psychologie der Nachfrage

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-13
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Psychologie der Nachfrage
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Modelle und Theorien zu den Themen Bedürfnis und Motivation • Grundlegende Modelle zum Thema Entscheidung und Rationalisierung • Bewusste vs. vor-bewusste Entscheidungen • Intuition vs. Ratio • Die Rolle der Emotionen als Gate-Keeper • Dekonstruktion von Kaufmotivationen und – prozessen aus psychologischer Sicht • Wahrnehmung aus neuro-psychologischer Sicht • Behalten und Vergessen: Modelle nachhaltiger Beeinflussung von Haltung und Einstellung • Historische Entwicklung des Verständnisses von Wahrnehmung • Reiz-Reaktions-Modelle • Hierarchische Modelle der Wahrnehmung • Multisensuale Wahrnehmung • Gestalterische Prinzipien der Werbe-Kommunikation • Psychologische Aspekte der Kaufentscheidung (Konsistenz, Reziprozität) • Phasen der Kaufentscheidung • Informations-Verarbeitung in den Phasen der Kaufentscheidung • Kaufentscheidungen im Gruppenkontext • Modelle der Beeinflussung

- Kulturelle Aspekte von Nachfrage und Kaufentscheidungen
- Soziologische vs. psychologische Determinanten für Kaufmotivation und -entscheidungen
- Principal Agent Theory

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage...

- die historische Entwicklung und Veränderungen im Macht-Verhältnis der Markt-Akteure im digitalen Kontext zu verstehen und zu analysieren
- im Rahmen des Marktmodells ihr Verhalten im Rahmen von Austauschprozessen zu erkennen und zu analysieren
- grundlegende Modelle der Wahrnehmung und die zugrunde liegenden neuro-psychologischen Prozesse zu erkennen und zu analysieren
- Modelle der Motivation zu verstehen und zu bewerten, insbesondere die historische Entwicklung
- Modelle der Entscheidungsfindung zu verstehen und zu bewerten
- zu erkennen, welche Prozesse Entscheidungen im vor-bewussten und bewussten Kontext zugrunde liegen
- die Wirkweisen dieser Prozesse zu beschreiben und zu analysieren, wie Anbieter solche Wirkweisen nutzen
- die Rolle von Marken in diesem Kontext zu analysieren
- werbliche Kommunikation zu erkennen und deren Nutzung von neuro-psychologischen Modellen der Wahrnehmung zu verstehen und zu bewerten
- eigene Modelle der Gestaltung zu erproben
- ihr eigenes Verhalten als Konsumenten zu reflektieren und kritisch zu analysieren

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Cialdini, R. B. (2007). Influence: the psychology of persuasion. New York: Collins Business
- Bak, P. M. (2014): Werbe- und Konsumentenpsychologie. Eine Einführung. Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Alina, S., 2017. Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review. Journal of International Business Research and Marketing, 2(6)
- <https://researchleap.com/explaining-consumer-decision-making-process-critical-literature-review/>

MMC-14 | Neue Aspekte der Konsumentenpsychologie

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMC-14
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Neue Aspekte der Konsumentenpsychologie
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Definition Digitalisierung • Prinzipien-Ebene vs. Phänomen-Ebene • Disruption vs. Evolution • Die Psychologie des „VUCA“-Modells • Auswirkung der Digitalisierung auf Kognition und Emotion • Informations-Aufnahme und Verarbeitung im digitalen Kontext • Die Rolle von Marken im digitalen Kontext • Konsumenten als Teil der Marken und der Marken-Kommunikation • Das veränderte Macht-Verhältnis von Anbietern und Konsumenten am Beispiel Net Promoter Approach • Selbst-Wahrnehmung und Selbst-Wirksamkeit von Konsumenten • Psychologie der Nutzer-generierten Markt-Kommunikation • Individualisierung und Globalisierung • Employer Branding in der digitalen Welt • Demographische Aspekte der Konsumenten-Psychologie

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage...

- die Digitalisierung als entscheidender Treiber exponentieller Veränderungen zu verstehen und zu analysieren
- Grund-Prinzipien der Digitalisierung zu erkennen und sie auf Geschäfts- und Marktmodelle anzuwenden
- die Besonderheiten der von Digitalisierung geprägten gesellschaftlichen Veränderungen aus psychologischer Sicht zu erkennen und zu analysieren
- die Auswirkungen der Digitalisierung auf intra-personale und interpersonale Kommunikation zu beschreiben, zu analysieren und zu bewerten
- den erweiterten Markenbegriff (Personal Brands, Employer Branding) der digitalen Welt zu verstehen und zu analysieren
- relevante Daten zu finden, zu analysieren und zu bewerten
- eine kritische Bewertung wissenschaftlicher und populärer Informationen vorzunehmen
- Wissenschaftliche Methoden selbst zu nutzen

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- KAHNEMANN, DANIEL (2011): Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar/Giroux.
- Kucklick, Christoph (2014): Die granulare Gesellschaft. Wie das Digitale die Wirklichkeit auflöst. Berlin: Ullstein Verlag
- www.cluetrain.com

FINANCE, BANKING & CONTROLLING – ADVANCED (FBC)

FBC-01 | Integrationsmodul – Einführung, Theorie und Entwicklungen in Finanzen, Banken und Controlling

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Finance, Banking & Controlling
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung. 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Finance, Banking & Controlling in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen. • Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Finance, Banking & Controlling.

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben einen Überblick über unternehmerische und gesellschaftliche Themen, die ihre Vertiefungsrichtung Finance, Banking & Controlling betreffen und die von Unternehmen gegenwärtig als besonders herausfordernd erlebt werden.
- Sie können den aktuellen, ggf. auch widersprüchlichen Forschungsstand zu diesen Herausforderungen darlegen und sind in der Lage, diesen kritisch zu reflektieren und um eigene Lösungsansätze zu erweitern.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die Vertiefungsrichtung Finance, Banking & Controlling jeweils aus aktuellen wissenschaftlichen und angewandten wissenschaftlichen Journals sowie aus weiteren aktuellen Medien ausgewählt.

FBC-02 | Bilanzierung und Aufsichtsrecht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Bilanzierung und Aufsichtsrecht
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Bilanzierung • Aufsichtsrecht
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bernd Rudolph

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenbedingungen für die Anwendung der IFRS für Banken • Besondere branchenbezogene Bilanzierungsvorschriften für den Jahresabschluss von Banken nach IFRS • Ziele und Inhalte der Bankenaufsicht • Liquiditätsvorschriften für Kreditinstitute • Eigenmittelnormen für Kreditinstitute
--

3. Qualifikationsziele

Modulteil Bilanzierung

- Die Studierenden verstehen Aufbau, Ziele und Rechnungslegungsgrundsätze der IFRS für Banken. Sie können die Elemente der Rechnungslegung, Bankbilanz und Gesamtergebnisrechnung, nach IFRS lesen, verstehen und interpretieren.
- Die Studierenden verstehen den Ansatz ausgewählter Aktiva und Passiva nach IFRS sowie die *Fair value*-Bewertung nach IFRS 13.
- Die Studierenden setzen sich intensiv mit der Bilanzierung von Finanzinstrumenten nach IFRS 9 (Kategorisierung von Finanzinstrumenten, Zugangs- und Folgebewertung von Finanzinstrumenten, Grundlagen des Hedge Accounting) auseinander.
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

Modulteil Aufsichtsrecht

- Die Studierenden kennen die Aufgaben und Zuständigkeiten im Rahmen der Bankenaufsicht. Sie können die zentralen Elemente moderner Bankenaufsicht und die Bedeutung der MaRisk verstehen, voneinander abgrenzen und aufsichtsrechtliche Anforderungen korrekt zuordnen und interpretieren.
- Die Studierenden verstehen die relevanten Kennziffern und Überwachungsinstrumente zur Gewährleistung der Zahlungsfähigkeit.
- Die Studierenden sind in der Lage, Bestandteile der Eigenmittel nach CRR und KWG zu identifizieren.
- Die Studierenden verstehen Logik und Anwendung von Kapitalanforderungen für besicherte Adressrisikopositionen.
- Die Absolventinnen und Absolventen haben integrative Fähigkeiten erlernt, die sie kontextbezogen einsetzen können und deren Einsatz und Ergebnisse kritisch würdigen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bieg, Hartmut/Waschbusch, Gerd: Bankbilanzierung nach HGB und IFRS, 3. Auflage, München 2017, S. 295–306, S. 368–375, S. 628–737 und S. 851–904.
- IFRS 9 und IFRS 13.
- Deutsche Bundesbank: Der aufsichtliche Überprüfungs- und Bewertungsprozess für kleinere Institute und Überlegungen zur Proportionalität, in: Monatsberichte der Deutschen Bundesbank, Oktober 2017, S. 45-58.
- Deutsche Bundesbank: Die Aufsicht über die weniger bedeutenden Institute im einheitlichen europäischen Aufsichtsmechanismus, in: Monatsberichte, Januar 2016, S. 53–65.
- Deutsche Bundesbank: Der Start in die Bankenunion – Der einheitliche Aufsichtsmechanismus in Europa, in: Monatsberichte, Oktober 2014, S. 45–67.
- Brüggestrat, Renner: Vorschläge des Basler Ausschusses zum Kreditrisiko-Standardansatz, in: Bankenaufsicht im Dialog 2015, Hrsg.: Deutsche Bundesbank, Frankfurt 2015, S. 124–134.
- Denk, Christian: Ausblick auf die aktuellen Basler Arbeiten zur Reform der Standardansätze, in: Bankenaufsicht im Dialog 2015, Hrsg.: Deutsche Bundesbank, Frankfurt 2015, S. 109–123.
- Grol, T./Meyer-Ramloch, D./Eicke, C.: Eigenkapital – neue Anforderungen nach Basel III, in: Bankenaufsicht nach der Finanzmarktkrise, Hrsg.: Grieser, S.G./Heemann, M., Frankfurt 2011, S. 39–67.

FBC-03 | Bankensteuerung: Kalkulationssysteme in Kreditinstituten

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Bankensteuerung: Kalkulationssysteme in Kreditinstituten
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar. Die Teilnahme an der Banksimulation wird als Abschluss der Vertiefung empfohlen.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Bankensteuerung: Kalkulationssysteme in Kreditinstituten <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Marktzinsmethode: ^[1]Grundlagen der Einzelgeschäftskalkulation, Ergebnisspaltung in der Marktzinsmethode, Das periodische Grundmodell ^[1] 2. Das Barwertkalkül der Marktzinsmethode: ^[1]Der Konditionsbeitragsbarwert ^[1]Periodisierung des Konditionsbeitragsbarwertes, Kalkulation von Produkten mit variabler Verzinsung ^[1] 3. Kalkulation weiterer Ergebnisgrößen, Provisionsergebnis und Standard-Risikokosten, Aufbau einer Standardstückkostenrechnung, Die Verrechnung von Eigenkapitalkosten ^[1]
--

3. Qualifikationsziele

Bankensteuerung: Kalkulationssysteme in Kreditinstituten

- Die Studierenden lernen das Konzept des „Ertragsorientierten Bankmanagements“ nach Schierenbeck im Gesamtbankkontext kennen, verstehen die Bedeutung und Umsetzung der Dualen Steuerung und können sie für die unterschiedlichen Perspektiven des Bankmanagements anwenden.
- Sie setzen sich intensiv mit der Einzelgeschäftskalkulation als Deckungsbeitragsrechnung im Sinne der relativen Einzelkostenrechnung auseinander und verstehen die Systematik der Kalkulation.
- Die Studierenden setzen sich intensiv mit der wissenschaftlichen Methodik der Marktzinsmethode auseinander und können sowohl in der periodischen als auch der wertorientierten Anwendung den Brutto-Deckungsbeitrag bankspezifischer Einzelgeschäfte kalkulieren.
- Die Studierenden reflektieren kritisch die Identität von Barwert- und Periodenrechnung und sind in der Lage, die Ergebnisse beider Verfahren ineinander zu überführen. Sie setzen sich außerdem kritisch mit den Vor- und Nachteilen dieser Alternativen auseinander.
- Die Studierenden wenden die Erkenntnisse der Deckungsbeitragsrechnung auf die weiteren Komponenten der Einzelgeschäftskalkulation an. Insbesondere verstehen sie die Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit des Einsatzes der Prozesskostenrechnung zur Quantifizierung der Standard-Stückkosten.
- Die Studierenden lernen verschiedene Ansätze zur Bestimmung von Eigenkapitalkosten kennen und können die Sinnhaftigkeit des Einsatzes fundiert beurteilen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. (2008): "Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung".

FBC-04 | Bankensteuerung: Banksimulation boss

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-04
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Bankensteuerung: Banksimulation boss
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar. Die Teilnahme an der Banksimulation wird als Abschluss der Vertiefung empfohlen.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Bankensteuerung: Banksimulation boss <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategieentwicklung und operative Umsetzung 2. Kundengeschäftssteuerung 3. Treasury- und Risikomanagement
--

3. Qualifikationsziele

Bankensteuerung: Banksimulation boss <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden wenden die Erkenntnisse der theoretischen Beschäftigung mit dem ertragsorientierten Bankmanagement in einer Banksimulation in der Verantwortung von Vorständen selbstständig an. • Sie sind in der Lage, die Interdependenzen zwischen den unterschiedlichen Geschäftsbereichen zu erkennen und in einer Gesamtbankstrategie umzusetzen. • Die Studierenden berücksichtigen im Rahmen des Steuerungsprozesses alle relevanten aufsichtsrechtlichen und wettbewerbstechnischen Restriktionen und sind in der Lage, im diesem von Unsicherheit geprägten Umfeld unter Ausnutzung ihrer methodischen und theoretischen Kenntnisse positive Ergebnisse für ihre Bank zu erwirtschaften. • Die Studierenden werden befähigt, den Gesamtzusammenhang der Banksteuerung zu verstehen, verschiedene Instrumente der Gesamtbanksteuerung anzuwenden sowie Stärken und Schwächen der Umsetzung kritisch zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. (2008): "Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung".

FBC-05 | Finanzwirtschaft: Finanzmarkt und eFinance

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-05
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Finanzwirtschaft: Finanzmarkt und eFinance
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

Finanzwirtschaft: Kapitalmarkt und e-Finance <ul style="list-style-type: none"> 12. Strukturen von Finanzmärkten 13. Handelsplattformen und Marktmodelle 14. Institutional Brokerage und Innovationen im Wertpapierhandel 15. Regulierung auf Finanzmärkten

3. Qualifikationsziele

Finanzwirtschaft: Kapitalmarkt und e-Finance

- Die Studierenden erwerben in der Veranstaltung vertiefendes Wissen zu elektronischen Finanzmärkten, zum börslichen sowie außerbörslichen Wertpapierhandel, zur Evolution von Marktinfrastrukturen und zu technischen Innovationen in diesem Umfeld.
- Sie sind in der Lage, betriebswirtschaftliche, bankfachliche und informationstechnische Fragestellungen zu diesen Themen eigenständig zu beurteilen und Lösungen erarbeiten sowie kritisch würdigen.
- Zudem werden die Studierenden befähigt, differenziert neue Entwicklungen im Bereich Elektronischer Handelssysteme, dem Wettbewerb zwischen Marktplätzen und zu deren Regulierung argumentativ und quantitativ zu bewerten.
- Darüber hinaus werden die Studierenden in die Lage versetzt, die oben beschriebenen Lerninhalte sowie die dahinterstehende wissenschaftliche Methodik bei konkreten Aufgabenstellungen im Trading auch praktisch anzuwenden.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Gomber, Peter: The German Equity Trading Landscape, in: SAFE White Paper No. 34; 2016 bzw. Journal of Applied Corporate Finance, Vol. 27, No. 4, pp. 75-80; 2015.
- Schwartz, R. and R. Francioni: "Equity Markets in Action: The Fundamentals of Liquidity, Market Structure & Trading", Wiley & Sons, Inc., 2004, Chapter 1 und Chapter 6.
- Algorithmic Trading, in: Shu-Heng Chen and Mak Kaboudan. OUP Handbook on Computational Economics and Finance. Oxford University Press.; 2014.
- Gomber, Peter; Arndt, Björn; Lutat, Marco; Uhle, Tim: High Frequency Trading, in: Study Report; 2011.
- Gomber, Peter; Pierron, Axel: MiFID - Spirit and Reality of a European Financial Markets Directive, in: Research Report 2010.
- Gomber, Peter; Nassauer, Frank: Neuordnung der Finanzmärkte in Europa durch MiFID II/MiFIR, in: Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft, Volume 26, Issue 4 2014.
- DBAG "T7 Release 5.0: Market Model for the Trading Venue Xetra", March 2017
http://www.xetra.com/blob/2969328/c399bad3b5137eb4e9ec2faf6d2b798e/data/T7_Market-Model_Xetra_en.pdf.
- B. Rudolph / K. Schäfer: Derivative Finanzmarktinstrumente, 2010, Kapitel 2, S. 15 – 55.
<http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-79414-1>
- B. Rudolph / K. Schäfer: Derivative Finanzmarktinstrumente, Springer Verlag, 2. Auflage 2010
- Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16. Auflage, München 2012, S. 260 – 294.
- Hölscher, R.; Kalhöfer, C.: Mathematik und Statistik in der Finanzwirtschaft, De Gruyter Oldenbourg 2015, 78 – 90.
- Hölscher, R.: Investition und Finanzierung, Oldenbourg 2018.
- Spremann, K.: Portfoliomanagement, 4. Auflage, De Gruyter Oldenbourg 2008.

FBC-o6 | Finanzwirtschaft: Derivate

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-o6
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Finanzwirtschaft: Derivate
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

Finanzwirtschaft: Derivate <ol style="list-style-type: none"> 9. Merkmale derivativer Finanzinstrumente und Finanzmärkte 10. Forwards, Futures und Options als Basisinstrumente 11. Der Einsatz von Zins- und Währungsswaps sowie von Kreditderivaten 12. Überblick über komplexe und synthetische Derivate 13. Einsatz der Derivate im Risikomanagement und Regulierung

3. Qualifikationsziele

Finanzwirtschaft: Derivate <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erhalten einen vertiefenden Einblick in die wesentlichen derivativen Instrumente. • Sie verstehen die Einsatzmöglichkeiten der verschiedenen Derivate und werden in die Lage versetzt, selbständig Derivatestrategien zur Lösung spezifischer Absicherungs-, Hedging oder Arbitrageprobleme zu erarbeiten und diese im Hinblick auf Risiko und Rendite zu beurteilen. • Die Studierenden kennen die wichtigsten Märkte für Derivate und verstehen die Marktmechanik. • Die Vorstellung der verschiedenen Theorien zur Derivatebewertung erlaubt es den Studierenden, die theoretisch richtigen Werte der vorgestellten Derivate zu bestimmen und ihre Vorgehensweise kritisch zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Gomber, Peter: The German Equity Trading Landscape, in: SAFE White Paper No. 34; 2016 bzw. Journal of Applied Corporate Finance, Vol. 27, No. 4, pp. 75-80; 2015.
- Algorithmic Trading, in: Shu-Heng Chen and Mak Kaboudan. OUP Handbook on Computational Economics and Finance. Oxford University Press.; 2014.
- Gomber, Peter; Arndt, Björn; Lutat, Marco; Uhle, Tim: High Frequency Trading, in: Study Report; 2011.
- Gomber, Peter; Pierron, Axel: MiFID - Spirit and Reality of a European Financial Markets Directive, in: Research Report 2010.
- Gomber, Peter; Nassauer, Frank: Neuordnung der Finanzmärkte in Europa durch MiFID II/MiFIR, in: Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft, Volume 26, Issue 4 2014.
- B. Rudolph / K. Schäfer: Derivative Finanzmarktinstrumente, 2010, Kapitel 2, S. 15 – 55. <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-79414-1>
- B. Rudolph / K. Schäfer: Derivative Finanzmarktinstrumente, Springer Verlag, 2. Auflage 2010
- Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16. Auflage, München 2012, S. 260 – 294.
- Hölscher, R.; Kalhöfer, C.: Mathematik und Statistik in der Finanzwirtschaft, De Gruyter Oldenbourg 2015, 78 – 90.
- Hölscher, R.: Investition und Finanzierung, Oldenbourg 2018.
- Spremann, K.: Portfoliomanagement, 4. Auflage, De Gruyter Oldenbourg 2008.

FBC-07 | Finanzwirtschaft: Kapitalmarkttheorie

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-07
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Finanzwirtschaft: Kapitalmarkttheorie
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

Finanzwirtschaft: Kapitalmarkttheorie <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinanten des Portfoliomanagements 2. Das Markowitz-Modell 3. Capital Asset Pricing Theorie 4. Arbitrage Pricing Theorie und Multi-Faktor-Modell 5. Performance Measurement
--

3. Qualifikationsziele

Finanzwirtschaft: Kapitalmarkttheorie

- Die Studierenden lernen die Methodik der Portfoliotheorie nach Markowitz kennen, und erarbeiten darauf aufbauend die Kapitalmarkttheorie als Grundlage des modernen Portfoliomanagements.
- Sie können die Modelle konstruktiv kritisieren und diskutieren auf dieser Basis weiterführende Modelle, wie etwa die Arbitrage Pricing Theory.
- Die Studierenden setzen sich intensiv mit modernen Verfahren der Rendite- und Risikomessung auseinander, sie analysieren die Vor- und Nachteile der verschiedenen Messkonzepte.
- Sie verstehen die Zusammenhänge und Kennzahlen des aus der Kapitalmarkttheorie abgeleiteten Performance Measurement und sind in der Lage, diese selbständig zur Beurteilung eines Portfolios einzusetzen.
- Sie haben damit erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Gomber, Peter: The German Equity Trading Landscape, in: SAFE White Paper No. 34; 2016 bzw. Journal of Applied Corporate Finance, Vol. 27, No. 4, pp. 75-80; 2015.
- Schwartz, R. and R. Francioni: "Equity Markets in Action: The Fundamentals of Liquidity, Market Structure & Trading", Wiley & Sons, Inc., 2004, Chapter 1 und Chapter 6.
- Algorithmic Trading, in: Shu-Heng Chen and Mak Kaboudan. OUP Handbook on Computational Economics and Finance. Oxford University Press.; 2014.
- Gomber, Peter; Arndt, Björn; Lutat, Marco; Uhle, Tim: High Frequency Trading, in: Study Report; 2011.
- Gomber, Peter; Pierron, Axel: MiFID - Spirit and Reality of a European Financial Markets Directive, in: Research Report 2010.
- B. Rudolph / K. Schäfer: Derivative Finanzmarktinstrumente, 2010, Kapitel 2, S. 15 – 55. <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-79414-1>
- B. Rudolph / K. Schäfer: Derivative Finanzmarktinstrumente, Springer Verlag, 2. Auflage 2010
- Perridon, L.; Steiner, M.; Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16. Auflage, München 2012, S. 260 – 294.
- Hölscher, R.; Kalhöfer, C.: Mathematik und Statistik in der Finanzwirtschaft, De Gruyter Oldenbourg 2015, 78 – 90.
- Hölscher, R.: Investition und Finanzierung, Oldenbourg 2018.
- Spremann, K.: Portfoliomanagement, 4. Auflage, De Gruyter Oldenbourg 2008.

FBC-o8 | Risikomanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-o8
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Risikomanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist prinzipiell ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar. Die vorherige Teilnahme am Modulteil „Kalkulationssysteme in Kreditinstituten“ aus dem Modul „Banksteuerung“ wird empfohlen.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

Risikomanagement <ol style="list-style-type: none"> 4. Risikokalküle und Quantifizierung des Value at Risk 5. Management von Marktpreisrisiken 6. Management von Liquiditätsrisiken 7. Management von operationellen Risiken 8. Besonderheiten des Kreditrisikomanagements 9. Quantifizierung des einzelgeschäftbezogenen Kreditrisikos 10. Portfoliobezogenes Kreditrisikomanagement
--

3. Qualifikationsziele

Risikomanagement: Methodik des Risikomanagements und ausgewählte Risikoarten

- Die Studierenden lernen den theoretischen, allgemeinen Risikomanagementprozess kennen und können ihn auf die spezifische Situation eines Kreditinstituts anwenden. Die Einbettung dieses Prozesses in das Grundkonzept des Ertragsorientierten Bankmanagements wird erarbeitet und kritisch reflektiert. Die Studierenden verstehen die Bedeutung der Risikokalküle für das bankbetriebliche Risikomanagement.
- Die Studierenden setzen sich intensiv mit der wissenschaftlichen Methodik der Risikomessung auseinander und können die gängigen Verfahren, insbesondere die Value-at-Risk basierten, anwenden und die Eignung für bestimmte Risikoarten und Entscheidungssituationen kritisch hinterfragen.
- Die Studierenden setzen sich mit allen wesentlichen bankbetrieblichen Risikoarten (mit Ausnahme des Kreditrisikos, s.u.) auseinander und reflektieren Unterschiede sowie die Bedeutung dieser Unterschiede für das Risikomanagement.
- Darüber hinaus werden die Studierenden in die Lage versetzt, die Risikoquantifizierung für die vorgestellten Risikoarten vorzunehmen sowie Steuerungsansätze zu erarbeiten.
- Die Studierenden haben die Besonderheiten des Kreditrisikos verstanden und können den Kreditrisiko-Managementprozess selbständig aus dem allgemeinen Risikomanagementprozess entwickeln.
- Sie erkennen nicht nur die betriebswirtschaftliche Notwendigkeit, sondern auch den aufsichtsrechtlichen Hintergrund der Adressrisikosteuerung.
- Die Studierenden sind in der Lage, erwartete und unerwartete Verluste definitorisch abzugrenzen. Sie kennen die gängigen Verfahren zur Quantifizierung dieser Risikokomponenten und können damit sowohl auf Basis der Einzelgeschäfte als auch im Rahmen des Kreditportfolios umgehen.
- Als Basis für die Messung von Kreditrisiken lernen die Studierenden die methodischen Grundlagen der Bonitätsbeurteilung (insbesondere Ratingverfahren) kennen. Diese Erkenntnisse werden von den Studierenden zur Ableitung der risikogerechten Bepreisung (Standardrisikokosten) von Einzelgeschäften verwendet.
- Zur Bestimmung des Kreditrisikos eines Portfolios lernen die Studierenden insbesondere die grundlegende Methodik der beiden Standardmodelle Credit Metrics und Credit Risk+ kennen und können Sie anwenden.
- Die Studierenden werden befähigt, den Kreditrisikomanagementprozess zu verstehen, verschiedene Instrumente der Kreditrisikomessung und Kreditrisikosteuerung anwenden sowie kritisch reflektieren zu können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. "Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung", <http://rd.springer.com/book/10.1007/978-3-8349-9142-3>.
- Knippschild, M.; Hromadka, J.; Geidt-Karrenbauer, U.: Die Bedeutung von Ratinginformationen und Portfolioanalysen zur Quantifizierung von Kreditrisiken, in: Hölscher, R.; Altenhain, T.: Handbuch Aufsichts- und Verwaltungsräte in Kreditinstituten – Rechtlicher Rahmen, betriebswirtschaftliche Herausforderungen und Lösungswege für die Praxis, Berlin 2013.

FBC-09 | Risikokapitalallokation

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-09
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Risikokapitalallokation
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 72 Stunden Selbstlernzeit 46 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist prinzipiell ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar. Die vorherige Teilnahme am Modulteil „Kalkulationssysteme in Kreditinstituten“ aus dem Modul „Banksteuerung“ wird empfohlen.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

Risikokapitalallokation <ol style="list-style-type: none"> 1. Herleitung von Renditeansprüchen 2. Traditionelle Allokationsmethoden 3. Das duale Modell der Risikokapitalallokation
--

3. Qualifikationsziele

Risikokapitalallokation

- Die Studierenden verstehen die Problematik der Bestimmung von Eigenkapitalkosten, kennen die gängigen Ansätze ihrer Bestimmung und können sie kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, nach Auswahl eines geeigneten Modells kalkulatorische Eigenkapitalkosten selbständig zu bestimmen.
- Die Studierenden setzen sich intensiv mit den traditionellen Methoden der Risikokapitalallokation auseinander und analysieren Vor- und Nachteile dieser Ansätze. Sie können insbesondere die Schwächen im Hinblick auf die theoretischen und kalkulatorischen Anforderungen an die Risikoallokation richtig einschätzen.
- Die Studierenden lernen das duale Modell der Risikokapitalallokation kennen, verstehend die methodischen Vorteile und können das Modell zur Allokation von Eigenkapital anwenden.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. "Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung", <http://rd.springer.com/book/10.1007/978-3-8349-9142-3>.
- Knippschild, M.; Hromadka, J.; Geidt-Karrenbauer, U.: Die Bedeutung von Ratinginformationen und Portfolioanalysen zur Quantifizierung von Kreditrisiken, in: Hölscher, R.; Altenhain, T.: Handbuch Aufsichts- und Verwaltungsräte in Kreditinstituten – Rechtlicher Rahmen, betriebswirtschaftliche Herausforderungen und Lösungswege für die Praxis, Berlin 2013.

FBC-10 | Finanzderivate

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-10
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Finanzderivate
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transfer-Dokumentation-Report, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Zuerst wurden auf den Geld- und Kapitalmärkten dieser Welt Kassainstrumente gehandelt. Verträge über Aktien-, Renten-, Devisen- oder Warengeschäfte wurden taggleich abgeschlossen und erfüllt. Später wurden zum Zweck der Arbitrage, des Hedgings oder der Spekulation aus diesen Kassageschäften Finanzinnovationen abgeleitet, deren Wert von einem solchen Ursprungsprodukt abhängt. Mittlerweile verzeichnet der Markt für Finanzinnovationen ein gewaltiges und immer noch steigendes Handelsvolumen. Derivate sind aus dem Geschäftsbereich der Finanzmarktakteure nicht mehr wegzudenken.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundlagen der Finanzderivate und Systematisierung von Termingeschäften
- Charakteristika von Financial Options und ausgewählte Handelsstrategien
- Finanztheoretische Grundlagen der Optionspreismodelle
- Optionsbewertung anhand des Binomialmodells und Black/Scholes-Optionsformel
- Bewertung von Future-Kontrakten
- Hedgestrategien mit Financial Futures
- Komperative Kostenvorteile durch Financial Swaps
- Portfolio Hedging

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen verschiedene Formen von Derivaten und sind in der Lage, diese zu kategorisieren und voneinander abzugrenzen.
- haben ein tiefgehendes Verständnis über die Funktionsweise von Derivaten und können das inhärente Risiko bewerten.
- sind in der Lage, standardisierte Finanzderivate einschließlich deren Auszahlungsschemas, Risikocharakteristiken und Handelsregeln zu verstehen.
- besitzen detaillierte Kenntnisse über die Optionspreistheorie.
- können selbständig den fairen Preis einer Option ermitteln und daraus Arbitragestrategien bei abweichendem tatsächlichem Marktpreis zum Fair Value entwickeln.
- können Swaps analysieren, bewerten und konstruieren.
- sind in der Lage, ausgewählte Finanzderivate anzuwenden, um das risikoadjustierte Ergebnis eines Finanzinstituts oder eines anderen Unternehmens zu steigern bzw. um sich gegen drohende Verluste in bestimmten Situationen abzusichern.
- erkennen, in welchen Fällen Derivate in der Unternehmenspraxis angemessen eingesetzt werden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Rudolph, B./Schäfer, K. (2010): Derivative Finanzmarktinstrumente, 2. Auflage, Heidelberg/Dordrecht/London/New York.

Ergänzende Literatur (optional)

- Hull, J. (2017): Options, Futures, and Other Derivatives, 9. Auflage, Harlow/London/New York.

FBC-11 | Vertriebssteuerung, -organisation und -führung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-11
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Vertriebssteuerung, -organisation und -führung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Die Entscheidung für eine optimale Vertriebsstrategie ist für jeden Finanzdienstleister von wesentlicher Bedeutung. Ohne Erfolge im Vertrieb entfallen die Überlegungen zu Organisation, IT, Personalmanagement oder Gesamtbanksteuerung. Das Kundenverhalten ändert sich nicht nur aufgrund der mit der Digitalisierung verbundenen Entwicklungen dramatisch.

Mit diesem Modul sollen Sie in die Denkwelt des Vertriebsmanagements eingeführt werden und einen detaillierten Einblick in die betriebswirtschaftlichen Mittel zur Optimierung des Vertriebs erhalten.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Einführung in den Vertrieb
- Entwicklungstreiber Privatkundengeschäft
- Entwicklungstreiber Firmenkundengeschäft
- Kundensegmentierung / -typologisierung
- Betreuungskonzeption
- Produkt- / Preispolitik
- Multikanalmanagement
- Prozesse
- Führung im Vertrieb

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- erlangen ein vertieftes Verständnis über die Einflussfaktoren auf den Vertrieb (insbesondere Megatrends).
- Erweitern ihr Wissen über die Strategie- und Konzeptwelt des Vertriebs und Vertriebsmanagements.
- verstehen zentrale Konzepte (siehe Inhalte).
- Verbessern die Fähigkeit diese Konzepte nach den individuellen Anforderungen ihres Unternehmens zu adaptieren.
- können diese Konzepte in ihren Unternehmen selbstständig anwenden.
- lernen durch die Gruppenarbeiten gemeinsam komplexe Lösungen zu erarbeiten, Standpunkte zu präsentieren und diese zu vertreten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Brost, H./Neske, R./Wrabetz, Wolfram (Hrsg.) (2008): Vertriebssteuerung in der Finanzdienstleistungsindustrie, Frankfurt am Main.
- Lumma, K./Scheer, O./Vornbrock, U.: Exzellenz in der Vertriebssteuerung, S. 3-22.
- Bruhn, M./Georgi, D.: Service Profit Chain – Ausrichtung des Bankvertriebs an kundenorientierten Zielen, S. 23-45.
- Brost, H.: Die strategische Herausforderung des Vertriebsmanagements in der Kreditwirtschaft, S. 47-62.
- Neske, R.: MiFiD und BGH Rechtsprechung als Rahmenbedingung der Vertriebssteuerung, S. 121 – 141.
- Oehler, A./Wilhelm-Oehler, D. A.: Bleibst Du noch oder gehst Du schon? Zur Wechselbereitschaft zufriedener Bankkunden, S. 287 – 312.
- Lach, H.: Vertriebssteuerung in Finanzvertrieben am Beispiel der Deutschen Vermögensberatung AG, S. 359 – 376.
- Homburg, C./Klenk, P.: Management der Zufriedenheit von Firmenkunden im Finanzdienstleistungsbereich, S. 379 – 399.
- Winkelmann, P. (2012): Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements - CRM, München, Seite 1 - 28.
- Becher, W. (2015): Systematische Neukundengewinnung, in: Schmoll, Anton (Hrsg): Erfolgreiche Akquisition im Firmenkundengeschäft, Wien, S. 117 – 130.
- Becher, W./Rupp, Ch. (2013): Vorstoß in die Gewinnzone, in: Die Bank 08/2013, S. 46-50.

FBC-12 | Behavioral Finance

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-12
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Behavioral Finance
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Seit über 50 Jahren dominiert die neoklassische Kapitalmarkttheorie unser Verständnis für die Abläufe an Finanzmärkten. Sie hat eine Vielzahl von Konzepten und Modellen hervorgebracht und basiert ganz wesentlich auf der Annahme eines streng rational handelnden Homo Oeconomicus. Im Jahr 2002 haben Daniel Kahnemann und Vernon L. Smith für ihre Arbeiten zu Behavioral Economics und experimentelle Wirtschaftsforschung den Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften erhalten. Die Vergabe des Nobelpreises dokumentiert eine neue Stilrichtung in der wirtschaftswissenschaftlichen Disziplin. Bis dahin wurden vor allem normative Gesetzmäßigkeiten erforscht und begründet. Mit der Würdigung der beiden Preisträger wurde endlich die besondere Bedeutung individuellen und eben nicht immer rein logischen bzw. rationalen Verhaltens betont. Allerdings wird der Bereich der Behavioral Economics nicht erst seit dem 3. Jahrtausend erforscht. Der berühmte schottische Ökonom Adam Smith hat sich bereits im 18. Jahrhundert mit der Theorie individuellen Verhaltens beschäftigt. Trotzdem hat vor allem der 2002 vergebene Nobelpreis dieser Forschungsrichtung Auftrieb verliehen. Die Behavioral Finance ist diesbezüglich als finanzwirtschaftliche Teildisziplin der Behavioral Economics zu verstehen. Die wissenschaftlichen Beiträge zur Behavioral Finance sind von einer starken Mathematisierung geprägt. Um die verhaltenswissenschaftlichen Aspekte besonders zu betonen, soll auf die Analyse der mathematischen Modelle weitgehend verzichtet werden. Stattdessen werden in diesem Modul viele der untersuchten Phänomene möglichst ohne mathematischen Bezug in den Fokus der Betrachtung gestellt und diskutiert.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundlagen und Entstehung der Behavioral Finance
- Einführung und Überblick in verschiedene Verhaltens- und Kapitalmarktanomalien
- Abgrenzung der Erwartungsnutzentheorie von der Prospect Theory
- Die Rolle von Gefühlen und Emotionen bei Kapitalanlageentscheidungen
- Erklärungsansätze des menschlichen Handelns u. die Grenzen des Homo Oeconomicus
- Homo Sapiens am Finanzmarkt
- Theory of Bounded Rationality nach Simon
- Anomalien im Entscheidungsverhalten
- Kritische Analyse der Behavioral Finance

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen das Forschungsfeld der Behavioral Finance detailliert u. können es sinnvoll v. der klassischen Kapitalmarkttheorie sowie anderen Teildisziplinen der Behavioral Economics abgrenzen.
- erhalten einen vertieften Einblick in die Standardmodelle der Kapitalmarkttheorie und ausgewählte Theorien der Behavioral Finance und verstehen die dazugehörigen mathematischen Modelle der Entscheidungs- und Risikothorie dahinter.
- können durch die Kombination von Theorie und mathematischen Modellen einen praktischen Bezug zum eigenen Entscheidungsverhalten herstellen.
- Vertiefen ihre Kenntnisse der theoretischen und empirischen Schwächen der neoklassischen Finanzmarkttheorie kennen und sind mit der Prospect Theorie als Alternative zur traditionellen Erwartungsnutzentheorie vertraut.
- erkennen, wie die begrenzt rationalen Verhaltensweisen die individuellen Finanzmarktentscheidungen beeinflussen.
- sind umfassend mit dem Konzept u. methodischen Instrumentarium sowie insbesondere mit dem über die klassische Finanztheorie hinausgehenden Erklärungsbeitrag der Behavioral Finance aus Sicht von Investoren, Unternehmensentscheidern u. auch auf Marktebene vertraut.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- von Petersdorff, W./Bernau, P. (2013): Denkfehler, die uns Geld kosten, Köln.

FBC-13 | Bankenaufsicht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-13
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Bankenaufsicht
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Kirmße

2. Inhalt

Die Studierenden sollen im Seminar die wesentlichen Ziele der Bankenregulierung sowie ihre Träger kennenlernen. Da die Bankenregulierung u. -aufsicht ist weltweit einem massiven Wandel unterworfen ist, der durch neue Geschäftsaktivitäten überwachter Institute, neue Risikoeinblicke durch vergangene Krisen aber auch Aktivitäten von „Schattenbanken“ getrieben wird, liegt ein Fokus darauf, diese Veränderungen einordnen zu lernen u. sich die für Institute ergebenden Herausforderungen zu kennen. Ein Schwerpunkt sind hierbei sich die innerhalb der EU durch die neue Aufsichtsstruktur ergebenden Umwälzungen herauszuarbeiten. Das nationale u. internationale Aufsichtssystem, Vorgaben zum Risikomanagement, zu den Liquiditäts- und Eigenmittelvorgaben werden im Rahmen des Moduls vertieft betrachtet. Ebenso werden Maßnahmen der kurativen Regulierung – insbesondere der Einlagensicherungssysteme beleuchtet.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Bankenregulierung
 - Ziele der Bankenregulierung
 - Träger der Bankenregulierung
 - Wesentliche aktuelle Regulierungsfelder
- Kernelemente des Aufsichtsprozesses
 - Laufender Aufsichtsprozess
 - Liquidation, Sanierung und Konkurs

3. Qualifikationsziele

- Studierende kennen die Ziele der Bankenregulierung und deren maßgebliche Träger in ihrer Tiefe.
- Sie sind in der Lage aktuelle Entwicklungen kritisch einzuordnen.
- Sie können die qualitativen und quantitativen Anforderungen an Institute in den Bereichen Risikomanagement, Eigenmittel und Liquidität für exemplarische Beispiele ermitteln.
- Sie kennen die Kernelemente des aufsichtlichen Prozesses sowie die geschaffenen Instrumente für Liquidation, Sanierung und Konkurs in ihrer Komplexität.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- BaFin (2012): Mindestanforderungen an das Risikomanagement – MaRisk
http://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Rundschreiben/dl_rs1210_marisk_pdf_ba.pdf?__blob=publicationFile&v=5
- BCBS (2011): Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems, Juni 2011, <https://www.bis.org/publ/bcbs189.pdf>.
- BCBS (2013): Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and liquidity risk monitoring tools, Januar 2013, <https://www.bis.org/publ/bcbs238.pdf>.
- Bundesbank (2014): So soll das Schattenbankensystem reguliert werden https://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Themen/2013/2013_09_09_so_soll_das_schattenbankensystem_reguliert_werden.html
- Dombret (2015): The role of national supervisors in European banking supervision, http://www.bundesbank.de/Redaktion/EN/Reden/2015/2015_01_30_dombret.html
- Hartmann-Wendels, T. / Hellwig, M. / Jäger-Ambrozewicz, M. (2010): Arbeitsweise der Bankenaufsicht vor dem Hintergrund der Finanzmarktkrise, Köln.
- Wellink, N. (2009): The future of supervision, <http://www.bis.org/review/ro90330a.pdf>
- Schierenbeck, H. / Lister, M. / Kirmße, S. (2014): Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 1: Messung von Rentabilität und Risiko im Bankgeschäft, Wiesbaden.

Ergänzende Literatur (optional)

- Schaber, M. / Brixner, J. (2016): Bankenaufsicht. Institutionen, Regelungsbereiche und Prüfung, Stuttgart.

FBC-14 | Kalkulation von Rentabilität und Risiko in Kreditinstituten
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-14
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Kalkulation von Rentabilität und Risiko in Kreditinstituten
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

In den vergangenen Jahren haben Finanz – und Eurokrise das Geschehen auf den internationalen Geld- und Kapitalmärkten beherrscht. Trotz der weiter voranschreitenden Mathematisierung der Risikomodelle wurden Risiken fehlerhaft bewertet und Finanzinstrumente falsch eingesetzt. Die international hohe Zahl von Bankinsolvenzen und die notwendigen Rettungsaktionen einiger Regierungen haben das Vertrauen in die Kreditwirtschaft nachhaltig belastet. Als politische Konsequenzen wurden weltweit aufsichtsrechtliche Bestimmungen verschärft und höhere Eigenmittelunterlegungen sowie neue Maßnahmen zur Messung und Begrenzung von Liquiditätsrisiken eingefordert. Die Messung von Risiken wird somit immer mehr zu einer großen Herausforderung für alle Institute. Der Value at Risk gilt seit seiner Einführung in den 90er Jahren als zentrales Risikomaß. Mindestens ebenso lange wird über die Zweckmäßigkeit dieser Kennzahl diskutiert. Zum einen wird insbesondere aus investitionsrechnerischen Überlegungen das Lower Partial Moment als Alternative genannt. Zum anderen setzt sich mehr und mehr die Quantifizierung des Expected Shortfall als Basis der Risikotragfähigkeit durch. Stresstests erweitern das Spektrum der Risikoanalyse in Kreditinstituten. Für ein integriertes Rendite-/Risikomanagement ist die sichere Handhabung und Interpretation der Risikomessung unabdingbar. Gleichzeitig bildet die Risikomessung mehr als andere Bereiche heute eine große Basis der bankwirtschaftlichen Forschung und risikotheorietischer Überlegungen.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Das Barwertkalkül und verschiedene Modifikationen
- Berücksichtigung von Optionscharakteristika im Barwertkalkül
- Kalkulation von Leistungsstörungen
- Grundlagen bankinterner Risikomodelle
- Der Value at Risk (VaR) als zentrales Risikomaß und seine konzeptionellen Schwächen
- Das Kohärenzproblem des VaR und alternative Risikomaße
- Überblick über die Kapitalallokationsmaße
- Modellvalidierung im Rahmen des Backtestings

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- sind in der Lage, den Konditionsbeitragsbarwertes eines Geschäftes zu kalkulieren und können Unterschiede im Hinblick auf die Margenkalkulation herausarbeiten.
- haben Verständnis über die Einflussfaktoren auf den VaR in ihren Details.
- erlangen fundierte theoretische Kenntnisse über den Value at Risk und können anhand der konzeptionellen Schwächen dieses Risikomaß kritisch analysieren und daraus eigene Schlussfolgerungen hinsichtlich der adäquaten Risikomessung ziehen.
- Haben vertiefte Kenntnisse von den wichtigsten Modellen in der Finanzwirtschaft zur Ermittlung des Value at Risk.
- sind in der Lage, selbständig den Value at Risk anhand des Varianz-Kovarianz Ansatzes sowie der historischen Simulation zu berechnen.
- sind umfassend mit dem Konzept der alternativen Risikomaße vertraut und können die Lower Partial Moment sowie den Expected Shortfall kalkulieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. (2014): Ertragsorientiertes Bankmanagement – Band 1: Messung von Rentabilität und Risiko im Bankgeschäft, 9. Auflage, Wiesbaden.
- Daldrup, A. (2005): Kreditrisikomaße im Vergleich, Arbeitsbericht Nr. 13/2005, Hrsg.: Matthias Schumann, Göttingen.

FBC-15 | Integriertes Rendite-/Risikomanagement und BOSS-Planspiel

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-15
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integriertes Rendite-/Risikomanagement und BOSS-Planspiel
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Seit der Einführung des Value at Risk hat sich das Verständnis des Erfolgs aus Bankgeschäften dramatisch verändert. Zwei Mitarbeiter einer Bank, die den gleichen Deckungsbeitrag erzielt haben, werden längst nicht mehr als gleich erfolgreich eingestuft. Denn nun wird das Risiko mit in die Bewertung einbezogen, so dass derjenige mit geringerem Risiko den größeren Mehrwert erbracht hat. Da man nun in der Lage ist, Risiken zu messen, ist die Verknüpfung von Rendite und Risiko ein logischer Schluss. Allerdings klingt diese Verknüpfung einfacher umsetzbar, als das in der bankbetrieblichen Realität der Fall ist. Denn es stellt sich eine Vielzahl von Fragen, die teilweise bis heute unbeantwortet sind (z. B. adäquates Risikomaß, Berücksichtigung von Korrelationseffekten, Verfahren zur optimalen Risikokapitalallokation etc.). Die wissenschaftliche Auseinandersetzung damit und die daraus resultierenden praktischen Umsetzungskonzepte haben zu einer großen Zahl von Veröffentlichungen geführt. Die wichtigsten Aussagen hierzu wurden im Basiswerk EBM – Band 2 von Schierenbeck/Lister/Kirmße zusammengefasst. Angesichts der Komplexität dieser Materie soll die Fähigkeit der Studierenden zu einer integrativen Analyse getestet werden. Dazu nehmen die Studierenden am BOSS-Fernplanspiel teil. BOSS können Sie daheim am PC spielen. Jeder Teilnehmer bildet eine eigene Bank, die in einen Wettbewerb mit den konkurrierenden Banken der übrigen Studierenden eintritt. Im Rahmen dieses Spiels müssen die Studierenden zeigen, wie sehr sie in der Lage sind, integrierte Rendite-/Risiko-Entscheidungen zu treffen, um die jeweilige Bank zum Erfolg zu führen.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Das Risikotragfähigkeitskalkül im Risiko-Controlling
- Das Risiko-Chancen-Kalkül als zentraler Bezugspunkt eines integrierten Rentabilitäts- und Risikocontrolling
- Grundlagen einer integrierten Rendite-/Risikosteuerung
- Verfahren zur Allokation von Risikokapital im Bankportfolio
- Optimale Allokation von Risikokapital und risikoadjustierte Performancemessung
- Zinsbuchsteuerung als Anwendungsbeispiel einer integrierten Rendite-/Risikosteuerung
- Leitung einer Bank und Simulation von realitätsnahen Entscheidungssituationen im Rahmen der Banksimulation Boss in einem sich ständigem verändernden, komplexen Entscheidungsumfeld

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können das Risikotragfähigkeitskalkül und Risiko-Chancen-Kalkül im Kontext des ertragsorientierten Bankmanagements einordnen und voneinander abgrenzen.
- quantifizieren im Rahmen der Risikotragfähigkeitsrechnung erwartete und unerwartete Verluste und stellen Sie den ermittelten Risikodeckungsmassen gegenüber.
- sind in der Lage, aus der Risikotragfähigkeitsrechnung Steuerungsimpulse hinsichtlich des Eigenkapitals bzw. Gesamtbankrisikos abzuleiten.
- ermitteln im Rahmen des Risiko-Chancen-Kalküls die risikoadjustierte Rentabilität von einzelnen Geschäftsbereichen bzw. der Gesamtbank und können damit das Kreditinstitut unter Rendite- und Risikoaspekten wertorientiert steuern.
- erhalten einen umfassenden Überblick über bestehende Konzepte und können diese Modelle zur Risikokapitalallokation anwenden sowie kritisch beurteilen.
- kennen das Konzept der risikoadjustierten, integrierten Performancemessung detailliert und können eine Abweichungsanalyse zwischen Ziel- und Ist-RORAC durchführen.
- sind in der Lage, Zinsänderungsrisiken auch in komplexen Kontexten in barwertiger Form zu messen, bewerten und steuern.
- kennen die Komplexität bankpolitischer Entscheidungen und deren Auswirkungen auf die Ertragskraft sowie das Eigenkapital der Kreditinstitute.
- trainieren im Rahmen der Banksimulation Boss ihr eigenes Entscheidungsverhalten hinsichtlich bankpolitischer Entscheidungen in einem sich ständig verändernden, komplexen Entscheidungsumfeld.
- erkennen die Notwendigkeit von strategieadäquaten und konsistenten aufeinander abgestimmten Entscheidungen und erfahren, wie der Einsatz geeigneter Controlling-Instrumente die Qualität von Management-Entscheidungen verbessern kann.
- identifizieren dynamisches, vorausschauendes Denken als notwendige Voraussetzung für die Bankplanung.
- erkennen die in der Realität wirkenden und im Bankplanspiel implementierten Restriktionen bankbetrieblichen Handelns und deren Integration in den Entscheidungsprozess.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. (2008): Ertragsorientiertes Bankmanagement – Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung, 9. Auflage, Wiesbaden.

FBC-16 | Zinsrisikomanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-16
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Zinsrisikomanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Gegenstand des Moduls ist das Management von Zinsänderungsrisiken, die neben den Adressenrisiken die wichtigste Risikoklasse von Kreditinstituten darstellen. Sie umfassen unerwartete, nachteilige Auswirkungen von Zinsveränderungen am Geld- und Kapitalmarkt auf die Ertragslage und/oder die Vermögenssituation einer Bank. Ursächlich hierfür sind Fristeninkongruenzen zwischen der Aktiv- und Passivseite (inkl. Derivate), die bereits „natürlicherweise“ aus unterschiedlichen Laufzeitpräferenzen von Sparern und Kreditnehmern entstehen und die die Bank in der Wahrnehmung ihrer volkswirtschaftlichen Funktion der Fristentransformation eingeht.

Die Fristentransformation stellt jedoch nicht nur eine Risikoquelle dar, sondern ist gleichzeitig insbesondere für Retailbanken ein wichtiger Bestandteil des Zinsüberschusses. So lassen sich bei einer normalen, steilen Zinsstrukturkurve positive Ergebnisbeiträge aus der langfristigen Mittelbereitstellung (z.B. Darlehen) und kurzfristigen Mittelaufnahme (z.B. Spareinlagen) vereinnahmen.

Im Rahmen des Moduls werden die methodischen Grundlagen zum Management von Zinsänderungsrisiken in Kreditinstituten vermittelt. Aufbauend auf definitorischen Abgrenzungen und regulatorischer Rahmenbedingungen werden barwertige und periodische Steuerungsgrundlagen vermittelt, die sowohl Erfolgs- als auch Risikokennzahlen umfassen. Moderne Konzepte zur Zinsbuchsteuerung fokussieren nicht nur auf die Ertragssicht oder nur auf die Vermögenssicht, sondern verknüpfen die Vorteile beider Perspektiven zu einem periodisch-barwertig integrierten Steuerungsansatz, der zusammenführend dargestellt wird. Die Vermittlung von Grundlagen zu Steuerungsphilosophien und zur Strategieableitung im Risikomanagement rundet die Lehrveranstaltung ab.

Im Einklang mit den Zielen umfasst die Lehrveranstaltung folgende Inhalte:

1. Grundlagen der Steuerung des Zinsänderungsrisikos
 - Einordnung und Abgrenzung des Zinsänderungsrisikos
 - Zielgrößen des Zinsrisikomanagements
2. Aufsichtsrechtliche Anforderungen an das Management von Zinsänderungsrisiken
 - Überblick aufsichtsrechtlicher Anforderungen
 - Aktuelle Entwicklungen
3. Barwertige Steuerungskonzeption
 - Strukturelle Analyse des Zinsbuch-Cashflows einer Bank
 - Beurteilung der Performance im Zinsbuch
 - Beurteilung des Risikostatus auf Basis verschiedener Risikomodelle
 - Verknüpfung der Performance- und Risikosicht in der Risk-Return-Steuerung
4. Periodische Steuerungskonzeption
 - Klassische Konzepte zur Steuerung des Zinsergebnisses
 - Simulation und Planung des Zinsergebnisses
5. Integration der barwertigen und periodischen Perspektive
 - Relevanz kompensatorischer Effekte innerhalb der Erfolgsquellen des Zinsergebnisses
6. Strategiefixierung und Benchmark-Auswahl
 - Alternative Philosophien zur Steuerung des Zinsänderungsrisikos
 - Strategiekonforme Ableitung von Maßnahmen im Rahmen der Zinsbuchsteuerung

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- erhalten einen erweiterten Überblick über die Grundlagen und Rahmenbedingungen für das Zinsrisikomanagement in Kreditinstituten.
- verstehen die Zusammenhänge und Unterschiede barwertiger und periodischer Zielgrößen in ihrer Komplexität.
- sind in der Lage, einschlägige Risikokennzahlen zu beurteilen.
- kennen die Einflussfaktoren für die Ableitung einer Zinsrisikostrategie.
- können Maßnahmen eigenständig ableiten, um Zinsänderungsrisiken zu steuern.
- können auf Basis von vermittelten Analyseansätzen Argumente zur Fixierung einer Zinsbuchstrategie anführen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Schierenbeck, H. /Lister, M. /Kirmße, S. (2014): Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 1: Messung von Rentabilität und Risiko im Bankgeschäft, 9. Auflage, Wiesbaden, S. 475-528.
- Schierenbeck, H. /Lister, M. /Kirmße, S. (2008): Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung, 9. Auflage, Wiesbaden, S. 669-692.
- Menninghaus, W. (2001): Barwertige Zinsbuchsteuerung, in: Handbuch Bankcontrolling, Schierenbeck, H.; Rolfes, B.; Schüller, S. (Hrsg.), Wiesbaden, S. 1147-1160.
- Bannert, T. (2000): Integriertes Treasury-Management – Bilanzstruktursteuerung bei Sparkassen mit kombinierten barwertig/periodischen Konzepten, in: Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen, 53. Jg., Heft, S. 1068-1078.
- Emmerich, N. /Roßbach, P. (2006): Der Bankensektor im Wandel – Festschrift zum 65. Geburtstag von Professor Dr. Erich Priewasser, Frankfurt a.M./Düsseldorf
- Kirmße, L. /Lach, N. /Neubert, B. (2003): Integrierte Zinsbuchsteuerung in der bankbetrieblichen Praxis (I), in: Betriebswirtschaftliche Blätter, 52. Jg., Nr. 4, S. 199-204.
- Kirmße, L. /Lach, N. /Neubert, B. (2003): Integrierte Zinsbuchsteuerung in der bankbetrieblichen Praxis (II), in: Betriebswirtschaftliche Blätter, 52. Jg., Nr. 5, S. 258-262.
- Balke, C. /Brüling, S. (2009): Stabilisierung des Geschäftsmodells: Fristentransformation als Ertragsquelle, in: Die Bank - Zeitschrift für Bankpolitik und Praxis, 6/2009, Köln, S. 50-53.
- Menninghaus, W. /Bette, H. (2013): Potenziale aus der Fristentransformation nutzen, in: Bankinformation/Genossenschaftsforum, 41. Jg., Nr. 10, S. 32-37.

Ergänzende Literatur (optional)

- Rolfes, B. (2008): Gesamtbanksteuerung, 2. Auflage, Stuttgart, S. 360-474.

FBC-17 | Kreditrisikomanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-17
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Kreditrisikomanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Das Kreditrisiko stellt zweifelsohne das bedeutendste Risiko in Kreditinstituten dar. Es umfasst nachteilige Auswirkungen von Ausfall- und Bonitätsrisiken auf die Ertragslage oder die Vermögenssituation einer Bank. Ursächlich hierfür sind insolvenzinduzierte Kreditausfälle im Kreditportfolio bzw. migrationsinduzierte Wertverluste aufgrund Bonitätsverschlechterungen der Kreditnehmer. Dabei können das Ausfall- und das Bonitätsrisiko in die zwei grundsätzlichen Kategorien „expected loss“ und „unexpected loss“ unterteilt werden. Kreditverluste dürfen nicht einfach undifferenziert zusammen mit „echten“ Verlustüberraschungen in einen Topf geworfen und verbucht werden. Vielmehr sind die „erwarteten“ Kreditverluste als Bestandteil des ordentlichen Betriebsergebnisses von Banken zu betrachten und als erwartete Verluste bereits bei der Kreditgewährung als Risikokosten einzupreisen. Als Kreditrisiko, kann eigentlich nur der unerwartete Verlust bezeichnet werden, der über den bereits bei der Standard-Risikokosten-Rechnung antizipierten erwarteten Verlust hinausgeht. Das Kreditrisiko weist drei Besonderheiten auf, die bei der Implementierung von Kreditrisikomodellen zur Quantifizierung und der Formulierung von geschäftspolitischen Strategien zur Begrenzung von Kreditrisiken zu berücksichtigen sind:

- Grundsätzlich rechtsschiefe Verteilung der Kreditverluste
- Interdependenzen zwischen erwartetem und unerwartetem Verlust
- Unsystematisches und systematisches Kreditrisiko

Für das Management der Kreditrisiken wurde in den letzten Jahren eine Vielzahl von Ansätzen zur Quantifizierung des Kreditrisikos entwickelt. In diesem Modul sollen Sie die Studierenden intensiv mit den Kreditrisikomodellen CreditRisk+™ von Credit Suisse Financial Products und CreditMetrics™ von J.P. Morgan auseinandersetzen. Gemeinsam ist diesen Modellen sowohl ihr Ziel, die unerwarteten Kreditverluste zu messen, als auch die damit einhergehende Betrachtung des gesamten Kreditportfolios. Die Konzepte unterscheiden sich jedoch wesentlich hinsichtlich der zugrundeliegenden Risikoauffassung. Zur Risikobegrenzung stehen den Kreditinstituten verschiedene Instrumente zur Verfügung. Gegenstand der Diskussion in diesem Modul soll schwerpunktmäßig der Risikotransfer durch Asset Backed Securities (ABS) oder den Einsatz von Kreditderivaten sein. Mit Hilfe solcher Produkte lassen sich die Kreditrisiken von Einzelpositionen oder Portfolios auf verschiedene Marktteilnehmer übertragen. Die Kreditinstitute können sich sowohl von Kreditrisiken trennen, als auch zusätzliche Risiken übernehmen. Kreditrisikotransferinstrumente stehen bereits seit vielen Jahren im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit. Einerseits wurden Sie als ein möglicher Auslöser der internationalen Finanzmarktkrise 2007/2008 lokalisiert, andererseits wurde bei der anschließenden europäischen Schuldenkrise auf ein spezifisches Instrument des Kreditrisikotransfers (Europäischer Rettungsschirm) zurückgegriffen. Kreditrisikotransferinstrumente stellen also häufig genutzte, finanzmarkttechnisch anspruchsvolle, aber in gewisser Weise auch problematische Instrumente dar. Umso wichtiger ist es, dass die Studierenden als Fachleute in den Kreditinstituten ein solides Wissen über die Ausgestaltungsformen, die Bewertung und die Regulierung der neuen Instrumente erwerben können, ohne von den mathematischen Grundlagen der Finanzkonstruktion erdrückt zu werden.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Begriff und Wesen des Ausfallrisikos
- VaR-Messung auf Basis bonitätsbedingter Rating-Migrationen im Konzept CreditMetrics™
- Value at Risk im Konzept Credit Portfolio View™
- VaR-Messung auf Basis gesamtgeschäftsbezogener Risikoergebnisschwankungen (Risikoergebnis)
- Alternative Messung des VaR auf Basis erwarteter Ausfallraten am Beispiel von CreditRisk+™
- Das ACRA-Konzept der UBS
- Optionspreistheoretischer Ansatz von KMV Corp.
- Übersicht über die Maßnahmen und Instrumente der Kreditrisikosteuerung
- Ratingsysteme als Grundlage der Adressrisikosteuerung
- Kalkulation von Risikoprämien und Eigenkapitalkosten
- Relevanz und Aussage von Migrationsmatrizen
- Instrumente zur Steuerung des Adressrisikos
- Management des Adressrisikoergebnisses

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen die Unterschiede zwischen dem Ausfall- und Marktrisiko in ihrer Komplexität.
- verfügen über ein tiefgehendes Verständnis der Risikomessmodelle und Risikosteuerungsinstrumente im Kreditgeschäft.
- können die Kreditrisikomessung und -steuerung auf Einzelgeschäftsebene und im Portfoliokontext selbständig durchführen sowie bestehende Kreditrisiken beispielhaft mit adäquaten Instrumenten absichern.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M./Kirmße, S. (2008): Ertragsorientiertes Bankmanagement – Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung, 9. Auflage, Wiesbaden.
- Rudolph, B./Hofmann, B./Schaber, A./Schäfer, K. (2012): Kreditrisikotransfer – Moderne Instrumente und Methoden, Heidelberg.

FBC-18 | Kapazitätsmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-18
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Kapazitätsmanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Sander

2. Inhalt

Durch den entstandenen Kostendruck kommt dem Kapazitätsmanagement (Capacity Management) in Banken in den vergangenen Jahren eine erhebliche Bedeutung zu. Kapazitätsmanagement hat zum Ziel, dass die vorgehaltenen Kapazitäten jederzeit den benötigten Kapazitäten entsprechen und stellt so den wirtschaftlichen Umgang mit Ressourcen sicher.

Zentrale Elemente des Kapazitätsmanagements in Banken können aus der Industrialisierung der Finanzindustrie abgeleitet werden und weisen Parallelen zu Industrieunternehmen auf. Mit dem Kapazitätsmanagement stehen wichtige Instrumente zur Reduzierung und Flexibilisierung von Kosten zur Verfügung. Unabhängig sind deshalb die Quantifizierung, Optimierung und Steuerung der benötigten Kapazitäten sowie die Quantifizierung und Steuerung der vorgehaltenen Kapazitäten. Die Lehrveranstaltung setzt sich mit diesen Elementen auseinander.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Ziele und Dimensionen des Kapazitätsmanagements
- Ableitung aus der Industrialisierung und Parallelen zu Industrieunternehmen
- Prozessmanagement als Voraussetzung des Kapazitätsmanagements
- Steuerung der benötigten Kapazität
- Steuerung der vorhandenen Kapazität
- Outsourcing als Alternative

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- verstehen die Ziele und Dimensionen des Kapazitätsmanagements in ihrer Komplexität und können diese aus der Industrialisierung ableiten.
- können Parallelen zwischen den Produktionsprozessen in Kreditinstituten sowie Industrieunternehmen ziehen und Ergebnisse in ihren beruflichen Kontext transferieren.
- können eine Arbeitsablaufuntersuchung initiieren und grundlegende Methoden zur Zeiterhebung selbständig anwenden.
- können auf Basis definierter Kriterien Entscheidungen über die Dauer von Serviceleveln für unterschiedliche Prozesse treffen.
- sind in der Lage, auch kritische Personalmaßnahmen im Rahmen der Steuerung der vorhandenen Kapazitäten argumentativ durchzusetzen.
- können den Erfolg einer Auslagerung quantifizieren und Schlussfolgerungen über die Vorteilhaftigkeit ziehen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pfichtliteratur

- Kuchelmeister, P. (2015). Industrialisation in savings bank - an empirical analysis using the example of German savings banks

Ergänzende Literatur (optional)

- Dueck, G. (2015) Schwarm Dumm, Frankfurt, New York.
- Hartlieb, B./ Kiehl, P./ Müller, N. (2009) Normung und Standardisierung, Grundlagen, DIN Beuth Verlag, Berlin et al.
- Köhler, M./ Lang, G. (2008) Trends im Retail-Banking: Outsourcing im deutschen Bankensektor, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH, Dokumentation Nr. 08-04, Mannheim.

FBC-19 | Personal- und Organisationsentwicklung in Banken
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-19
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Personal- und Organisationsentwicklung in Banken
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

Das Modul Personal- und Organisationsentwicklung in Banken greift aktuelle strategische Herausforderungen von Unternehmen der Finanzbranche auf. Dazu zählen neben veränderten Rahmenbedingungen (Regulierung, Niedrigzinspolitik, demografischer Wandel, Digitalisierung) ein zu beobachtender Trend neuer Arbeitsformen und ein Wandel arbeitsbezogener Wertvorstellungen insbesondere junger Arbeitnehmer. Vor dem Hintergrund der mit diesem Wandel verbundenen Herausforderungen liefert dieses Modul Ansatzpunkte, um den Wertbeitrag, den Mitarbeiter und Personalmanagement für ein Unternehmen liefern, herauszustellen. Behandelt werden sowohl inhaltlich erfolgversprechende Konzepte von Führung und Personalmanagement sowie auch Methoden, die es ermöglichen diesen Erfolgsbeitrag zu messen. Zudem werden Optionen vorgestellt, mit denen Banken in der Personal- und Organisationsentwicklung adäquat auf Trends reagieren können. Dargestellt werden exemplarisch ein alters- und genderspezifisches Personalmanagement (demografischer Wandel) sowie Ansätze zum e-Recruiting, e-Learning, Management 2.0 oder zur Nutzung von Big Data im Personalcontrolling (Digitalisierung). Die Diskussion ethischer Aspekte von Führung, Personalmanagement und Organisationsgestaltung in Banken rundet das Modul ab.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Trends in der Finanzdienstleistungsbranche und deren Auswirkungen auf Personalmanagement und Organisationsentwicklung
- theoretische Modelle zur Erklärung von Erfolg und Wertbeitrag von Personal- und Organisationsentwicklung (z.B. ressourcenökonomischer Ansatz, kompetenzbasierte Ansätze, ökonomische Bedeutung von Kompetenzen in einer Wissensgesellschaft)
- Motivationstheorie
- Empirische Erfolgsfaktorenforschung zum Personalmanagement
- altersspezifisches Lernen und altersgemischtes Lernen
- Wissensmanagement
- Lernende Organisation
- Action Learning und Social Workplace Learning
- Kollaborative Arbeitsformen (z.B. Communities of Practice)

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- wissen um die aktuelle Relevanz von Kompetenzmanagement, Personal- und Organisationsentwicklung für den wirtschaftlichen Erfolg von Banken.
- können die Relevanz aktueller Ansätze zur Personal- und Organisationsentwicklung würdigen und insbesondere mit Blick auf ihr Unternehmen reflektiert bewerten.
- kennen Theorien, die die Erfolgswirkung von Personal- und Organisationsentwicklung begründen und in ihrer Tiefe erklären können.
- haben einen detaillierten Überblick zu Ergebnissen der empirischen Forschung auf dem Gebiet der Wirkung von Personal- und Organisationsentwicklung.
- kennen Prozesse und Implementierungsansätze, um moderne Formen zur Personalentwicklung und Arbeitsorganisation in Unternehmen zu integrieren und können diese in den Kontext ihrer Unternehmen übertragen.
- haben ein detailliertes Verständnis für ein strategiegeleitetes Kompetenzmanagement entwickelt.
- erlangen die Fähigkeit, strukturelle und kulturelle Voraussetzungen für ein lernendes Unternehmen zu definieren und können aufzeigen, welche wie diese umgesetzt werden können.
- haben einen vertieften Einblick ins Wissensmanagement, kennen Techniken um relevantes Wissen im Kontext eines Unternehmens zu identifizieren, zu beschaffen bzw. zu entwickeln, zu (ver-)teilen, zu nutzen und zu bewerten.
- können Methoden zur Weitergabe und Nutzung von implizitem Wissen bewerten und argumentieren, inwiefern diese Methoden im Kontext eines Unternehmens in der Finanzbranche nutzenstiftend eingesetzt werden können.
- kennen alternative kollaborative Arbeitsformen und können deren Einsatzpotenziale vergleichend und situativ beurteilen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Hasebrook, J./Kring, T. [Hrsg.] (2016): Erfolgsfaktor Personal in Banken und Sparkassen, Zusammenhänge von Personalmanagement und -führung auf den Unternehmenserfolg mittelständischer Kreditinstitute, S.3-166, S. 167-196.
- Klimoski, R./Amos, B. (2012): Evidence-based leadership, in: Academy of Management Learning & Education. 2012. Vol. 11. No. 4, 685-702.
- Gaddis, B./Foster, J. (2015): Meta-Analysis of Dark Side Personality Characteristics and Critical Work Behaviors among Leaders across the Globe: Findings and Implications for Leadership Development and Executive Coaching, in: Applied Psychology: an international review, Vol. 64 No. 1, 25-54.
- Huselid, M (1995): The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, And Corporate Financial Performance, in: Academy of Management Journal, Vol. 38, No. 3. 635-672.
- Schuchmann, D./Seufert, S. (2015): Corporate learning in times of digital transformation: a conceptual framework and service portfolio for the learning function in banking organizations, iJac, working paper, St. Gallen.

FBC-20 | Strategieentwicklung in Banken und Sparkassen

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-20
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategieentwicklung in Banken und Sparkassen
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

Um in einem turbulenten Markt- und Wettbewerbsumfeld bestehen zu können, brauchen Banken und Sparkassen ein gutes Gespür für die aktuellen Trends, eine klare Vorstellung von einem langfristig anzustrebenden Ziel sowie eine Strategie, für deren Umsetzung sich Führungskräfte und Mitarbeiter gleichermaßen begeistern und dauerhaft einsetzen.

Diese Strategie sollte verschiedenen Anforderungen genügen, will sie den wirtschaftlichen Erfolg nachhaltig sichern: Inhaltlich sollte sie am Bedarf der Kunden orientiert und innovativ sein, um sich vom Wettbewerb abzuheben sowie Wettbewerbsvorteile auszubauen und zu schützen. Strategieprozess und Konsistenz von Gesamtbank- und Teilstrategien müssen den Vorstellungen von Leitungs- und Aufsichtsgremien und nicht zuletzt den regulatorischen Anforderungen entsprechen. Im Sinne eines nachhaltig erfolgreichen Geschäftsmodells sollten sowohl Inhalte als auch die Prozesse bei der Entstehung und Umsetzung der Strategie den Anforderungen an ein ethisches Bankmanagement genügen. Zum Strategieprozess gehören neben der Entwicklung und Vereinbarung auch die Strategiedurch- und Strategieumsetzung, damit die Strategie nicht nur auf dem Papier steht, sondern in der Praxis wirkt. Dabei stehen nicht Zahlen und Berechnungen, sondern Begeisterung und Bindung von Kundschaft und Mitarbeiterschaft im Vordergrund („people first“). Wichtige Teilstrategien, wie die Vertriebs- und Personalstrategie, müssen daher nicht nur logisch zur Gesamtbankstrategie passen, sondern unmittelbar deren Machbarkeit und Durchsetzung fördern.

Diese Aspekte sind Gegenstand des Moduls Strategieentwicklung in Banken und Sparkassen. Den Rahmen bildet der Anspruch, ethisch verantwortliches Bankmanagement zu verfolgen. Inhaltlich werden aktuelle Trends auf dem Bankenmarkt thematisiert, um zu prüfen, inwiefern bestehende Geschäftsmodelle und Strategien gemäß dieser Trends angepasst werden sollten. Exemplarisch seien die Digitalisierung oder die Folgen der Niedrigzinsphase genannt. Dabei werden auch methodische Ansätze der innovativen Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen berücksichtigt. Mit Rücksicht auf eine regulatorische Perspektive werden Anforderungen thematisiert, die sich unter der Berücksichtigung aktueller regulatorischer Anforderungen heraus für die Strategie einer Bank ergeben.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundlagen der Strategietheorie und der empirischen Strategieforschung
- Umgang mit Komplexität
- Integriertes Managementsystem gemäß St. Galler Managementmodell
- Zusammenhang von Strategie, Struktur und Kultur
- Methoden und Techniken der Geschäftsmodell- und Strategieentwicklung (z.B. Business Model Generation, Design Thinking)
- Methoden der Strategieumsetzung (z.B. Balanced Scorecard)
- Hindernisse in der Strategieumsetzung und im Veränderungsprozess von Banken

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- Haben ein vertieftes Verständnis für die Herausforderungen komplexer Wettbewerbsbedingungen von Banken und Sparkassen.
- haben einen breiten Überblick zu den Geschäftsmodellen von Banken und Finanzdienstleistern auf dem deutschen Bankenmarkt, können diese Geschäftsmodelle differenziert analysieren und vergleichend bewerten.
- sind durch die analytische und kritisch reflektierende Betrachtung aktueller Marktstudien und betriebswirtschaftlich ausgerichtete Prognoseszenarien für die zukünftigen Herausforderungen europäischer Banken sensibilisiert.
- können strategische Optionen herleiten und theoriegeleitet in ihrer potenziellen Erfolgswirkung bewerten.
- wissen um die strategischen Herausforderungen, die sich für Banken auf Grundlage der aktuellen Bankenregulierung heraus ergeben.
- können strategische Optionen für Banken und Sparkassen als Reaktion auf aktuelle Herausforderungen entwickeln, vergleichend bewerten und argumentativ vertreten.
- kennen die Balanced Scorecard als Management und Performance-Measurementsystem und können strategische Optionen mit Hilfe dieses Instrumentes in messbare Ziele überführen sowie adäquate Projekte zur Förderung der Strategieumsetzung entwickeln.
- sind in der Lage, die Vorteilhaftigkeit der Balanced Scorecard zu bewerten und einsetzen.
- sind mit den Herausforderungen vertraut, aus den Messergebnissen der Balanced Scorecard heraus, einen Strategiereview zu gestalten.
- verstehen es, die Einsatzpotenziale der Balanced Scorecard kritisch zu würdigen.
- kennen Hindernisse in der Strategieumsetzung und wissen um Handlungsoptionen, um den Realisierungsgrad entwickelter Strategien zu erhöhen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management: Grundlagen der Unternehmensführung – Konzepte, Funktionen, Fallstudien, Kapitel 8, S. 433-480; Kapitel 9, S. 481-538; Kapitel 10, S. 539-590.
- Kring, T. (2005): Die Balanced Scorecard als Managementsystem für Banken, S. 60-173
- Davoudi, S./Fartash, K. (2012): Integrating Human Resource Management with Firm's Strategy: A Key Concept to Achieve Firm's Superior Performance, in: Arth Prabhand: A Journal of Economics and Management, Vol.1 Issue 2.
- Beer, M./Eisenstat, R. (2000): The Silent Killers of Strategy Implementation and Learning, in: Sloan Management Review, Summer 2000, S. 29-40.
- Collis, D./Rukstad, M. (2008): Can You Say What Your Strategy Is?, in: Harvard Business Review, April, S. 1-9.

FBC-21 | Management von Restrukturierungen und Fusionen

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-21
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Management von Restrukturierungen und Fusionen
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

Seit Jahrzehnten wird in der Finanzdienstleistungsindustrie die Frage nach der richtigen Betriebsgröße gestellt. Mit Fusionen versucht man vor allem, Economies of Scale zu nutzen, um so beispielsweise bessere Cost Income Ratios zu generieren. Aber auch ohne Fusionen ist jeder Finanzdienstleister zu einem permanenten Wandel gezwungen. Sich nicht erst seit der Finanzkrise verschärfende regulatorische Rahmenbedingungen, veränderte Kundenbedürfnisse und ein immer dynamischeres Wettbewerbsumfeld erfordern die permanente Weiterentwicklung des institutseigenen Geschäftsmodells im Sinne einer optimierten Strategie- und Konzeptentwicklung sowie der verbesserten Ressourcenallokation und –steuerung. Der Erfolg von Fusionsprozessen wurde bereits in diversen wissenschaftlichen Arbeiten untersucht. Dabei wurde in aller Regel ermittelt, wie sich bestimmte Kennzahlen nach der Fusion verändert haben, um dann zu erklären, ob bzw. wann sich Fusionen gelohnt haben. Das Handling von Restrukturierungen und Fusionen ist jedoch wissenschaftlich kaum analysiert worden. Anwendern wird abverlangt, mit solidem ökonomischem Wissen auf der Klaviatur verschiedener betriebswirtschaftlicher Instrumente zu spielen.

Aber welche einzelnen Instrumente und Modelle in einem integrativen Ansatz zusammengeführt werden müssen, um Restrukturierungen und Fusionen tatsächlich zu einem Erfolg werden zu lassen, wurde bislang noch nicht vollumfassen erforscht. Vor diesem Hintergrund ist das Ziel dieses Moduls, das die Studierenden die Anforderungen an sowie die Erfolgsfaktoren von Restrukturierungen und Fusionen kennen und bei der Bewertung von Restrukturierung und Fusionen anwenden können. Sie sollen zudem lernen, welche Instrumente wann im Rahmen solcher Prozesse in einem ganzheitlichen Ansatz wie eingesetzt werden können, um den Erfolg solcher Maßnahmen sicherzustellen.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Restrukturierung – Ursachen, Verfahren, Methoden, Hindernisse
- Verhaltenswissenschaftliche und motivationstheoretische Aspekte im Veränderungsmanagement
- Rollen, Prozess, Methoden und Techniken im Veränderungsmanagement
- Fusionsmanagement – Prozesse, Erfolgsfaktoren

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen Ursachen von Restrukturierungen und Fusionsbestrebungen in der Finanzdienstleistungsbranche vertieft.
- verfügen über einen detaillierten Überblick zu empirischen Studien, die sich mit den Erfolgsfaktoren von Restrukturierungsmaßnahmen, Veränderungsmanagement und Fusionsmanagement beschäftigen.
- kennen Methoden und Techniken aus dem Veränderungsmanagement und können diese auch in komplexen Kontexten fallbezogen anwenden, kritisch reflektieren und bewerten.
- kennen Ansätze für das Management von Fusionen in Banken (Prozess, rechtliche Anforderungen, Umgang mit Konflikten, etc.) in ihrer Anwendung.
- dargestellte Methoden aus dem Fusionsmanagement können sie fallbezogen anwenden, zusammenhängen aus unterschiedlichen Perspektiven (z.B. Kunden, Mitarbeiter, Eigentümer, Management) würdigen und Verbindung mit kosten- und ertragsorientierten Performancegrößen bewerten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Kotter, J. (2015): Leading Change, S. 1-134.

Ergänzende Literatur (optional)

- Frischmuth, R./Schäfer, F.(2006): Zentrale Erfolgsfaktoren für Restrukturierungsprozesse, in: Betriebswirtschaftliche Blätter, Nr. 11.
- Lünendonk, T./Renke, J. (2009): Themendossier – Restrukturierung – Erfolgreiche Neuausrichtung von Unternehmen, S. 11 - 33.
- Kann, J. (2004): Transformation des Bankensektors in Europa, Wien, S. 6 - 10 und 22 - 62.
- Bofinger, P./Buch, C./Feld, L./Schmidt, C./Wieland, V. (2013): Gegen eine rückwärtsgewandte Wirtschaftspolitik, Wiesbaden, S. 208 - 243.
- Klaus, B./Schäfer, D. (2013): Implizite Staatsgarantien verschärfen die Probleme – Trennbankensystem allein ist keine Lösung. In: DIW Wochenbericht, 80. Jg., Nr. 18, S. 3–15.
- Andersch, T./Krüger, W. (2007): CRO – Quo Vadis? – Der “Chief Restructuring Officer” (CRO) im deutschen Restrukturierungsmarkt. Eine empirische Untersuchung, Gießen, 2007.
- Henk, A./zur Nieden, F. (2014): Mind the Gap. In: Bankinformation, Nr. 6, S. 60 – 65.
- Dommès, K.-M./Laubach, P. (2011): Strategische Option – Erfahrungsbericht über eine Fusion dreier Genossenschaftsbanken. In: Bankinformation, Nr. 11, S. 75 – 77.

FBC-22 | Bankenethik in der Marktwirtschaft

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-22
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Bankenethik in der Marktwirtschaft
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

Ursprünglich wurden Banken erfunden, um die wertschöpfende Realwirtschaft mit den Bankprodukten zu versorgen, die eben den realwirtschaftlichen Prozessen dienlich sind. Sie waren damit Teil einer Wertschöpfung, die einen dafür entsprechenden Preis rechtfertigt.

Diese Bankprodukte bzw. Leistungen sind für das Funktionieren der (globalen) Realwirtschaft von so zentraler Bedeutung, dass es von hohem gesellschaftlichem Interesse ist, die Funktionsfähigkeit der Kreditwirtschaft durch die staatliche Ordnungsmacht zu überwachen (vgl. § 6 Abs. 2 KWG). Es ging also um eine nachhaltige Wertschöpfung zu einem marktgerechten Preis innerhalb ordnungspolitischer Leitplanken. Dieser dienende Zweck ist durch eine Fokussierung auf den Shareholder Value in Verbindung mit darauf ausgerichteten Entlohnungssystemen in Teilen verlorengegangen. Geschäfte hatten bereits dann ihre Berechtigung, wenn sie der individuellen Renditeorientierung des Entscheiders dienlich waren. Die Wertschöpfung und ihre faire Aufteilung wurden in Teilen nur noch akzeptiert, soweit sie der kurzfristigen Maximierung des Shareholder Value nicht im Wege standen. Dass eine solche Sichtweise gerade in einer Marktwirtschaft nur kurzfristig überleben kann, ist durch den gesellschaftlichen Aufstand, eine überproportionale Regulierung und zahlreiche faktische Bankkrisen und -pleiten deutlich geworden.

In diesem Modul wird systematisch erarbeitet, dass ein nachhaltiger Unternehmenserfolg neben der (kurzfristigen) Rendite auch von einem fairen Interessenausgleich aller Stakeholder abhängig ist und in der Konsequenz dieser faire Interessenausgleich Teil der Kultur und integraler Bestandteil der Steuerungssystematik sein muss. Wenn der faire Interessenausgleich zwischen allen Stakeholdern ein wesentliches Element der Ethik ist, geht es demnach um die ethische Dimension eines nachhaltigen Erfolgs.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundlagen der Wirtschafts-, Unternehmens-, Führungs- und Individualethik
- Entscheidungsethik im Bankmanagement
- Corporate Social Responsibility als Business Case und Managementkonzept
- Messung und Steuerung einer nachhaltigen Geschäftspolitik in Banken
- Social Banking
- Verantwortliche Führungssysteme und ethisch geprägte Leadership-Ansätze

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- Kennen Wirtschafts-, Unternehmens-, Führungs- und Individualethik in ihrer Breite und können formale und materiale Ansätze normativer Ethik systematisch darstellen.
- wissen um die Wechselwirkungen zwischen Wirtschafts-, Unternehmens- und Individualethik.
- kennen ethische Konfliktfelder im Kontext des Bankmanagements (z.B. Gewissenskonflikte, interpersonale Konflikte zwischen Mitarbeitern und Führungskraft bzw. Mitarbeitern und Kunden).
- können einen Entscheidungsprozess unter ethischen Aspekten strukturieren, um im Kontext der Geschäftspolitik von Banken mit Konfliktsituationen umzugehen.
- können selbstständig ethisch motivierte Entscheidungen in der Zusammenarbeit mit Kollegen respektive im Kundengeschäft treffen.
- können Verbindungen herstellen zwischen einer von Stakeholdern erwarteten verantwortlichen Unternehmenspolitik und wirtschaftlichen Entscheidungstatbeständen in einer Bank.
- können Lösungen zu ethischen Konflikten im Kontext des Bankmanagements erarbeiten und argumentativ vertreten.
- haben einen Überblick zu Verfahren, um die Wirkung einer verantwortlichen und/oder nachhaltigen Bankpolitik zu messen.
- kennen Ansätze des Reputationsrisikomanagements.
- kennen Geschäftsmodelle und Anbieter auf dem Markt des Social Banking, und können diese differenziert beurteilen.
- sind in der Lage, Ansätze aus dem Social Banking als strategische Option auf das Geschäftsmodell des eigenen Arbeitgebers zu übertragen und anzuwenden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Danilov, A./Biemann, T./Kring, T./Sliwka, D. (2013): The dark side of team incentives: Experimental evidence on advice quality from financial service professionals, in: Journal of Economic Behavior and Organization, No. 93, S. 266-272.
- Göbel, E. (2010): Unternehmensethik, 2. Auflage, S. 1-46.
- Kreikebaum, H. (1996): Grundlagen der Unternehmensethik, S. 213-266.
- Kring, T./Leusmann, K. (2016): Führung und Ethik in Banken: Befunde und zukünftige Anforderungen, in: Hasebrook, J./Kring, T. [Hrsg.] (2016): Erfolgsfaktor Personal in Banken und Sparkassen, S. 31-58.
- Pohl, M./Zaby, S. (2008): Das bankbetriebliche Reputationsrisikomanagement und dessen Umsetzung, WWZ Forschungsbericht 01/2008.

Ergänzende Literatur (optional)

- Kring, T. (2014): Fokus „Ethisch authentische Führung“ – reflektierte Werteorientierung in der Führung von Banken, in: Kring, T./Lister, M. [Hrsg.] (2014): Bankentrends21 – Ergebnisse der ADG-Trendstudie 2014, S. 152-165.
- Leusmann, K. (2014): Kulturwandel bei den Banken – Wege zu Ethik und Verantwortung im Kreditgewerbe, Wiesbaden.

FBC-23 | Digitalisierung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-23
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Digitalisierung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt von Walter

2. Inhalt

Die digitale Revolution stellt keine geringere Frage als die nach der künftigen Berechtigung von Banken, Sparkassen und sonstigen Finanzdienstleistern. Angefangen bei der veränderten Art und Weise der Kundeninteraktionen über digitalisierte, teilweise vollautomatisierte Prozesse bis hin zu neuen Arbeitsformen in Banken unter dem Schlagwort „Arbeit 4.0“ stehen Banken vor tiefgreifendem Anpassungsbedarf ihrer Geschäftsmodelle. Darüber hinaus werden neue Wettbewerber aus dem Non- und Nearbank-Bereich, insbesondere auch Fintechs zusätzlich Druck auf etablierte Geschäftsmodelle ausüben. Die fortschreitende digitale Revolution wird dabei jedoch nur für diejenigen Institute eine Bedrohung darstellen, die ihren Herausforderungen nicht hinreichend begegnen. Selbst für kleine Regionalbanken kann die Digitalisierung mehr Chance als Risiko bedeuten, wie einzelne Erfolgsbeispiele bereits zeigen.

Mit diesem Modul sollen die Herausforderungen und Facetten der Digitalisierung in eine Struktur gebracht werden und ein erster Überblick über diese weite Themenfeld geschaffen werden.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundlagen der Digitalisierung
- Paradoxa der Digitalisierung (Haptik-Paradoxon usw.)
- Trends und Entwicklungen im FDL-Sektor
- Digitalisierung der Vertriebsbank
- Digitalisierung der Produktionsbank
- Innovationsmanagement
- Analyse digitaler Geschäftsmodelle

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- erhalten einen vertiefenden Einblick in über die mannigfaltigen Facetten der Digitalisierung.
- verstehen zentrale Trends der Digitalisierung im Finanzdienstleistungssektor in ihrer Komplexität.
- verbessern die Fähigkeit diese und neue Trends zu analysieren und einzuwerten.
- können Strategien und Konzepte in ihren Unternehmen weiterentwickeln.
- können Lösungen für digitale Kundenbedürfnisse und Geschäftsmodelle entwickeln.
- lernen durch die Gruppenarbeiten gemeinsam komplexe Lösungen zu erarbeiten, Standpunkte zu präsentieren und diese zu vertreten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Hamidian, K. / Kraijo, C.: Digitalisierung – Status quo, in: Keuper, F. / Hamidian, K. et al. (Hrsg.): Digitalisierung und Innovation (2016), S. 3 – 24.
- Bieberstein, I.: Theorie – Besonderheiten der Distribution von Finanzdienstleistungsprodukten, in: Bieberstein, I. / Brock, H.: Multi- und Omnichannel-Management in Banken und Sparkassen (2015), S. 3 – 23.
- Labes / Hahn et al.: Geschäftsmodelle im Cloud Computing, in: Keuper, F. / Hamidian, K. et al. (Hrsg.): Digitalisierung und Innovation (2016), S. 35 – 60.
- Brenner, W. / Hermann, A.: Das Modell des Managements in der digitalen, vernetzten Welt, in: Stadler, R. / Brenner, W. / Hermann, A.: Erfolg im digitalen Zeitalter (2012), S. 13 – 31.
- Esch, F. / Knörle, C.: Omni-Channel-Strategien durch Customer-Touchpoint-Management erfolgreich realisieren, in: Binckebank, L. / Elste, R.: Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen (2016), S. 123 – 136.
- Niendick / Jansen / Kalinowski: Big Data Management auf Basis von In-Memory-Technologien, in: Keuper, F. / Hamidian, K. et al. (Hrsg.): Digitalisierung und Innovation (2016), S. 243 – 266.
- Hilbrecht, H. / Kempkens, O.: Design Thinking im Unternehmen – Herausforderung mit Mehrwert, in: Keuper, F. / Hamidian, K. et al. (Hrsg.): Digitalisierung und Innovation (2016), S. 347 – 364.
- Digmayer, C. / Jakobs, E.: Shared Ideas: Integration von Open-Innovation-Plattform-Methoden in Design-Thinking-Prozesse in: Keuper, F. / Hamidian, K. et al. (Hrsg.): Digitalisierung und Innovation (2016), S. 365 – 394.
- Mezger, F. / Enkel, E.: "Borrow with Pride" – Digitale Geschäftsmodellinnovationen durch branchenübergreifende Imitation, in: Keuper, F. / Hamidian, K. et al. (Hrsg.): Digitalisierung und Innovation (2016), S. 421 – 444.
- Boekhout, R.: Follow the orange Lion – Wie eine Bank erfolgreich anders ist und welchen Herausforderungen sie sich dabei stellen muss, in: STADLER / BRENNER / HERRMANN: Erfolg im digitalen Zeitalter (2012), S. 135 – 150.

Ergänzende Literatur (optional)

- Christensen, C. (1997): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail.
- Fang, L. et al. (2011): NIST Cloud Computing Reference Architecture - Recommendations of the National Institute of Standards and Technology.
- Grassegger, H. / Krogerus, M. (2016): Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt; in: Das Magazin No. 48.
- Hausschildt, J. / Salomo, S. et al. (2016): Innovationsmanagement.
- Mougayar, W. (2016): The Business Blockchain: Promise, Practice, and Application of the Next Internet Technology.
- Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer.
- Triplett, J. (1998): The Solow productivity paradox: what do computers do to productivity?; in: The Canadian Journal of Economics Vol. 32, No. 2.
- van der Aalst, W. et al. (2011): Process Mining Manifesto, in: Business Process Management Workshops. BPM 2011 Workshops, Part I, LNBIP 99, Springer, Clermont-Ferrand, France. pp. 169-194

FBC-24 | Produktkalkulation

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-24
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Produktkalkulation
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Sander

2. Inhalt

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Kalkulation und Preispolitik
- Rechnungsgrundlagen (Zinsfuß/Risikokosten/Betriebskosten)
- Prämien-Kosten-Modelle
- Äquivalenzprinzip
- Prämien differenzierung und –einhebung
- Erklärungsmodelle des versicherungstechnischen Risikos

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- Verfügen die vertieften Kenntnisse im Bereich der zentralen versicherungsspezifischen Fragestellungen in Versicherungsunternehmen die versicherungsmathematischen Modellansätze resp. Methoden.
- beherrschen das quantitative Instrumentarium der Schadenversicherung zur Quantifizierung von Risiken, bei denen sowohl der Eintritt als auch die Höhe eines Schadens zufallsabhängig ist. Sie kennen insbesondere die Lösungsansätze zur Bestimmung adäquater Versicherungsprämien und zur Bestimmung von Schadenreserven.
- Vertiefen die Grundlagen der Kalkulation der Lebensversicherung. Sie sind befähigt diese anzuwenden, um Prämien und Deckungsrückstellungen für Standardtarife zu berechnen.
- kennen die gängigen Verfahren der Risikoteilung zwischen Versicherungsnehmer und Versicherer sowie zwischen Erstversicherer und Rückversicherer in ihrer Tiefe.
- haben die Methodenkompetenz zur Kalkulation von Prämien und Deckungsrückstellungen unter spartenspezifischen Vorgaben erworben.
- besitzen vertiefte Kenntnisse, um Preisober- und -untergrenzen für Versicherungsnehmer und Versicherungsunternehmen zu bestimmen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farny, D. (2006): Versicherungsbetriebslehre, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Koch, P. (2002): Individualversicherung Versicherungsbetriebslehre 1, 5. Auflage, Karlsruhe.
- Kurzendörfer, V. (2000): Einführung in die Lebensversicherung, 3. Auflage, Karlsruhe.
- Zweifel, P./Eisen, R. (2004): Versicherungsökonomie, 2. Auflage, Berlin.

FBC-25 | Markt und Strategie

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-25
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Markt und Strategie
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Kirmße

2. Inhalt

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Zukunftsperspektiven des deutschen Versicherungsmarktes
- Grundlagen der strategischen Unternehmensführung in der Versicherungswirtschaft
- Modelle zur Strategieentwicklung (BCG-Matrix/7 Forces Model/SWOT-Analyse)
- Realisierte Strategien am Beispiel ausgewählter Versicherungen

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- entwickeln ein tiefgehendes Verständnis für grundlegende externe Rahmenbedingungen der deutschen Versicherungsbranche, um es in der Steuerung eines Versicherungsunternehmens anzuwenden.
- entwickeln ein detailliertes Verständnis für die Bedeutung eines ganzheitlichen Managementansatzes.
- können Instrumente der strategischen Führung für Versicherungsunternehmen, auch in komplexen Zusammenhängen, sicher anwenden sowie die Modelle und Methoden zur strategischen Führung für praxisgerechte Lösungen von Problemen nutzen.
- besitzen die Fähigkeit, unter Einbezug ihres Wissens ein strategisches Planungs- und Kontrollsystem eigenständig aufzubauen.
- erhalten vertiefte Kenntnisse über Methoden zur Analyse der Strategiearten.
- können aus einem Portfolio an Methoden der Marktanalyse und des Managements bei Versicherungsleistungen geeignete auswählen und diese zielorientiert bei Projektarbeiten in Teams anwenden.
- können abstrahierend denken, die Erfolgsfaktoren eines Unternehmens eigenständig erkennen und ein Versicherungsunternehmen in einem komplexen Marktumfeld langfristig führen.
- entwickeln eigene Geschäftsmodelle und sind in der Lage, diese wissenschaftlich und verständlich zu präsentieren und zu verteidigen.
- sind in der Lage, neuartige Ansätze zu entwickeln, um Marktinnovationen für die deutsche Assekuranz zu konzipieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farny, D. (2006): *Versicherungsbetriebslehre*, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Koch, P. (2002): *Individualversicherung* *Versicherungsbetriebslehre 1*, 5. Auflage, Karlsruhe.
- Kurzendörfer, V. (2000): *Einführung in die Lebensversicherung*, 3. Auflage, Karlsruhe.
- Zweifel, P./Eisen, R. (2004): *Versicherungsökonomie*, 2. Auflage, Berlin.

FBC-26 | Vertriebswege der Versicherung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-26
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Vertriebswege der Versicherung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Rechtliche Rahmenbedingungen des Vertriebs von Versicherungen
- Struktur des Vertriebs
- Agenturvertrieb
- Maklervertrieb
- Bankassurance
- Direktvertrieb

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen die grundlegenden Typologien des Vertriebs auf Basis handels-, gewerberechlicher und machttheoretischer Ansätze und die Methoden der Planung, Steuerung und Kontrolle eines Versicherungsvermittlungsbetriebs.
- Erweitern ihre Fähigkeiten, praxisrelevante versicherungsrechtliche und wirtschaftsrechtliche, aber auch arbeitsrechtliche Probleme erkennen, strukturell zuordnen und lösen zu können.
- Vertreten die Kompetenz, alle wesentlichen rechtlichen Problemstellungen der Vermittlungspraxis und der Führung eines Maklerbetriebes/einer Versicherungsagentur selbstständig zu bearbeiten und zu lösen.
- Vertreten Fach- und Sozialkompetenz in den Bereichen Vertriebspersonalplanung und Vertriebsrecht.
- sind in der Lage, dieses theoretische Wissen im praktischen Kontext von Beziehungen zu Vermittlern, der Konkurrenz und Kunden anzuwenden.
- entwickeln Lösungsansätze für spezifische Problemstellungen im Versicherungsvertrieb.
- Erwerben vertiefte Kompetenzen, die sie insbesondere in der Führung einer Agentur oder eines Maklerbetriebes einsetzen können.
- haben ihre Kompetenzen erweitert, Prozesse in Vertriebseinheiten verantwortungsbewusst und auf die Bedürfnisse und den Bedarf der Kunden abgestimmt zu gestalten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farny, D. (2006): *Versicherungsbetriebslehre*, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Koch, P. (2002): *Individualversicherung* *Versicherungsbetriebslehre 1*, 5. Auflage, Karlsruhe.
- Kurzendörfer, V. (2000): *Einführung in die Lebensversicherung*, 3. Auflage, Karlsruhe.
- Zweifel, P./Eisen, R. (2004): *Versicherungsökonomie*, 2. Auflage, Berlin.

FBC-27 | Vertriebssteuerung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-27
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Vertriebssteuerung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Wertorientierte Steuerungsansätze für den Vertrieb
- Provisionssysteme
- Aktivitätensteuerung

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können Theorien und Techniken des Marktes und des Vertriebsmanagements unterscheiden. Sie können deren Bedeutung unter Berücksichtigung aktueller komplexer Entwicklungen (z. B. Digitalisierung) darlegen.
- erhalten Kompetenzen, die sie sowohl in Führungsfunktionen in der Vertriebssteuerung und -unterstützung von Versicherungsunternehmen als auch in der Führung von Vertriebssystemen einsetzen können.
- Vertiefen Fach- und Sozialkompetenz in den Bereichen Vertriebsplanung, -steuerung und -kontrolle in Versicherungsunternehmen.
- können eigenständig komplexe Aufgaben der Vertriebsplanung lösen, insbesondere Vertriebsziele aus Unternehmenszielen ableiten, geeignete Vertriebswege identifizieren, wichtige Parameter der Vertrags- und Vergütungsgestaltung ableiten.
- können eine integrierte Erfolgsplanung eines Versicherungsvermittlerbetriebs selbstständig aufstellen und Implikationen bei Planabweichungen erkennen und umsetzen.
- können kritisch die Medien beobachten und Implikationen für Vertriebsfragestellungen ableiten, insbesondere zu Veränderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen (z.B. EU-Versicherungsvermittlerrichtlinie 2/IMD 2, Rechtsvorschriften zur Honorarberatung), Auswirkungen der Demografie auf die Nachwuchsgewinnung, Fragen des Vertriebsimages sowie der Akzeptanz von Anreiz- und Vergütungssystemen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farny, D. (2006): Versicherungsbetriebslehre, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Koch, P. (2002): Individualversicherung Versicherungsbetriebslehre 1, 5. Auflage, Karlsruhe.
- Kurzendörfer, V. (2000): Einführung in die Lebensversicherung, 3. Auflage, Karlsruhe.
- Zweifel, P./Eisen, R. (2004): Versicherungsökonomie, 2. Auflage, Berlin.

FBC-28 | Betrieb: Antrag, Vertrag, Schaden

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-28
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Betrieb: Antrag, Vertrag, Schaden
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Prozessorientierung in Versicherungen
- Prozessorganisation
- Steuerung von Prozessen
- Kapazitätsmanagement
- Verfahren zur Prozessoptimierung

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- sind mit den zentralen Ansätzen für das Management der operativen Arbeit und Abläufe in Versicherungsunternehmen vertraut.
- Haben ein vertieftes Verständnis über die Methoden und Instrumente des Prozess-, Qualitäts- und Performance Managements und können diese auf praxisrelevante Fragestellungen anwenden.
- sind in der Lage die Fragestellungen zu analysieren, Lösungsstrategien selbstständig zu entwickeln sowie ergebnisorientiert aufzubereiten und vorzustellen.
- können die Auswirkungen der „Industrialisierung“ der Versicherungswirtschaft kritisch reflektieren und in einem Diskurs dazu Stellung beziehen.
- verstehen die Begriffe, Methoden und Abläufe der Prozessanalyse und Prozessgestaltung. Die Einbeziehung von erforderlichen IT-Systemen wird in den Abwägungen berücksichtigt. Sie sind dadurch in der Lage, das Erlernte auf praktische, für sie neue und unvertraute Problemstellungen zu übertragen und sicher anzuwenden.
- sind in der Lage, Techniken der Prozessanalyse, Prozessgestaltung und Implementierung von IT-Systemen zu beurteilen und deren Bedeutung für die Praxis zu ermitteln.
- sind in der Lage, die Erkenntnisse aus der effizienten Prozessgestaltung auf ihre persönlichen Arbeitsabläufe zu übertragen.
- sind mit den grundlegenden Problemlösungstechniken des Prozess- und Qualitätsmanagements vertraut und können diese auf andere auch komplexe Fragestellungen übertragen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farny, D. (2006): Versicherungsbetriebslehre, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Koch, P. (2002): Individualversicherung Versicherungsbetriebslehre 1, 5. Auflage, Karlsruhe.
- Kurzendörfer, V. (2000): Einführung in die Lebensversicherung, 3. Auflage, Karlsruhe.
- Zweifel, P./Eisen, R. (2004): Versicherungsökonomie, 2. Auflage, Berlin.

FBC-29 | Risikomanagement und Solvabilität

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-29
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Risikomanagement und Solvabilität
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Struktur und Inhalte von Solvency II
- Steuerung versicherungstypischer Risikokategorien
- Asset Allocation in Versicherungen
- Alternative Verfahren der Kapitalallokation für Versicherungen

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen die zentralen spezifischen Fragestellungen des Risikomanagements in Versicherungsunternehmen und Lösungsansätze in komplexen Kontexten sowie die zugehörigen Methoden und Verfahren.
- entwickeln ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien und Methoden des Risikomanagements.
- kennen geeignete Lösungsverfahren und deren Implementierung in versicherungswirtschaftlichen Prozessen und können deren Relevanz für eine ökonomisch basierte Risikosteuerung bewerten.
- beherrschen das grundlegende quantitative und qualitative Instrumentarium des Risikomanagements, insbesondere für die Bewertung von Risiken und deren Klassifizierung.
- erkennen die gesellschaftliche Relevanz von aktuellen europäischen und nationalen Regulierungsvorhaben im Finanzdienstleistungssektor und können diese realistisch, z. B. in Hinblick auf Finanzmarktstabilität, einordnen.
- verfügen über erweiterte Kenntnisse der europäischen Aufsicht und der Anforderungen nach Solvency II.
- sind sich der Art und Natur aufsichtlicher Restriktionen in verschiedenen Aufsichtsregimen für Versicherungsunternehmen bewusst und können sich daraus ergebende Konsequenzen für die Stakeholder ableiten und Änderungen in der Regulierung kriteriengeleitet vorschlagen.
- erwerben vertiefende Kenntnisse über beispielhafte Risiken der Versicherungsunternehmen, die Versicherungsnahe als Form des Transfers finanzieller Risiken und die grundsätzlichen Möglichkeiten des Risikomanagements der Versicherungsunternehmen.
- sollen die verschiedenen Wirkungsweisen der risikopolitischen Maßnahmen auf den Unternehmenserfolg des VU im Versicherungs-, Risiko- und Kapitalanlagegeschäft differenziert verdeutlichen können.
- erkennen die Integration des Risikomanagements in den Gesamtplanungszyklus eines VU und werden mit den interdependenten Wirkungsmustern unternehmerischer Entscheidungen in ergebnis- wie risikoorientierter Sicht vertraut.
- sind in der Lage, verschiedene Portfoliotheorien im Kontext der Asset Allokation im Kapitalanlage- management anzuwenden und Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Theorien im Kontext der unterschiedlichen Finanzdienstleistungssektoren zu beurteilen.
- entwerfen selbständig geeignete Risikomanagement- und Portfoliostrategien anhand von vorgegebenen Risikozielen bzw. Investment Policies für private und institutionelle Anleger.
- berechnen Risikokennzahlen und interpretieren diese vor dem Hintergrund realistischer Kapitalmarktszenarien (z. B. einer Niedrigzinsphase).
- sind in der Lage, einen Kapitalanlageprozess zeitlich und nach den Ebenen strategisch, taktisch und operativ zu strukturieren.
- kommunizieren Risikomanagement- bzw. Portfoliostrategien und verteidigen ihre Ansätze in Diskussionen.
- können Risiken als Schadenverteilungen mit den zugehörigen Risikomaßen quantifizieren.
- Haben vertiefte Kenntnis über die Mechanismen der Risikoteilung und deren Anwendung in der Rückversicherung.
- kennen die grundlegenden Methoden und Verfahren einer risiko- und ertragsbasierten Bewertung von Versicherungsportfolios in einem Versicherungsunternehmen.
- kennen verschiedene Verfahren zur Berechnung des Risikokapitals und können dieses auf einzelne Segmente innerhalb eines Versicherungskonzerns verteilen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farny, D. (2006): *Versicherungsbetriebslehre*, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Koch, P. (2002): *Individualversicherung* *Versicherungsbetriebslehre* 1, 5. Auflage, Karlsruhe.
- Kurzendörfer, V. (2000): *Einführung in die Lebensversicherung*, 3. Auflage, Karlsruhe.
- Zweifel, P./Eisen, R. (2004): *Versicherungsökonomie*, 2. Auflage, Berlin.

FBC-30 | Wertorientierte Unternehmenssteuerung und ALM

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-30
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Wertorientierte Unternehmenssteuerung und ALM
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Wertmanagement in Versicherungen
- Wertorientierte Strategien und Generierung von Wettbewerbsvorteilen in den einzelnen Produktsparten
- ALM-Prozess in Versicherungen
- Asset-Klassen und Investitionsstrategien für Versicherungen
- Performanceoptimierung im ALM-Prozess von Versicherungen
- Integration von Marktwert- und Handelsbilanz

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- haben sich mit den zentralen Einflussfaktoren auf die langfristige Wettbewerbsfähigkeit von Versicherungsunternehmen auseinandergesetzt und ein umfassendes Verständnis für deren Abhängigkeiten und die Grenzen der Optimierungsmöglichkeiten entwickelt.
- wissen, dass traditionelle Steuerungsgrößen der ABWL für Versicherungsunternehmen nur sehr problematisch anzuwenden sind, dass das Risiko vielfach nicht berücksichtigt wird.
- kennen verschiedene Verfahren der wert- und risikoorientierten Unternehmenssteuerung und können den Beitrag einer Investition oder eines Geschäfts für das Versicherungsunternehmen ermitteln.
- Weisen ein vertieftes Verständnis des Asset Managements im Kontext von Finanzmärkten und Finanzinstitutionen auf.
- kennen den Ablauf des Investmentprozesses und können alternative Investmentphilosophien sowie –stile kritisch bewerten und adäquat anwenden.
- entwickeln ein Verständnis für die Bedeutung eines nachhaltigen Investmentansatzes.
- erwerben ein fundiertes konzeptionelles wie methodisches Wissen zu Fragen des Asset Managements. Sie werden mit unterschiedlichen quantitativ fundierten Konzeptionen und Perspektiven der Vermögensverwaltung vertraut gemacht, erkennen ihre Integration in den Gesamtplanungszyklus einer Unternehmung und werden mit den interdependenten Wirkungsmuster unternehmerischer Entscheidungen in ergebnis- wie liquiditätsorientierter Sicht vertraut.
- sind in der Lage sind, die Auswirkungen ihrer betrieblichen Entscheidungen und Handlungen auf das Rechnungswesen – insbesondere auf die bilanziellen Konsequenzen – einzuschätzen und zu bewerten.
- erwerben Kenntnisse über die Eigenmittelausstattung in Verbindung mit dem Management der Passivseite der Bilanz sowie über die Steuerung der Assets auf der Aktivseite der Bilanz.
- kennen insgesamt die wesentlichen versicherungsmathematischen Lösungsverfahren und deren Implementierung in versicherungswirtschaftliche Prozesse und können deren Relevanz für eine ökonomisch basierte Unternehmenssteuerung kritisch bewerten.
- sind in der Lage, eigenständig betriebliche Entscheidungen im Bereich der wertorientierten Steuerung zu treffen und dabei u. a. den Wertbeitrag oder die risikoadjustierte Performance eines Produkts oder einer Investition zu berechnen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farny, D. (2006): Versicherungsbetriebslehre, 4. Auflage, Karlsruhe.
- Koch, P. (2002): Individualversicherung Versicherungsbetriebslehre 1, 5. Aufl., Karlsruhe.
- Kurzendörfer, V. (2000): Einführung in die Lebensversicherung, 3. Auflage, Karlsruhe.
- Zweifel, P./Eisen, R. (2004): Versicherungsökonomie, 2. Auflage, Berlin.

FBC-31 | Consultingwerkzeuge

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-31
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Consultingwerkzeuge
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Consulting-Kategorien • Grundlagen einer Beratungsmethodik • Generische Vorgehens- und Phasenmodelle für Beratungsprojekte • Spezifische Vorgehens- und Phasenmodelle, z.B. zur <ul style="list-style-type: none"> • Strategieberatung • Organisationsberatung, Geschäftsprozessmodellierung, -optimierung und -controlling • Informationsmanagement (z.B. nach ITIL®) • Informationssicherheit • Entwicklung von Beratungsprodukten • Digitale / virtualisierte Beratungsprodukte
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- Verfügen über vertiefte Kenntnisse über die Prozessphasen in betrieblichen Beratungsprojekten und können hierfür unterschiedliche Consulting-Kategorien anwenden und ausbauen,
- verstehen die konzeptionellen Anforderungen an eine Beratungsmethodik und können diese anwenden,
- erlangen die Methodenkompetenz, um für unterschiedliche Problemstellungen eines Beratungsprojektes adäquate Verfahrensweisen und Werkzeuge auszuwählen und anzuwenden,
- sind in der Lage, Beratungsprodukte und / -lösungen für spezifische Aufgabenstellungen zu konzeptionieren und umzusetzen,
- verstehen die Inhalte des Geschäftsprozessmanagements und können diese anwenden,
- lernen konkrete Möglichkeiten der Geschäftsprozessoptimierung kennen und können diese auf konkrete Problemstellungen übertragen
- identifizieren aktuelle Entwicklungen wie z. B. Digitalisierung / Virtualisierung und deren Auswirkungen auf Beratungsprodukte/ -leistungen,
- sind befähigt, im Beratungskontext auftretende Probleme zu erkennen und können geeignete Methoden zur Problemlösung anwenden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Augenstein, F. (2016): Das Strategische Management Tool, Simmozheim
- Augenstein, F. (2012): Kostenmanagement-Toolbox, Simmozheim
- Augenstein, F., Rankl, R. (2015): Das IT Service Management Tool, Simmozheim
- Augenstein, F. (2016): Das Informationssicherheit-Tool, Simmozheim
- Best, E.; Weth, M. (2009): Geschäftsprozesse optimieren. neuste Aufl., Wiesbaden.
- Binner, H. F. (2016): Methoden-Baukasten für ganzheitliches Prozessmanagement.
- Systematische Problemlösungen zur Organisationsentwicklung und -gestaltung. Wiesbaden
- Fink, D. (2000): Management Consulting - Fieldbook, München
- Gadatsch, A. (2015): Geschäftsprozesse analysieren und optimieren. Wiesbaden
- Heuermann, R., Herrmann, F. (2003): Unternehmensberatung, München
- Lippold, D. (2016): Die Unternehmensberatung, Wiesbaden
- Niedereichholz, C. (2010): Unternehmensberatung – Band 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München/Wien
- Niedereichholz, C. (2012): Unternehmensberatung – Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, München/Wien

FBC-32 | Controlling- und Consulting-Kompetenzen

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-32
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Controlling- und Consulting-Kompetenzen
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensführung und Controlling • Inhalte und Aufgaben des Controlling • Organisatorische Gestaltung des Controlling • Einsatz von Consultants – Gründe und Widerstände • Wichtige Beratungs-Tools • Der Beratungsauftrags-Zyklus • Entwicklungstendenzen im Consulting und Controlling • Operative Planung und Kontrolle • Gegenstand und Merkmale der Budgetierung • Budgetierungssystem • Budgetierungsprozess • Verhaltenswirkungen von Budgets • Wirksamkeit und Fortentwicklung der Budgetierung (Better vs Beyond Budgeting) • Wissen als strategischer Erfolgsfaktor • Der Weg zum wissensgetriebenen Unternehmen • Werkzeuge des Wissensmanagements • Organisationsstrukturen für effektives Wissensmanagement

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- erlangen vertieftes interdisziplinäres Wissen in den Themenfeldern Controlling und Consulting,
- verstehen das Controlling als interne und das Consulting als externe Unterstützungsfunktion der Unternehmensführung,
- können Beratungsprozesse entwickeln und eigenständig Beratungs-Tools anwenden,
- können die Aufgaben des Controlling im Rahmen der Planung und Kontrolle sowie bei der Informationsversorgung der Unternehmensführung erläutern und beurteilen,
- sind selbständig in der Lage, Controlling bzw. Consulting-Aufgaben organisatorisch mitzugestalten,
- können Controlling- und Consulting-Werkzeuge einsetzen, kritisch hinterfragen und analysieren,
- können die wesentlichen Entwicklungstrends im Controlling und Consulting identifizieren,
- wissen, wozu die Budgetierung im Unternehmen dient und wie sie durchgeführt wird
- können die Aufgaben des Controllers im Rahmen der Budgetierung erläutern und beurteilen
- sind in der Lage, zu erkennen, wie sich das Verhalten der Mitarbeiter durch die Budgetierung beeinflusst und wie sich dies gezielt steuern lässt,
- können die Eignung neuer Ansätze der modernen Budgetierung für das eigene Unternehmen erläutern und ausgewählte Konzepte selbst umsetzen,
- können das Konzept des Beyond Budgeting als adaptive, dezentrale Führung erläutern und dessen praktische Umsetzbarkeit kritisch beurteilen
- Unternehmensstrukturen im Sinne des Wissensmanagements gestalten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Heuermann, R./Herrmann, F.: Unternehmensberatung, München
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (2015): Controlling, München
- Küpper, H.-J. (2013): Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, Stuttgart
- Lippold, D. (2016): Die Unternehmensberatung, Wiesbaden
- Niedereichholz, C. (2010): Unternehmensberatung – Band 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München und Wien
- Niedereichholz, C. (2012): Unternehmensberatung – Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, München und Wien
- Rieg, R. (2015): Planung und Budgetierung – Was wirklich funktioniert, Wiesbaden
- Trossmann, E./Baumeister, A./Werkmeister, C. (2013): Management-Fallstudien im Controlling, München
- Weber, J., Schäffer, U. (2011): Einführung in das Controlling, Stuttgart

FBC-33 | Controllingwerkzeuge

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-33
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Controllingwerkzeuge
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Rohm

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Marktorientierung im Controlling • Kostendeterminierung und Kostenanfall • Kosten und Erlöse im integrierten Produktlebenszyklus • Perspektiven des Life Cycle Costing • Methoden des Life Cycle Costing • Marktorientiertes Zielkostenmanagement • Target Costing Prozess • IT-gestütztes Controlling • Anwendung von IT-Werkzeugen oder ERP-Systemen im Controlling

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können die Theorie des integrierten Produktlebenszyklus erläutern und beurteilen
- können den Einfluss des Marktes auf das Controlling bewerten und wissen, wie dieser im Controlling berücksichtigt werden kann
- können das Life Cycle Costing aus Kunden- und Produzentensicht erläutern und die zur Verfügung stehenden Methoden kritisch beurteilen und anwenden
- kennen und verstehen die Funktionsweise und den Ablauf des Target Costing und sind in der Lage, dessen Einsatzpotenzial für verschiedene Anwendungsfelder zu beurteilen,
- können das Target Costing auf die eigenen Produkte im Unternehmen anwenden,
- sind selbstständig in der Lage, IT-Werkzeuge wie Microsoft Excel im Controlling aktiv für verschiedene Problemstellungen einzusetzen.
- kennen die Aufgaben und Anwendungsbereiche eines Enterprise Resource Planning Systems wie SAP im Controlling sowie die wesentlichen Organisationseinheiten, Stammdaten, Bewegungsdaten und Informationsflüsse

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur (jeweils neuste Auflage)

- Arnold, V./Dettmering, H./Engel, T./Karcher, A. (2011): Product Lifecycle Management beherrschen: Ein Anwender-handbuch für den Mittelstand, Berlin und Heidelberg
- Coenenberg, A., Fischer, T., Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart
- Friedl, G./Hilz, C./Pedell, B. (2012): Controlling mit SAP, Wiesbaden.
- Friedl/Hofmann/Pedell (2010): Kostenrechnung, München
- Kremin-Buch, B. (2007): Strategisches Kostenmanagement: Grundlagen und moderne Instrumente, Wiesbaden.
- Nelles, S. (2011): Excel 2010 im Controlling, Bonn.
- Schels, I./Seidel, U. (2009): Das große Excel-Handbuch für Controller: Professionelle Lösungen für Excel, München
- Schulz, H.-J./Gebhardt, B. (2008): Product Lifecycle Management für die Praxis: Ein Leitfaden zur modularen Einführung, Umsetzung und Anwendung, Berlin und Heidelberg
- Seidenschwarz, W.: Die zweite Welle des Target Costing - Die Renaissance einer intelligenten Entwicklungsmethodik, in: Controlling, 19. Jg., 2008, Nr. 11, S. 617-626.

FBC-34 | Marketing, Akquisition und Management von Consulting-Projekten

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-34
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Marketing, Akquisition und Management von Consulting-Projekten
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 56 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Volker Bach

2. Inhalt

- Dienstleistungsmarketing und Kundenzufriedenheit
- Strategisches Marketing für Consultants
- Kontaktphase
- Organisationsformen der Akquise
- Vorangebotsphase
- Angebotsphase und Vertragsverhandlung
- Projektstart
- Problemdefinition
- Problemanalyse
- Problemlösung
- Realisierung
- Reporting und Kommunikation
- Auftragsmanagement-Prozesse
- Kundenbeziehung
- Projektabschluss
- Digitalisierung der Consultingbranche
- Auswirkungen der Digitalisierung auf die Consultingbranche
- Kategorisierung digitalisierter Consultingprodukte
- Vermarktung digitalisierter Consultingprodukte
- Geschäftsmodelle und Business Ecosystems für digitalisierte Consultingprodukte

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- Können die Aufgaben des Dienstleistungsmanagements, Dienstleistungsmarketing und Kundenbindung im Allgemeinen definieren und sind in der Lage diese Erkenntnisse auf Consulting-Dienstleistungen zu übertragen
- Sind selbstständig in der Lage die Phasen des Akquisitionsprozesses für Consulting-Dienstleistungen nachzuvollziehen
- Identifizieren für ein spezifisches Akquisitionsthema die passenden Methoden und Verfahren und wenden diese entsprechend an
- Können die Prozesse rund um die Auftragsabwicklung eines Beratungsprojektes verstehen, hinterfragen und beurteilen
- Erstellen selbstständig ein geeignetes Reporting für Beratungsaufträge und wenden typische Verfahren des Projektreviews und der Kundenzufriedenheitsanalyse im Beratungskontext an
- Können die Auswirkungen der Digitalisierung / Virtualisierung auf die Consulting-Branche abschätzen und geeignete Handlungsweisen für Consultingfirmen ableiten
- Besitzen das notwendige Wissen Modelle der Vermarktung und der Kooperation im Beratungsmarkt anzuwenden und diese im Kontext der Digitalisierung zu verstehen
- Identifizieren im Beratungskontext auftretende Probleme und setzen geeignete Methoden zur Problemlösung ein
- können wissenschaftliche Studien reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Augenstein, F.: Digital Consulting Services – Prototypes and Portals, Simmozheim
- Barchewitz, C., Armbrüster, T.: Unternehmensberatung – Marktmechanismen, Marketing, Auftragsakquisition, Wiesbaden
- Heuermann, R., Herrmann, F.: Unternehmensberatung, München
- Meffert, H., Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden
- Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung – Band 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München/Wien
- Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung – Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, München/Wien
- Lippold, D.: Die Unternehmensberatung, Wiesbaden
- Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung – Band 1: Beratungsmarketing und Auftragsakquisition, München/Wien
- Niedereichholz, C.: Unternehmensberatung – Band 2: Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung, München/Wien
- Nissen, V. (Hrsg.): Digital Transformation of the Consulting Industry. Cham, Schweiz
- Schwan, K./Seipel, K.: Erfolgreich beraten – Grundlagen der Unternehmensberatung, München

FBC-35 | Prozesskostenmanagement und Management Reporting

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-35
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Prozesskostenmanagement und Management Reporting
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Bär

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Theorie, Methodik und Ziele der Prozesskostenrechnung • Prozesskostenrechnung einführen und anwenden • Anwendungsfelder des Prozesskostenmanagements • Prozessorientierte Kalkulation • Prozessorientiertes Performance Measurement • Prozessorientierte Budgetierung • Prozessorientierte Ergebnisrechnung • Theorie und Gegenstand des Informationsmanagements • Aufgaben und Rolle der Informationsversorgung als zentrale Aufgabe des Controllers • Phasen des Informationsversorgungsprozesses • Informationsbedarfsermittlung • Informationsbeschaffung • Informationsübermittlung • Informationsverwendung • Theorie, Aufgaben, Ablauf und Gegenstand des Management Reporting • Informationsdesign zur empfängerorientierten Gestaltung von Berichten • Konzepte zur Gestaltung, Aufbereitung und Analyse der Informationsdarstellung • Berichte nach International Business Communication Standards • Big Data im Controlling
--

- Robotic Process Automation im Controlling
- Möglichkeiten, Methoden und Instrumente eines digitalen Controllings
- Rolle und Inhalte des Controlling 4.0

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können Theorie, Ziele und Aufgaben der Prozesskostenrechnung und des Prozesskosten-managements erläutern und kritisch beurteilen
- verstehen die konzeptionellen Annahmen und die Funktionsweise der Prozesskostenrechnung
- sind selbstständig in der Lage, die Prozesskostenrechnung im Unternehmen einzuführen
- können die Anwendungsbereiche und Einsatzfelder der Prozesskostenrechnung eigenständig beurteilen
- können die Wirkung und das Potenzial des Prozesskostenmanagements für das eigene Unternehmen prognostizieren
- können die Rolle von Information und Kommunikation für die Unternehmensführung identifizieren
- können die Aufgaben und Bestandteile des Informationsmanagements untersuchen und bewerten
- können die Informationsversorgung der Unternehmensführung als zentrale Aufgabe des Controllings bewerten und verstehen
- können erforderliche Führungsinformationen nach den Anforderungen der Führungskräfte auswählen und empfängerorientiert darstellen
- können Führungsinformationen eigenständig übermitteln und aufbereiten
- können die Qualität des Berichtswesens und externe Berichte kritisch hinterfragen
- können Berichte nach den International Business Communication Standards erstellen
- können die Möglichkeiten von Big Data und Robotic Process Automation im Controlling erläutern und kritisch beurteilen
- können die Möglichkeiten der Digitalisierung für das Controlling konstruktiv bewerten und neue digitale Techniken eigenständig auf konkrete Problemstellungen anwenden

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur (jeweils neuste Auflage)

- Dillerup, R./Stoi, R. (2013): Unternehmensführung, München.
- Dillerup, R./Stoi, R. (2012): Fallstudien zur Unternehmensführung, München.
- Few, S. (2009): Now You See It – Simple Visualization Techniques for Quantitative Analysis, Oakland.
- Gleich, R., Grönke, K., Kirchmann, M., Leyk, L. (2014): Controlling und Big Data, München
- Gleich, R., Losbichler, H., Zierhofer, R. (2016): Unternehmenssteuerung im Zeitalter von Industrie 4.0: Wie Controller die digitale Transformation erfolgreich steuern, München.
- Heinrich, L.J./Lehner, F. (2005): Informationsmanagement - Planung, Überwachung und Steuerung der Informationsinfrastruktur, München u.a..
- Hermann, K., Stoi, R., Wolf, B.: Robotic Process Automation im Finance & Controlling der Mann+Hummel Gruppe, in: Controlling, 30. Jg., 2018, Nr. 3, S. 28-34.
- Hichert, R./Faisst, I. (2017): International Business Communication Standards, Hilden.
- Krcmar, H. (2015): Informationsmanagement, Berlin u.a..
- Kremin-Buch, B. (2007): Strategisches Kostenmanagement: Grundlagen und moderne Instrumente, Wiesbaden.

FBC-36 | Führungsorientiertes Rechnungswesen, Risikocontrolling/ Qualitätscontrolling

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-36
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Führungsorientiertes Rechnungswesen, Risikocontrolling/ Qualitätscontrolling
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Sander

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Theorie des führungsorientierten Rechnungswesens • System der Kosten- und Leistungsrechnung • Kostenartenrechnung: Verfahren der Kostenzurechnung und -verteilung • Kostenstellenrechnung: Verfahren der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung • Kostenträgerstückrechnung: Kalkulationsformen • Kostenträgerzeitrechnung: Kurzfristige Erfolgsrechnung • Systeme der Vollkostenrechnung • Ist-, Normal- und Plankostenrechnung • Systeme der Teilkostenrechnung und Unterstützung operativer Entscheidungen • Break-Even-Analysen im Ein- und Mehrproduktfall • Aufgaben und Rolle des Kostenmanagements im Unternehmen • Theorie, Rolle und Aufgaben des Risikomanagements/-controllings • Risikoidentifikation • Risikobewertung und -analyse • Risikosteuerung • Risikoüberwachung • Theorie, Rolle und Aufgaben des Qualitätsmanagements/-controllings • Arten und Erfassung qualitätsbezogener Kosten
--

- Bewertung des Nutzens des Qualitätsmanagements
- Qualitätstechniken und -werkzeuge zur Fehlervermeidung, Fehlererfassung und -analyse sowie kontinuierlichen Verbesserung

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können die Theorie, Aufgaben und das System der Kosten- und Leistungsrechnung erläutern und kritisch beurteilen
- können die wesentlichen Kostenverläufe erläutern und Kostenfunktionen ermitteln
- können die wesentlichen Kostenarten unterscheiden und eigenständig erfassen
- können die Aufgaben und Formen der Kostenstellenrechnung erläutern und sind in der Lage, ein geeignetes Verfahren der innerbetrieblichen Leistungsverrechnung auszuwählen und durchzuführen
- beherrschen im Rahmen der Kostenträgerstückrechnung die Auswahl und Durchführung eines geeigneten Kalkulationsverfahrens
- können im Rahmen der Kostenträgerzeitrechnung ein geeignetes Verfahren der kurzfristigen Erfolgsrechnung auswählen und durchführen
- können die Systeme der Vollkostenrechnung erläutern und anwenden
- können die Ursachen von Abweichungen in der Kostenrechnung analysieren
- können die Systeme der Teilkostenrechnung erläutern und eigenständig für operative Führungsentscheidungen anwenden
- können eigenständig Break-Even-Analysen im Ein- und Mehrproduktfall durchführen und dadurch Führungsentscheidungen unterstützen
- können Informationen der Kosten- und Leistungsrechnung als Grundlage für operative Entscheidungen der Unternehmensführung verstehen und verwenden
- können erkennen, welche Ungewissheiten es in Unternehmen gibt und eigenständig beurteilen, wie mit einzelnen Risiken im Unternehmen umzugehen ist
- verstehen die Theorie, Rolle und Aufgaben des Riskomanagements- und -controllings
- können die Instrumente des Riskomanagements- und -controllings eigenständig anwenden
- können die Notwendigkeit der Einführung des Riskomanagements- und -controllings im eigenen Unternehmen eigenständig beurteilen
- verstehen die Theorie, Rolle und Aufgaben des Qualitätsmanagements und -controllings
- können qualitätsbezogene Kosten nach unterschiedlichen theoretischen Ansätzen unterteilen sowie eigenständig erfassen und bewerten
- können den Nutzen des Qualitätsmanagements quantitativ und qualitativ bewerten
- können die Instrumente des Qualitätsmanagements und -controllings eigenständig anwenden

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Coenenberg, A./Fischer, T./Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart
- Eisele, W. (2011): Technik des betrieblichen Rechnungswesens, München
- Erben, R.F./Romeike, F. (2006): Allein auf stürmischer See – Risikomanagement für Einsteiger, Weinheim.
- Ewert, R./Wagenhofer, A. (2014): Interne Unternehmensrechnung, Berlin u.a.
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B. (2010): Kostenrechnung, München
- Gleißner, W.; Romeike, F. (2016): Grundlagen und Grundbegriffe einer risikoorientierten Unternehmensführung, Düsseldorf
- Gleißner, W.; Romeike, F. (2015): Risikomanagement, Freiburg
- Macha, R. (2010): Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, München.
- Schweitzer, M., Küpper, H. (2015): Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München
- Zollondz, H.-D. (2011): Grundlagen Qualitätsmanagement, München/Wien

FBC-37 | Vermögensanlage

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-37
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Vermögensanlage
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6.8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Das Modul setzt sich mit dem im Private-Wealth-Banking etablierten und für die Anbieter ökonomisch bedeutungsvollsten Beratungsansatz der „Vermögensanlage“ auseinander.

Immer mehr private und unternehmerische Vermögen sind in den letzten Jahrzehnten umfangreich gewachsen und haben an Komplexität in ihrer Struktur zugelegt. Dies erfordert eine dezidierte und individuelle Betrachtung jedes einzelnen Vermögensinhabers an Hand seiner persönlichen Ziele und Vorgaben.

Durch die fortschreitende Digitalisierung kommt auf die Marktteilnehmer die Notwendigkeit für eine parallel zu etablierende Produkt- und Servicepalette mit digitalen Inhalten zu, ohne dabei die aktuell noch in der Mehrheit befindlichen klassischen Kundenprofile und –bedürfnisse zu vernachlässigen.

Im Seminar werden die Zusammenhänge von individueller kundenbezogener Anlageberatung im Segment der HNWI/UHNWI und der aktuellen Marktgegebenheiten dargestellt sowie unterschiedliche Anlagestrategien, Investmentlösungen und –stile aus dem Anlageuniversum aufgezeigt.

Die Teilnehmer erhalten rechtliche und steuerliche Informationen, die sich aus dem WPHG und den Neuerungen des MIFID II ergeben. Weiterhin wird ein Überblick auf eine Vielzahl institutsspezifischer Anlagekonzeptionen gegeben und der Beratungsansatz „Private Finanzplanung“ mittels anonymisierter Fallstudien in Gruppenübungen erörtert und prozessual dargestellt.

Im Einzelnen werden folgende Themen behandelt:

- Allgemeiner Marktüberblick über Wettbewerber, geschäftspolitische- und markttechnische Rahmenbedingungen und Herausforderungen in der heutigen Zeit
- Steuerlich und rechtliche Aspekte bei der Vermögensanlage
- Beratungsprozess und Dokumentationspflichten
- wesentliche Änderungen aus MIFID II
- individuelle Vermögensstrukturierung durch den Assetklassen-Optimierer
- finanzplanerische Aspekte bei der Strukturierung von Vermögen
- Assetklassen und deren Produktarten &-lösungen im Private-Wealth-Banking (Liquidität, Renten, Aktien, Sachwerte, Beteiligungen, Edelmetalle und sonstige Vermögenswerte)
- Einkunftsarten innerhalb der Vermögensanlagen und deren steuerliche Behandlung
- Vermögensverwaltung vs. Advisory-Geschäft (Preismodelle, Leistungsspektrum)
- Honorarberatung und deren Unterschied zu aktuell gängigen Gebührenmodellen
- Individuelle Vermögensverwaltung (Investmentprozess, Risikomanagement, Reporting, Pricing, Reporting und deren Angebotsvielfalt)
- Freie Vermögensverwalter und Family Office als weitere Marktteilnehmer

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- haben einen umfassenden Überblick auf die Vermögensentwicklung im Segment der HNWI sowie das Dienstleistungsangebot im Private-Wealth-Management in der Thematik „Vermögensanlage“ erhalten und können die aktuelle Entwicklung im Rahmen der aktuellen Angebotspalette der jeweiligen Wettbewerber in diesem Segment einordnen.
- haben einen Überblick auf die Gestaltungsmöglichkeiten bei der Erarbeitung einer individuellen und kundenbezogenen Anlagekonzeption und kennen die unterschiedlichen Produktlösungen.
- können an Hand von Fallbeispielen eigenständig Portfoliovorschläge erarbeiten und steuerliche Rahmendaten darlegen.
- haben die unterschiedlichen Einflussfaktoren i. R. der Erstellung eines Anlagevorschlages (u. a. Risikoprofil, Anlagehorizont, Vorgaben aus der Liquiditäts- und/oder Nachfolgeplanung, Vorgaben zu Assetklassen und steuerliche Parameter der Produktlösungen) vermittelt bekommen.
- sind an Hand von anonymisierten Kundenprofilen und vorgegebenen Fragestellungen in der Lage, die vorhandene Vermögensstruktur zu analysieren, Optimierungspotential aufzuzeigen und Handlungsempfehlungen zu formulieren.
- sind in der Lage, die zu Grunde gelegten Einflussfaktoren und daraus abgeleiteten Arbeitsergebnisse in der Gruppe zu vertreten und argumentativ zu stützen.
- können sich konstruktiv in Gruppenarbeiten einbringen, um ein gemeinsames Arbeitsergebnis zu erzielen und zu präsentieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Dirk Farkas-Richling/Thomas R. Fischer u. Andreas Richter (HRSG.) 2. Auflage 2012:
Private Banking und Family Office.

Fakultativ

- diverse institutsbezogene Präsentationen zum Thema
 - Vermögensoptimierung
 - Risikotragfähigkeitsanalyse
 - Vermögensverwaltung
 - Family Office
 - Digitale VV „Robo Advisory“
 - Private Finanzplanung im Private-Wealth-Banking

FBC-38 | Vermögensübertragung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-38
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Vermögensübertragung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Das Modul setzt sich mit dem im Private-Wealth-Banking bedeutsamen Beratungsansatz der „Vermögensübertragung/Generationenberatung“ auseinander. Immer mehr private und unternehmerische Vermögen sind in den letzten Jahrzehnten umfangreich gewachsen und haben an Komplexität in ihrer Struktur zugelegt. Dies erfordert eine dezidierte und individuelle Betrachtung jedes einzelnen Vermögensinhabers an Hand seiner persönlichen Ziele und Vorgaben.

Im Seminar werden die Zusammenhänge von Anlagestrukturen, steuerlichen Rahmenbedingungen, ethisch moralischen und persönlichen Vorgaben der Vermögensinhaber hinsichtlich ihrer Wünsche zur Übertragung und die diversen Ausgestaltungsmöglichkeiten und deren Instrumente behandelt.

Weiterhin erhalten die Studierenden einen Überblick auf die generelle Entwicklung der privaten Vermögen in Deutschland, Europa und der Welt sowie deren Struktur.

Im Einzelnen werden folgende Themen behandelt:

- Steuerliche und rechtliche Aspekte bei der Vermögensübertragung
- Grundzüge des Erbschaftsteuergesetzes sowie der Unternehmenssteuerreform
- Leitlinien der juristischen und steuerlichen Beratung im Zuge einer Unternehmensnachfolge
- Die gesetzliche Erbfolge (Rangordnungen, Steuerklassen, Zugewinn- und Gütergemeinschaft sowie Gütertrennung, steuerliche Freibeträge, Besonderheiten bei der selbstgenutzten Immobilie)
- Schenkungen (frühzeitige Vermögensübertragung unter Ausnutzung der Schenkungsfreibeträge, Vorsorgeregelungen, Nießbrauch)
- Vermögensübertragung im Rahmen der Unternehmensnachfolge (Grundkonstellationen, gesellschaftsrechtliche Gestaltungsmöglichkeiten bei Einzelunternehmer, Personen- bzw. Kapitalgesellschaft)
- Sonstige Gestaltungsmöglichkeiten (Testament, Erbvertrag, Testamentsvollstreckung)
- Stiftungen (rechtsfähige Stiftung und Treuhandstiftung) und das Dienstleistungsangebot im Wealth Management (Begleitung der Gründung, die Vermögensverwaltung und Unterstützung bei der Stiftungsverwaltung) sowie die steuerlichen Rahmenbedingungen
- Vollmachten und Verfügungen (u.a. Vorsorgevollmachten und Patientenverfügungen)
- Bearbeitung individueller Fallbeispiele und Berechnung der jeweiligen erbschaftsteuerlichen Belastung sowie der Höhe der personenbezogenen Vermögenswerte
- Das Family Office als ein Marktteilnehmer im Segment der HNWI/UHNWI (Leistungsspektrum, Besonderheiten gegenüber Kreditinstituten und freien Vermögensverwaltern)

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- haben einen umfassenden Überblick auf die Vermögensentwicklung im Segment der HNWI sowie das Dienstleistungsangebot im Private-Wealth-Management in der Thematik „Generationenmanagement“
- erhalten und können die aktuelle Entwicklung im Rahmen der aktuellen Businessmodelle der jeweiligen Wettbewerber in diesem Segment einordnen sowie kritisch reflektieren.
- haben einen detaillierten Überblick auf die Gestaltungsmöglichkeiten in der gesetzlichen Erbfolge erhalten und können an Hand von Fallbeispielen eigenständig steuerliche Auswirkungen ermitteln.
- haben die unterschiedlichen Einflussfaktoren i. R. einer Unternehmensübertragung vermittelt
- bekommen und können klar definierte Fragestellungen analysieren sowie Handlungsmuster und Lösungen dazu entwickeln.
- sind in der Lage, die zu Grunde gelegten Einflussfaktoren und daraus abgeleiteten Arbeitsergebnisse in der Gruppe zu vertreten, argumentativ zu stützen und in der Praxis anzuwenden.
- können sich konstruktiv in Gruppenarbeiten einbringen, um ein gemeinsames Arbeitsergebnis zu erzielen und zu präsentieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pfichtliteratur

- Dirk Farkas-Richling/Thomas R. Fischer u. Andreas Richter (HRSG.) 2. Auflage 2012:
Private Banking und Family Office.

Fakultativ

- institutsbezogene Präsentationen zum Thema „Vermögensübertragung“ und „Family Office“

FBC-39 | Performancemessung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-39
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Performancemessung
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Kirmße

2. Inhalt

Bei der Auswahl von Vermögensanlagen stellt sich immer wieder die Frage, wie hoch deren Rendite in der Vergangenheit war, aktuell ist und zukünftig wohl sein wird. Die Schwankung der Rendite bestimmt das Risiko. Um Anlagen miteinander vergleichen zu können, sollten Rendite und Risiko auf die gleiche Art und Weise berechnet werden. Das ist aber viel schwieriger als es scheint. Für börsengehandelte Aktien existieren Kurswerte, die als Basis solcher Berechnungen herangezogen werden können. Aber schon bei nicht börsengehandelten Aktien stellt sich die Frage, welche Kurswerte miteinander verglichen werden können, um daraus Renditen abzuleiten. Noch schwieriger wird die Renditebestimmung z. B. bei alternativen Investments. Ganz davon abgesehen, dass in dieser Asset-Klasse in aller Regel keine Marktpreise existieren, stellt schon die Bestimmung des Marktwertes den Betrachter vor große Probleme. Das Rendite-Problem zieht noch größere Kreise, wenn die Fähigkeiten von Fondsmanagern bewertet werden sollen. Denn der Wert eines Fonds ist nicht alleine von einer wie auch immer gearteten Kursentwicklung abhängig. Auch die permanenten Einzahlungen in den Fonds und Rückkäufe von Fondsanteilen verändern zwar dessen Gesamtwert, sind aber nicht Bestandteil der Performance des Fondsmanagers. Es wurden verschiedene Verfahren vorgestellt, mit denen solche Effekte erfasst werden können. Endgültig überzeugen konnte bislang noch keines. Fonds können mit Hilfe verschiedener Strategien geführt werden. Dabei werden z. B. aktive und passive Strategien voneinander abgegrenzt. Die Art der zuvor gewählten und den Investoren präsentierte Strategie beeinflusst den Erfolg des Managers. Dann stellt sich die Frage, wie denn dieser Erfolg vor dem Hintergrund der gewählten Strategie zu bewerten ist.

Die für die Einführung von Portefeuille- und Kapitalmarkttheorie wichtigen Wissenschaftler Sharpe, Jensen und Treynor haben Performancemaße entwickelt, mit denen die Investitionserfolge kalkuliert werden können. Trotzdem herrscht bis heute Uneinigkeit, welches dieser Maße wirklich geeignet ist, eine objektiv richtige Beurteilung vorzunehmen. Diese Performancemaße bilden die Basis der modernen Banksteuerung mit Hilfe der Kennziffern RORAC und RAROC. Insgesamt bietet die Performancemessung ein breites Spektrum ungelöster Fragestellungen. In diesem Modul werden die wichtigsten Problemstellungen erörtert. Zudem werden zentrale Modelle und Instrumente zur Lösung der Probleme rund um die Berechnung von Rendite und Risiko diskutiert.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Problematik der Performancemessung
- Renditemessung
- Relative Renditemessung
- Risikodefinition und –messung
- Risikobereinigte Performancemaße
- Grundzüge der Performance Attribution

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen den Begriff Performance und entwickeln ein Verständnis für deren Einflussfaktoren (Rendite und Risiko).
- können die verschiedenen Ansätze der Performance-Messung systematisieren und vergleichend beurteilen.
- erhalten einen Überblick über gebräuchliche Performancemaße und sind in der Lage, diese Kennzahlen selbstständig zu berechnen sowie eigene Schlussfolgerungen hinsichtlich der Auswahl von Vermögensanlagen bzw. Beurteilung des Fondsmanagement ableiten.
- verstehen die Grundzüge der Performance Attribution und können anhand verschiedener Modelle einzelne Performancekomponenten identifizieren.
- sind in der Lage, die Möglichkeiten und Grenzen der Rendite-/Risikokalkulation zu beurteilen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bayer, K. G./Bayer, M. (1998): Transaktionskostenmanagement – Ein vergessener Erfolgsfaktor im Wertpapiermanagement?, in: Kleeberg, J. M./Rehkugler, H. (Hrsg.): Handbuch Portfoliomanagement, 1. Auflage, Bad Soden, Seite 891 – 912.
- Frantzmann, H.-J. (1998): Der Risikobegriff im Investmentmanagement, in: Kleeberg, J. M./Rehkugler, H. (Hrsg.): Handbuch Portfoliomanagement, 1. Auflage, Bad Soden, Seite 387 – 402.
- Layes, G./Beck, A. (2004): Portfoliooptimierung in der Beratungspraxis, in: Moritz, G. (Hrsg.): Handbuch Finanz- und Vermögensberatung, Wiesbaden, Seite 749 - 768.
- Overwien, M. (2004): Das Controlling der Leistung eines Vermögensverwalters, in: Moritz, G. (Hrsg.): Handbuch Finanz- und Vermögensberatung, Wiesbaden, Seite 769 - 784.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2012): Finanzwirtschaft der Unternehmung, 16. Auflage, München, Seite 295 – 312.
- Wittrock, C. (1998): Moderne Verfahren der Performancemessung, in: Kleeberg, J. M./Rehkugler, H. (Hrsg.): Handbuch Portfoliomanagement, 1. Auflage, Bad Soden, Seite 933 – 1044.

FBC-40 | Geschäftsfeldsteuerung im Wealth Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-40
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Geschäftsfeldsteuerung im Wealth Management
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Kirmße

2. Inhalt

Durch ständig zunehmende Regulatorik und lang anhaltende Niedrigzinsen fällt es vielen Kreditinstituten immer schwerer, ausreichend hohe Erträge zu erwirtschaften. Viele sehen im Ausbau des Geschäfts mit vermögenden Privatkunden eine Chance zur Deckungsbeitragskompensation. Die dazu entwickelten Geschäftsmodelle sind oftmals unspezifisch und ohne unmittelbar ersichtlichen Konkurrenzvorteil. Mit heuristischen Ansätzen versucht man auszuloten, wo und wie man dem Kunden Produkte anbieten kann, die einen Mehrwert bieten.

Kreditinstitute, die bereits erfolgreich im Vermögensverwaltungsgeschäft aktiv sind, hinterfragen ständig das bisherige Konzept. Mangels wissenschaftlicher Fundierung werden zur Kategorisierung der zu bearbeitenden Kundensegmente Grenzen für das zu verwaltende Volumen rauf oder runter gesetzt, um so zu testen, ob sich der Geschäftserfolg verändert.

Die Schweizer Banken stehen seit Jahrzehnten für ein erfolgreiches Private Banking. Aber auch hier ist festzustellen, dass z. B. die vielen, über lange Zeit erfolgreichen Privatbankiers mehr und mehr das Feld räumen müssen, um größeren, oftmals weniger individuell agierenden Instituten Platz zu machen.

Insgesamt scheinen die Kunden im Umfeld des Wealth Management sehr heterogen zu sein und unterschiedlichste Bedürfnisstrukturen aufzuweisen. Eine standardisierte Bearbeitung dieses Geschäftsfelds verbietet sich deshalb. Die Heterogenität macht diesen Bereich aber gleich-zeitig in besonderem Maße interessant und spannend.

Die Vielfalt geschäftspolitischer Probleme im Wealth Management beschränkt sich nicht nur auf die Kundensegmentierung. Markenbildung, Produktentwicklung und Prozessmanagement sind ausgesuchte Elemente

einer ungeheuren Vielzahl von Fragestellungen, die in einer effizienten Geschäftsfeldsteuerung des Wealth Management zu beantworten sind.

In diesem Modul sollen die wesentlichen Facetten angesprochen und kurz beleuchtet werden. Sie sollen die Vielfalt der Probleme erfassen und einen Eindruck davon gewinnen, wie Geschäftsfeldsteuerung im Wealth Management systematisch konzipiert werden kann.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Subprime Crisis und Vertrauensverlust
- Definition und Abgrenzung von Private Banking
- Marktpotential des Private Banking-Geschäftsfeldes
- Marktanforderungen an die Private Banking-Anbieter
- Segmentierung von Private Banking-Nachfrager
- Anlageberatung und Vermögensverwaltung
- Vergütungsmodelle im Private Banking
- Strategisches Marketing im Private Banking
- Operatives Marketing im Private Banking
- Definition und Abgrenzung des Family Office
- Family Office-Arten und deren Wesensmerkmale
- Marktpotential des Family Office-Geschäftsfeldes
- Marktanforderungen an die Family Office-Dienstleister
- Charakterisierung des Family Office-Marktumfeldes
- Family Office-Dienstleistungen im Überblick
- Marken- und Wertekommunikation

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden erlangen ein vertieftes Wissen rund um das Private Banking (Definitionen, Marktpotentiale, Zielgruppen, Beratungsleistungen, Geschäftsmodelle, Abgrenzung zum Family Office) sowie einen theoretischen Einblick in den Aufbau, die Ausgestaltung sowie die Steuerung des Private Banking-Geschäftsfeldes aus Gesamtbanksicht. Sie wissen am Seminarende, welche Herausforderungen aus Gesamtbank- und Marktsicht mit dem Aufbau, der Implementierung sowie der Umsetzung einer Private Banking-Geschäftsstrategie verbunden sind und können diese fachlich fundiert aus Gesamtbanksicht bewerten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farkas-Richling, D./Fischer, Th./Richter, A. (2012), 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage: Private Banking und Family Office – Geschäftsmodelle – Produkte – Recht und Steuern. Stuttgart.
- Schaubach, P. (2007): Family Office im Private Wealth Management – Konzeption und empirische Untersuchung aus Sicht der Vermögensinhaber. 3. durchgesehene Auflage. Bad Soden
- Lumma, K./Hampel, M./Kühn, I.-W. (2011): Studie Private Wealth Banking: Wachstumsaussichten und Erfolgsfaktoren für den deutschen Markt. In: Kirmße, S./Scheer, O. (Hrsg.): Aktuelle Studien zu den Entwicklungen und Perspektiven des Bankgeschäftes in Deutschland und Europa. Frankfurt am Main, S. 135–155.
- Nigsch, M. (2010): Das Wealth Management-Team in der Kundenbetreuung – Eine Analyse am Beispiel einer Schweizer Großbank, Wiesbaden.
- Zenz-Spitzweg, P. (2007): Die Wahl des Anbieters im Private Banking – Eine Analyse der Wirkung der Determinanten von Premiummarken im Hinblick auf den Kaufentscheid im deutschen Private Banking, Hamburg.
- Becker, J. (2009): Marketing-Konzeption – Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. 9. aktualisierte und ergänzte Auflage, München.
- Becker, J. (2010): Das Marketingkonzept – Zielstrebig zum Markenerfolg. 4., aktualisierte und ergänzte Auflage, München.
- Esch, F.-R. (2012): Strategie und Technik der Markenführung. 7. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, München.

FBC-41 | Beratungspraxis im Wealth Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-41
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Beratungspraxis im Wealth Management
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Kirmße

2. Inhalt

Der Erfolg von Unternehmen und deshalb natürlich auch der Erfolg von Kreditinstituten hängen maximal ab von den Mitarbeitern. Derzeit wird der typische Bankmitarbeiter gezwungen, eine ungeheure Vielzahl von Vorschriften zu kennen und anwenden zu können. Bankmitarbeiter werden so zum langen Arm der Regulierer. Doch ohne Vertriebs Erfolg ist auch die beste Bank bald pleite. Die Fähigkeiten, mit Kunden umzugehen, diese gut und kompetent zu beraten, vor allem aber, deren Bedürfnisse zu verstehen, sind für den Erfolg von Kreditinstituten entscheidend. Erfolgreiche Vertriebsmitarbeiter müssen eine Vielzahl von Fähigkeiten mitbringen. Sie müssen die Grundregeln der Kommunikation beherrschen. Sie müssen in der Lage sein, Gespräche zu führen und zu steuern. Sie sollten über grundlegende psychologische Kenntnisse verfügen. Sie müssen sich in die Denkweise ihrer Mandanten hineinversetzen können. Die Behavioral Finance sollte beherrscht werden, um Fehlverhalten sowohl auf Bank- als auch auf Kundenseite vermeiden zu können. Zu betonen ist an dieser Stelle, dass es nicht um die Beratungspraxis im Allgemeinen geht. Vielmehr sind die besonderen Ansprüche der Kunden im Wealth Management zu beachten. Standardisierte Vorgehensweisen werden in diesem Segment weniger gefragt sein, als individuelle Lösungen. Im Grunde wäre, um diese Skills zu erwerben, ein persönliches Coaching erforderlich. Eine solche Ausbildung kann im wissenschaftlich fundierten Masterstudium nicht geleistet werden. Trotzdem können die Rahmenbedingungen einer idealen Beratungspraxis herausgearbeitet und vermittelt werden. Deshalb besteht das Ziel dieses Moduls darin, ein möglichst vollständiges Bild der Beratungspraxis im Wealth Management zu vermitteln und dieses gemeinsam mit den Studierenden kritisch zu hinterfragen.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Subprime Crisis und Vertrauensverlust
- Neue Anforderungen im Private Wealth Management
- Value Proposition Design
- Neugründung und Aufbau eines Family Offices mit einzigartiger Value Proposition
- Funktionen und Aufgaben eines Family Officer (m/w)
- Entwicklung von Stellenausschreibungen für das Private Wealth Management und Family Office zur Rekrutierung von Mitarbeitern
- Marken- und Wertekommunikation
- Exkurs Theorie: Vorgehen für Family Office-Markenaufbau
- Exkurs Praxis: Genossenschaftliches Family Office WerteSchmiede

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- erhalten vertiefendes Wissen über die Beratungspraxis im Wealth Management.
- sind in der Lage, diesen Themenkomplex kritisch zu beurteilen.
- können anhand der Fallstudienbearbeitung in kleinen Gruppen und anschließender Präsentation intensiv die Modulinhalte diskutieren.
- herausfordernde operative Aufgaben und strategische Projekte im Private Banking selbständig erfolgreich durchzuführen.
- Kundenbedürfnisse und des Kundenverhaltens der verschiedenen Segmente im Wealth Management differenzieren.
- die verschiedenen Bedarfsfelder von vermögenden Kunden identifizieren.
- werden mit den Erkenntnissen aus dem Modul in die Lage versetzt, sich für höhere Aufgaben im Private Banking zu qualifizieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farkas-Richling, D./Fischer, Th./Richter, A. (2012), 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage: Private Banking und Family Office – Geschäftsmodelle – Produkte – Recht und Steuern. Stuttgart.
- Schaubach, P. (2007): Family Office im Private Wealth Management – Konzeption und empirische Untersuchung aus Sicht der Vermögensinhaber. 3. durchgesehene Auflage. Bad Soden
- Lumma, K./Hampel, M./Kühn, I.-W. (2011): Studie Private Wealth Banking: Wachstumsaussichten und Erfolgsfaktoren für den deutschen Markt. In: Kirmße, S./Scheer, O. (Hrsg.): Aktuelle Studien zu den Entwicklungen und Perspektiven des Bankgeschäftes in Deutschland und Europa. Frankfurt am Main, S. 135–155.
- Nigsch, M. (2010): Das Wealth Management-Team in der Kundenbetreuung – Eine Analyse am Beispiel einer Schweizer Großbank, Wiesbaden.
- Zenz-Spitzweg, P. (2007): Die Wahl des Anbieters im Private Banking – Eine Analyse der Wirkung der Determinanten von Premiummarken im Hinblick auf den Kaufentscheid im deutschen Private Banking, Hamburg.
- Becker, J. (2009): Marketing-Konzeption – Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements. 9. aktualisierte und ergänzte Auflage, München.
- Becker, J. (2010): Das Marketingkonzept – Zielstrebig zum Markenerfolg. 4., aktualisierte und ergänzte Auflage, München.
- Esch, F.-R. (2012): Strategie und Technik der Markenführung. 7. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, München.

FBC-42 | Strategie und Value of IT

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-42
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strategie und Value of IT
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

Das Management von Kosten, Risiken und Prozessen als Konsequenz auf die Finanzkrise ist heute zur Kerndisziplin im Finanzdienstleistungsbereich geworden. Die Erfüllung der umfangreichen aufsichtsrechtlichen und gesetzlichen Anforderungen, aber auch die geforderte Transparenz der Finanz- und Kundengeschäfte gegenüber den Regulatoren bindet in den nächsten Jahren enorme Ressourcen und Investitionsbudgets.

Parallel dazu ist jedoch ein ganz anderes Bedrohungspotenzial gewachsen: harter Verdrängungswettbewerb kennzeichnet die Märkte. Es entbrennt der Wettbewerb der Strategien mit dem Fokus auf differenzierende Geschäftsmodelle, innovative Produkt- und Marktstrategien und der Offenheit für vielfältige Fusions- und Kooperationsmodelle. Die hieraus erwachsenden Anforderungen erfordern entsprechend mehr Leistung von der Organisation (kurz ORG) und insbesondere von der Informationstechnologie (kurz IT). Die zentralen Forderungen nach einem sicheren und performanten Betrieb sowie nach der Budgettragfähigkeit der IT und der damit verbundenen optimalen Allokation von Ressourcen bleiben zwar erhalten, darüber hinaus gewinnen jedoch zwei Dimensionen verstärkt an Gewicht: Erstens die signifikante Erhöhung der Lieferfähigkeit der IT zur gezielten Unterstützung neuer Geschäftsanforderungen sowie zweitens die hierzu notwendige Bereitstellung innovativer Architekturen und Technologien.

Die Kernfragen „Welche ORG- und IT-Unterstützung benötigen die Institute konkret?“, „Wie werden die-se Leistungen effizient erbracht?“ und „Wer steuert den Einsatz und die Entwicklung der ORG/IT?“ müssen hierzu beantwortet werden – Ausgangspunkt: die ORG/IT-Strategie. Sie legt den Einsatz und die langfristige

Entwicklung der Organisations- und IT-Leistungen für ein Finanzinstitut unter Berücksichtigung der aktuellen und künftigen fachlichen Anforderungen und der technischen Möglichkeiten sowie der beteiligungs- und marktrelevanten Umfeldbedingungen fest.

Das hier vorliegende Modul führt in die Ziele und Inhalte einer Organisations- und Informationstechnologie-Strategie ein, adressiert ihre unterschiedlichen Bausteine und macht das Zusammenspiel dieser untereinander transparent. Entlang der drei Säulen „Fach- und IT-Architektur“, „ORG/IT-Management“ und „ORG/IT-Governance“ werden die heutigen und künftigen Herausforderungen der ORG/IT-Arbeit aufgezeigt und anhand von aktuellen Praxisbeispielen vermittelt.

Im Kontext der optimalen Ausgestaltung der ORG/IT-Leistungen für Finanzdienstleister wird die Frage nach dem Wertbeitrag der IT für den Geschäftserfolg seit langem intensiv diskutiert. Auf der einen Seite gibt es eine starke Stimme seitens der Hersteller, Distributoren, Consultants und Analysten, welche Ihre Produkte und Ansätze als „Enabler“ und neben dem Personal als Hauptproduktionsfaktor der Wertschöpfung verstehen. Auf der anderen Seite existieren - auch in den Instituten selbst – Skeptiker, die zwar die Notwendigkeit von IT für den Bankbetrieb akzeptieren, IT jedoch als Hauptkostentreiber der Häuser und eher als wertverrichtend denn -stiftend sehen. In diesem Kontext wird aufgezeigt, wie ein wirksames ORG/IT-Kostenmanagement funktioniert und ob es einen wirklich überzeugenden Weg gibt, den Wertbeitrag der IT für den Geschäftserfolg auszuweisen.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- IT als Produktionsfabrik - Herausforderungen in Finanzdienstleistungsinstituten
- Anforderungen und Chancen der Blockbuster Digitalisierung, Regulatorik und Komplexität
- CIO-Agenda - Zusammenspiel von Organisation, IT und Unternehmensstrategie
- Inhaltliche und regulatorische Anforderungen an eine ORG/IT-Strategie
- Ziele und Kernaufgaben der ORG/IT-Strategie
- Fach- und IT-Architektur
- ORG/IT-Management
- ORG/IT-Governance
- IT Spending – Erkenntnisse aus Investitionskraft, Kostentransparenz und Kostenmanagement
- ORG/IT - Positionierung als Cost, Profit oder Value Center
- Ansätze und Methoden zur Wertbeitragsermittlung
- IT Performance Management anhand von KPIs
- Business-IT-Alignment

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen die grundsätzlichen Ziele und Inhalte einer ORG/IT-Strategie.
- verstehen das Zusammenspiel von Organisation, IT und Unternehmensstrategie.
- kennen die Herausforderungen heutiger ORG/IT-Arbeit in Finanzdienstleistungsinstituten.
- kennen die Anforderungen und Chancen der Blockbuster Digitalisierung, Regulatorik und Komplexität.
- können die Ziele, Kernaufgaben, Vorgehen und Referenzmodelle der Themenbereiche „Fach- und IT-Architektur“, „ORG/IT-Management“ und „ORG/IT-Governance“ beschreiben.
- sind in der Lage eine ORG/IT-Strategie für einen Finanzdienstleister zu formulieren.
- wissen um die verschiedenen Positionierungen der ORG/IT als Cost, Profit oder Value Center.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Aier, S./Kurpjuweit, S./Saat, J./Winter, R. (2009): „Enterprise Architecture Design as an Engineering Discipline,“ AIS Transactions on Enterprise Systems (1:1), S. 36-43.
- Eul, M./Röder, H./Simons, E. (2008): „Strategisches IT-Management – Vom Kostenfaktor zum Werttreiber,“ in Strategisches IT-Management, Keuper, F./Schommann, M./Grimm, R. (Hrsg.), Wiesbaden, S. 101-114.
- Henderson J. C./Venkatraman, N. (1993): „Strategic alignment: Leveraging information technology for transforming organizations“, IBM Systems Journal (38:2.3), S. 472-484.
- Lanzinner, S./Leimeister, J. M./Krcmar, H. (2009): „Value Mapping - Wertorientierte Steuerung von IT-Landschaften,“ HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik Nr. 269, S. 34-41.
- Patas, J./Mayer, J. H./Goecken, M./Wippel, J. (2012): „Der Wertbeitrag der IT“, WISU – Das Wirtschaftsstudium, Heft Nr. 2, S. 183-186.
- Saat, J. et al. (2011): „Analysis of IT/Business Alignment Situations as a Precondition for the Design and Engineering of Situated IT/Business Alignment Solutions,“ System Sciences (HICSS), 2011 44th Hawaii International Conference on Information Systems, S. 1-9.
- Saat, J., Behrmann, W., Rosenkranz, C. 2012. „Leitartikel IT-Strategie,“ in Gabler Banklexikon. Bank – Börse - Finanzierung, Gramlich, L./Gluchowski, P./Horsch, A./Schäfer, K./Waschbusch, G. (Hrsg.), 14. Auflage, Wiesbaden, S. 792-799.
- Schick, A. (2007): „Neuausrichtung des strategischen IT-Managements in der Finanzdienstleistungsbranche“ in IT-Management, Keuper, F., Schomann, M., Grimm, R. (Hrsg.), Wiesbaden: Gabler-Verlag, S. 145-169.
- Schick, A. (2014): „IT-Kostenmanagement – schön spielen oder gewinnen?“ in BankingHub: <https://www.bankinghub.de/banking/operations/it-kostenmanagement>.
- Schick, A./Schwind, K. (2003): Dem „Value-of-IT“ auf der Spur - Anforderungen an das ORG/IT-Management, erschienen in: „ geldinstitute“, Heft Nr. 8-9.
- Schick, A./Behrmann, W. (2014): „Honeymoon is over – wenn Sourcing-Projekte eskalieren“ in BankingHub: <https://www.bankinghub.de/banking/operations/wenn-sourcingprojekte-eskalieren>.
- Scheer, O./Brockhoff, S./Saat, J. (2014): „Erfolgreiches Programm-Management“ in BankingHub: <https://www.bankinghub.de/banking/operations/erfolgreiches-programm-management>.
- Seidl, M. (2006): „IT-Benchmarking als Ausgangspunkt für Optimierungen,“ IT Management, Heft Nr. 1, S.26-30.

FBC-43 | Service-Management und IT-Sourcing

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-43
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Service-Management und IT-Sourcing
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Joachim Hasebrook

2. Inhalt

In der Finanzdienstleistungsindustrie stellt die Informationstechnologie einen essentiellen Produktionsfaktor für die Erbringung der Kundendienstleistungen dar. Damit kommt den ORG/IT-Einheiten eine Rolle als interner Service Dienstleister für die am Markt vertriebllich aktiven Einheiten der Institute zu. Die Kernaufgabe der ORG/IT-Einheiten von Finanzdienstleistern ist damit die Sicherstellung der mittel- und langfristigen Versorgung (Entwicklung und Betrieb) der Institute mit adäquaten, wirtschaftlichen und zukunftsfähigen Organisations- und IT-Lösungen zur spürbaren Umsetzung der definierten Geschäftsziele und Geschäftsstrategien unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen.

Um diese Rolle als interner Service Dienstleister wahrnehmen zu können, muss die ORG/IT-Einheit einerseits ein adäquates Leistungsportfolio definieren und Service Level zur Erbringung dieser Leistungen mit seinen Kunden – den Fachbereichen der Institute - vereinbaren. Andererseits muss die ORG/IT-Einheit eine mit der Geschäftsstrategie im Einklang stehende ORG/IT-Sourcing-Strategie definieren. Darin muss sie festlegen, wie die vereinbarten Leistungen für die Fachbereiche qualitativ hochwertig und zu angemessenen Kosten erbracht werden können. Kernfragen sind dabei die Bestimmung der optimalen Wertschöpfungstiefe der in-house zu erbringenden ORG/IT-Dienstleistungen, die Wahl eines adäquaten Leistungsschnitts und die Festlegung eines konstruktiven Zusammenarbeitsmodells mit externen Dienstleistern sowie die Sicherstellung eines aktiven Providermanagements für ausgelagerte ORG/IT-Dienstleistungen.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundstruktur der Leistungserbringung und Gestaltungsprinzipien der ORG/IT
- Elemente des Service Managements
- Innere Leistungsstruktur und Aufbau der IT-Organisation
- Schnittstellen zur Gesamt-Organisation
- Abgrenzung verschiedener Referenzmodelle (CMMI, ITIL, COBIT 5)
- Einordnung und Motivation des IT-Sourcing
- Entscheidungsmodelle des IT-Sourcing
- Best Practice Vorgehensmodell im Outsourcing
- Retained Organisation im Rahmen des Outsourcing

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- gewinnen einen Überblick über die Wertschöpfungskette der ORG/IT und der innerhalb der Wertschöpfungskette erbrachten Services.
- bekommen Konzepte zur Entwicklung einer Sourcing-Strategie sowie typische Sourcing-Modelle in der Finanzdienstleistungsindustrie und deren Implementierung (Transition/Transformation) sowie Steuerung (Providermanagement) vermittelt.
- sind in der Lage, diese Konzepte und Modelle im Unternehmensumfeld anzuwenden.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Wright, C. 2004. „Top Three Potential Risks With Outsourcing Information Systems“, in: Information Systems Control Journal (5).
- Schomann, M. Röder, S. 2008. „Chancen und Grenzen der Industrialisierung von IT-Services“, in: Strategisches IT-Management, F. Keuper, M. Schomann und R. Grimm (Hrsg.), Wiesbaden.
- Grimm, R. 2008. „Der operative IT-Strategie-Ansatz“ in Strategisches IT-Management, F. Keuper, M. Schomann und R. Grimm (Hrsg.), Wiesbaden.
- Keuper, F. 2008. „IT Management im Lichte des Resource-based View und des Kernkompetenz-Ansatzes“ in Strategisches IT-Management, F. Keuper, M. Schomann und R. Grimm (Hrsg.), Wiesbaden.
- Dietrich, L., Schirra, W. 2004. „IT-Sourcing“ in IT im Unternehmen, Berlin.
- Kaib et al. 2008. „Erfolgreiches Managen internationaler Outsourcing Projekte“ in: Outsourcing in Banken (2), Wiesbaden.
- Ventana Research. 2011. „Mehr als nur die Aufrechterhaltung des Betriebs“. San Ramon: Ventana Research.
- Ackermann, J., Yeung, M. A., van Bommel, E. 2007. „Better IT management for banks“, The McKinsey Quarterly, S. 1-7.

FBC-44 | Manage IT und IT Risk

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-44
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Manage IT und IT Risk
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

Die Kernaufgabe der ORG/IT-Einheiten von Finanzdienstleistern ist die Sicherstellung der mittel- und langfristigen Versorgung (Entwicklung und Betrieb) der Institute mit adäquaten, wirtschaftlichen und zukunftsfähigen Organisations- und IT-Lösungen. Ziel des IT-Managements ist die Umsetzung der definierten Geschäftsziele und Geschäftsstrategien unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen.

Ein kritischer Erfolgsfaktor dafür ist die effektive und effiziente Steuerung der IT. Steuerungsprinzipien müssen klar festgelegt sein und die Entwicklung von Unternehmens- und IT-Strategie den gleichen Regeln folgen, um ein Business/IT-Alignment zu gewährleisten. Neben der sich auf das Gesamtunternehmen beziehenden Corporate Governance existiert daher innerhalb des IT-Managements die IT-Governance-Funktion („Manage IT“). Ziel dieser ist die zielorientierte Steuerung einer leistungsfähigen und reibungslosen Zusammenarbeit zwischen Fachbereichen, ORG/IT-Einheiten und IT-Dienstleister und Gremien unter den Rahmenbedingungen Lieferfähigkeit, Beherrschbarkeit und Budgettragfähigkeit.

Die Aufgabe von Manage IT ist es, hierfür durch effiziente Strukturen und Prozesse die notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen bzw. deren Ausführung zu steuern und zu fördern. Zentrale Handlungsfelder hierfür sind:

- Sicherstellung der zielgerichteten Zusammenarbeit aller Beteiligten der gesamten ORG/IT Wertschöpfungskette,
- Optimales Austarieren von kundennahen Leistungen und zentraler Steuerung,
- Herstellung einer Balance zwischen Standardisierung und Flexibilität,
- Ausdifferenzierung der IT-Leistungsniveaus auf unterschiedliche Kundenanforderungen, Adjustierung wesentlicher Steuerungs-, Leistungs- und Unterstützungsprozesse sowie tragfähige IT-Architekturen und verbindliche IT-Bebauungsplanung.

Neben der Steuerung der ORG/IT-Wertschöpfung zählt die Sicherstellung der Einhaltung geltender Compliance und Informationssicherheitsstandards sowie das Management von IT-Risiken als notwendige Nebenbedingung der ORG/IT-Leistungserbringung zu den hoheitlichen Aufgaben der IT-Steuerung. In diesem Zusammenhang sind beispielsweise die Einhaltung gesetzlicher und regulatorischer Anforderungen wie MaRisk oder geltende Auslegungsbestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes für die Informationssicherheit zu steuern und zu überwachen. Aber auch die Überwachung interner operationeller Risiken (OpRisks) durch unzulängliche oder ausfallende interne Verfahren, Mitarbeiter oder Systeme gehört zu den Aufgaben von Manage IT.

Das Modul vermittelt einen Überblick über wichtige ORG/IT-Governance-Aufgaben und -Prozesse. Anhand von Praxisbeispielen aus dem Beratungsgeschäft werden hierbei die kritischen Erfolgsfaktoren herausgestellt. Darüber hinaus erhalten die Studierenden wichtige Einblicke in die regulatorischen Leitplanken des Themas ORG/IT, die anhand von konkreten Prüfungsanlässen vermittelt werden.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Einführung ORG/IT und ORG/IT-Steuerung
- Aufbau der ORG/IT-Steuerungsfunktion
- IT-Bebauungsplan als Steuerungsinstrument
- Projektportfoliomanagement als Steuerungsinstrument
- Optimierung der IT-Kosten
- IT-Scorecard
- Management operationeller Risiken
- IDV-Strategie
- Nachbereitung IT-Prüfung
- Neugestaltung IT-Governance

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- verstehen, welche Bedeutung ORG/IT-Governance-Aufgaben und -Prozessen zukommt.
- können die ORG/IT-Governance-Aufgaben und Prozesse systematisieren und einordnen.
- erlangen die Fähigkeit, IT-Kosten zu optimieren und eine IT-Scorecard selbstständig aufzustellen und zu Controllingzwecken zu verwenden.
- sind in der Lage operationelle Risiken der IT zu steuern.
- können IT-Prüfungskonzepte bewerten.
- können die IT-Governance eines Finanzinstituts interpretieren, bewerten und weiterentwickeln.
- finden Lösungen zu klar definierten Problemstellungen im Rahmen von Gruppenarbeiten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

- Alkhaldi, F., Hammami, S., Uddin, M. 2017. "Understating value characteristics toward a robust IT governance application in private organizations using COBIT framework," International Journal of Engineering Business Management. Volume 9. S. 1-7.
- Hamel, F., Herz, T., Uebernickel, F., Brenner, W. 2012. "Managing costs and performance of IT in business groups: Towards a performance measurement model for global insurance business groups," AMCIS, 2012 Proceedings. Paper 24. S. 1-9.
- Iijima, T. 2005. "A practical way to manage IT costs," Journal of Corporate Accounting & Finance. Volume 16 (5). S. 13-20.
- Johannsen, W., Goeken, M. 2006. "IT-Governance - neue Aufgaben des IT-Managements," HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik (250), S. 7-20.
- Prottung, S. 2008. „Auf dem Weg zur Geschäftsentwicklung mit der IT – Die innovative Kraft der IT für die Geschäftsentwicklung nutzen," in Strategisches IT-Management, Keuper, F., Schommann, M., Grimm, R.(Hrsg.), Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 63-78.
- Rausch, K., Rothe, A. 2004. „Wertorientiertes Kostenmanagement," in IT im Unternehmen, Dietrich, L., Schirra, W. (Hrsg.), Heidelberg: Springer Verlag, S. 83-101.
- Teubner, A., Feller, T. 2008. „Informationstechnologie, Governance und Compliance," WIRTSCHAFTS-INFORMATIK (50:5), S. 400-407.
- Winter, R., Schelp, J. 2008. "Enterprise Architecture Governance: The Need for a Business-to-IT Approach," Proceedings of the 2008 ACM symposium on Applied computing (SAC '08), S. 548-552.

Ergänzende Literatur (optional)

- Haase, A. et al. 2014. „Einführung des IT-Risiko- und Chancenmanagements (IT-RCM)," in Leitfaden IT- Risiko- und Chancenmanagement im Unternehmen, BITKOM (Hrsg.), S. 16-23.
- Haase, A. et al. 2014. „Praxisbeispiele und Fallstudien," in Leitfaden IT-Risiko- und Chancenmanagement im Unternehmen, BITKOM (Hrsg.), S. 24-41.
- Loomanns, D., Wilop, K., Barten, P. 2015. „Nachhaltiges IT-Risikomanagement – Vorgehen zur Identifikation wesentlicher IT-Risiken," in Wirtschaftsinformatik & Management (1/2015), S. 38-45.
- Racz, N., Weippl, E., Seufert, A. 2010. "A process model for integrated IT governance, risk, and compliance management," Proceedings of the Ninth Baltic Conference on Databases and Information Systems (DB&IS 2010), S. 155-170.
- Von Solms, R., van Niekerk, J. 2013. "From information security to cyber security" Computers & Security. Volume 38. S. 97-101.
- Wolden, M., Valverde, R., Talla, M. 2015. "The effectiveness of COBIT 5 Information Security Framework for reducing Cyber Attacks on Supply Chain Management System," IFACPaper-sOnLine. Volume 48, Issue 3. S. 1846-1852.

FBC-45 | IT-Landschaften und Enterprise Architecture Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-45
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	IT-Landschaften und Enterprise Architecture Management
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

Neben der Bereitstellung der „Fertigungsstraßen“ nimmt die ORG/IT durch Steuerungs- und Unterstützungsaufgaben insbesondere zu IT-Landschaften sowie korrespondierenden Geschäftsprozessen eine zentrale Rolle für die Wertschöpfung in der FDL-Branche ein.

Im aktuell schwierigen Marktumfeld mit abnehmenden Margen und steigenden regulatorischen Anforderungen ist eine adäquate und strategiekonforme Ausrichtung der IT-Landschaft für die Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit essentiell. Hierbei muss die Ausgestaltung eng mit dem Geschäftsmodell verzahnt werden und somit auf die Produkte und Prozesse sowie die jeweiligen Alleinstellungsmerkmale ausgerichtet sein. Schlüssel dafür ist ein wirksames Enterprise Architecture Management (EAM), das sowohl die Fach- als auch die technische Sicht berücksichtigt und eng miteinander koppelt. Insbesondere in einem Umfeld, welches stetigem Wandel und hohen Komplexitäten unterliegt, hilft eine integrierte Architektursicht anstehende Veränderungen zu planen und umzusetzen. Dabei helfen Modelle als Kern der Architekturarbeit durch unterschiedliche Perspektiven und Granularitätsebenen geeignet zu abstrahieren und somit Komplexitäten zu reduzieren.

Im Rahmen des technischen Architekturmanagements stehen die „tieferliegenden“ Architekturebenen wie Anwendungen, technische Infrastrukturen oder die Produktionsarchitektur im Vordergrund. Aufgrund der Qualifikationen der IT-Mitarbeiter, bspw. im Software Engineering, und damit einhergehenden Modellaffinität, besitzen technische Architekturen in der Regel einen hohen Reifegrad. Dazu gibt es am Markt eine

Vielzahl von Architekturmanagement-Tools, mit denen das technische Architekturmanagement insbesondere mit Blick auf die Dokumentationspflichten unterstützt werden kann. Nichtsdestotrotz reicht eine ausschließlich technische Sicht nicht aus, um Veränderungen des Business-to-IT aus einer Gesamtsicht zu steuern.

Mit dem Ziel die Architektur als holistisches Planungs- und Steuerungsinstrument zu etablieren, muss das fachliche Architekturmanagement, welches sich u.a. mit Produkten, Geschäftsprozessen, Organisationsstrukturen als Gestaltungsgegenstand befasst, intensiv in dem EAM-Ansatz berücksichtigt werden. Dabei stellt die Verknüpfung zwischen fachlicher und ORG/IT Perspektive in der Praxis immer wieder eine hohe Hürde dar. Zusätzlich muss das Architekturmanagement der Herausforderung begegnen, alle involvierten Stakeholder durch verbindliche Planung und Kommunikation der Veränderungsprozesse einzubinden. Ausgangspunkt der Architekturarbeit muss dabei die Unternehmensstrategie und in der nächsten Stufe eine Beschreibung der Geschäftsmodelle und der resultierenden Produkte und Prozesse sein. Seitens ORG/IT ist parallel eine IT-Strategie zu formulieren, welche sich aus der Unternehmensstrategie ableitet und geeignete Leitlinien für die technische Architektur vorgibt. Davon ausgehend ist dann eine zu den Geschäftsmodellen korrespondierende und mit der IT-Strategie konforme ORG/IT-Landschaft zu konzipieren, die eine optimierte Leistungserbringung sicherstellt. Heutige IT-Landschaften müssen den steigenden Anforderungen aus sich schnell verändernden Geschäftsmodellen und Strukturen sowie einer zunehmenden Regulatorik gerecht werden. In der Praxis haben sich zur Erreichung der dazu notwendigen Handlungsfähigkeit Plattformmodelle etabliert, die es ermöglichen die Ausrichtung im Zielkonflikt Kosten, Flexibilität und Beherrschbarkeit jeweils für die Bebauungsbereiche der IT-Landschaft individuell auszutarieren. Zudem haben sich am Markt für die jeweiligen Geschäftsmodelle Umsetzungsmuster herauskristallisiert und der Markt für Bankanwendungen hat in der DACH-Region einen hohen Reifegrad erreicht. Für die adäquate Ausrichtung der IT-Landschaft eines FDL-Unternehmens ist ein Verständnis des Plattformkonzepts, sowie der aktuellen Marktsituation zwingende Voraussetzung.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Wertschöpfung in FDL
- Bedeutung der ORG/IT Architekturarbeit
- Anwendungsarchitektur, Plattformmodell & Bebauungsplan
- Anwendungen und Kernverfahren
- Etablierte EAM

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- verstehen, welche Bedeutung ORG/IT-Governance-Aufgaben und -Prozessen zukommt.
- können die ORG/IT-Governance-Aufgaben und Prozesse systematisieren und einordnen.
- erlangen die Fähigkeit, IT-Kosten zu optimieren und eine IT-Scorecard selbstständig aufzustellen und zu Controllingzwecken zu verwenden.
- sind in der Lage operationelle Risiken der IT zu steuern.
- können IT-Prüfungskonzepte bewerten.
- können die IT-Governance eines Finanzinstituts interpretieren, bewerten und weiterentwickeln.
- finden Lösungen zu klar definierten Problemstellungen im Rahmen von Gruppenarbeiten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur:

- Boh, W. F./Yellin, D. (2007): "Using Enterprise Architecture Standards in Managing Information Technology", in: Journal of Management Information Systems, Vol. 23, No. 3, S. 163-207.
- Hanschke, I. (2012): „Enterprise Architecture Management“, München.
- Krcmar, H. (2005): „Informationsmanagement“, Berlin/Heidelberg.
- Moormann, J./Schmidt, G. (2007): „IT in der Finanzbranche – Management und Methoden“, Berlin/Heidelberg.
- Schick, A. (2008): „Neuaufrichtung des strategischen IT-Managements in der Finanzdienstleistungsbranche“, in: Strategisches IT-Management, Keuper, F./Schomann, M./ Grimm, R. (Hrsg.), Wiesbaden, S. 143-169.

FBC-46 | Lösungen für Finanzdienstleister und Plan, Design, Build
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-46
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Lösungen für Finanzdienstleister und Plan, Design, Build
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Kirmße

2. Inhalt

Die Kernaufgabe der ORG/IT-Einheiten von Finanzdienstleistern ist die Sicherstellung der mittel- und langfristigen Versorgung (Entwicklung und Betrieb) der Institute mit adäquaten, wirtschaftlichen und zukunftsfähigen Organisations- und IT-Lösungen. Während auf der fachlichen Seite Prozessmanagementmethoden inzwischen einen hohen Reifegrad erreicht haben, stellt die Verknüpfung von der fachlichen Prozess- und der korrespondierenden technischen Systemlandschaft immer noch eine große Herausforderung dar.

Dieser fehlenden Bindung zwischen Business und IT kann insbesondere durch eine integrierte Weiterentwicklung, bestehend aus Enterprise Architecture Management, welches den Rahmen für die erforderliche Verzahnung bildet, in Kombination mit bekannten Methoden aus Prozess und Datenmanagement begegnet werden. Schließlich bilden die genannten Methoden die Grundlage für die technische Umsetzung im Sinne einer Anwendungsentwicklung oder dem Customizing von Standardsoftware.

Dabei unterliegen die Lösungsansätze für ein leistungsfähiges Prozess und Datenmanagement aktuell noch immer einer hohen Dynamik. Nachdem durch die Einführung von Basel II und den dazu benötigten Datenkonsolidierungslösungen die technischen und organisatorischen Grundlagen geschaffen wurden, steigen aktuell die Anforderungen an die Dokumentation, die Nachvollziehbarkeit und die vorliegende Datenqualität erheblich. Beispielsweise werden durch BCBS#239 „Risk Data Aggregation“ umfassende Erwartungen an die Prozesse und das Datenmanagement systemrelevanter Institute formuliert. Obwohl große Teile der IT-

Landschaft bei FDL inzwischen durch Standardsoftware abgedeckt sind, entsteht bei der Einführung von Systemen immer noch ein erheblicher Anwendungsentwicklungsaufwand. Neben der Anpassung (Customizing) und der Integration von Standardsoftware müssen in der Regel spezifische Komponenten individuell ergänzt werden, um bestehende Wettbewerbsvorteile zu sichern bzw. neue zu generieren.

Hierbei entfällt ein signifikanter Anteil auf die Anwendungen der Banksteuerung (Accounting, Controlling, Meldewesen, Risikomanagement inkl. Data Warehouses), da hier zum einen eine hohe geschäftsmodellinduzierte Individualität vorzufinden ist und zum anderen durch die sich immer dynamischer weiterentwickelnde Regulatorik extern induzierte Anforderungen zusammenlaufen. Neue Markttrends wie Big Data und Cloud Computing verschärfen den Wettbewerb zudem.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Überblick Prozess- und Datenmanagement
- Prozessmodellierung und -optimierung
- Einführung in das Datenmanagement
- Datenmodellierung
- Datenmanagement im Betrieb
- Prozess und Datenperspektive im EAM
- Plan, Design, Build: Anwendungsentwicklung

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- haben einen Überblick über integrierte Finanz- und Risikoarchitekturen für Banken.
- erlangen vertiefende Kenntnisse über aktuelle Softwareentwicklungsvorgehen und -prozesse.
- sind in der Lage, ein fachliches Datenmodell in Entity-Relationship-Notation zu beschreiben.
- verstehen ein fachliches Datenglossar.
- können zur Beschreibung von Prozessen BPMN-Modellierung nutzen.
- kennen den Six-Sigma-Ansatz zur Prozessmodellierung.
- können eine Testfallmatrix aufstellen und eine Testdurchführung organisieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur:

- Behrmann, W. (2009): Hitting Interface Specifications -The Role of ‚Common Ground‘ in Financial DWH Projects, 15th Americas Conference on Information Systems (AMCIS 2009), San Francisco, USA, S. 312.
- Sommerville, I. (2012): Software Engineering, 9. Auflage, München.
- Behrmann W./Räkers M. (2008): Specifics of Financial Data Warehousing and Implications for Management of Complex ISD Projects, 16th European Conference on Information Systems (ECIS 2008), Galway, Ireland.
- Rosenkranz C., Räkers M., Behrmann W., Holten R. (2010): Supporting Financial Data Warehouse Development: A Communication Theory-Based Approach, 31st International Conference on Information Systems (ICIS 2010), St. Louis, Missouri, USA.

FBC-47 | Projektmanagement sowie Integration und Migration von IT-Landschaften
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-47
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Projektmanagement sowie Integration und Migration von IT-Landschaften
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thorn Kring

2. Inhalt

Institute im Finanzdienstleistungs(FDL)-Sektor spüren seit Jahren einen stetig zunehmenden Veränderungsdruck. So gilt es, dass Spannungsfeld von Lieferfähigkeit, Kosten und Beherrschbarkeit ständig neu auszutarieren. Kostendruck und notwendige Beherrschbarkeit führen hierbei zu steigendem Veränderungsbedarf im Bereich „Run the Bank“. Modernisierungsstrategien sowie der Bedarf nach schnelleren und flexibleren Lösungen zu einer deutlichen Zunahme der „Change the Bank“-Aufwände. Insgesamt zeigt sich dies an anspruchsvollen Projektportfolien und Programmen der Institute. Da eine Vielzahl dieser Projekte in den meisten Instituten über die ORG/IT gesteuert und abgewickelt werden, steht dieser Bereich vor der Herausforderung der Verzahnung einer großen Anzahl parallel laufender Projekte mit komplexen Abhängigkeiten. Merkmale dieser großen Veränderungsprogramme sind auch die enorme, langjährige Bindung von Mitarbeiterressourcen und Budgets. Besonders herausfordernde Change the Bank Projekte sind hierbei auch der Umbau von Anwendungs- und Infrastrukturlandschaften im Zuge von Integrations- und Migrationsprojekten. Auch hier sind die Gründe für die Notwendigkeit solcher komplexen Veränderungsmaßnahmen vielfältig, z. B. Veränderung der Geschäftsmodelle/-prozesse, neue Funktionalitäten, neue Releases oder die notwendige Ablösung von Legacy-Systemen. Migrationsvorhaben gehören somit zu den komplexesten IT-Vorhaben mit weitreichenden Auswirkungen auf die gesamte Organisation. Beherrschung der Komplexität bei gleichzeitiger Einhaltung von meistens eng getakteten Meilensteinen und Einbindung aller Beteiligten erfordert den Einsatz von strukturierten Vorgehensmodellen sowie fundierte Kenntnisse von Bankarchitekturen und der Leistungsfähigkeit der gängigen IT-Lösungen.

Kernanforderungen an das Projektportfolio und Programm Management sind somit optimale Ressourcenallokation und jederzeitige Handlungsfähigkeit. Für das Top Management muss Transparenz geschaffen werden, was in den Projekten inhaltlich läuft, um „informierte Entscheidungen“ zu treffen und möglichst viele Projekte in Time, Quality & Budget ins Ziel zu führen. Und natürlich müssen die Projekte selbst erfolgreich geführt und gesteuert werden. Erfolgreiches Projektmanagement umfasst dabei drei wesentliche Säulen. Die Erste Säule umfasst Struktur & Steuerung, also unter anderem klar zugewiesene Rollen, Aufgaben und Verantwortungen. Die zweite Säule beinhaltet Methoden & Werkzeuge zur konsistenten und effizienten Durchführung der Projekte. Schwerpunkte der dritten Säule sind Personal & Veränderung, also die Anwendung eines wirksamen Change Managements im Rahmen der Projektarbeit und bei der Umsetzung von Veränderungen im Institut.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundlagen des Projektmanagements
- Multiprojekt-, Projektportfolio- und Programmmanagement
- IT-Transformation von Banken
- Vorbereitung von IT-Transformationsprojekten
- Durchführung von IT-Transformationsprojekten

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- kennen die wesentlichen Bestandteile eines State of the Art Projektmanagements.
- erhalten einen Überblick das Integrationsmanagement.
- erwerben vertiefende Kenntnisse über die strategischen und wirtschaftlichen Aspekte von Migrationsprojekten.
- können Methoden und Tools sinnvoll anwenden.
- wissen, welche „Changemethoden“ in Projekten zum Einsatz kommen.
- können den gesamten Lebenszyklus eines Projektes beschreiben und anwenden.
- kennen die wesentlichen Wirkinstrumentarien von Programmen (Großprojekten).
- sind in der Lage, Störungen in Projekten rechtzeitig zu erkennen und entsprechende Maßnahmen zur Behebung einzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Kerzner, H. (2009): Project Management, A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, 10. Auflage, New York.
- Fiedler, R. (2016): Controlling von Projekten, Projektplanung, Projektsteuerung und Risikomanagement, Wiesbaden.
- Bonham, S. (2005): IT Project Portfolio Management, Norwood, MA, USA.
- Maizlish, B./Handler, R. (2005): IT Portfolio Management, Hoboken/New Jersey.
- Penzel, H.-G./Pietig, C. (2000): MergerGuide – Handbuch für die Integration von Banken, Wiesbaden.

FBC-48 | Corporate University

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-48
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Corporate University
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

wird im Bedarfsfall definiert

3. Qualifikationsziele

wird im Bedarfsfall definiert

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

wird im Bedarfsfall definiert

FBC-49 | Summer School

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-49
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Summer School
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 40 Stunden Kontaktzeit (entspricht 5 Seminartagen) 72 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 9 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 10 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

Das Programm besteht aus einem spannenden Mix aus Besuchen international agierender Unternehmen und interessanten Fachvorträgen renommierter Experten von Partneruniversitäten. Die Summer School wird in Kooperation mit den Steinbeis Instituten CRES und WVZ aus Freiburg, sowie der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich und der Mercator School of Management an der Universität Duisburg-Essen durchgeführt. Die Veranstaltungsorte werden grundsätzlich in Absprache mit den Studierenden festgelegt. Die Summer School kann beispielsweise in New York, Boston, London, Singapur und Granada durchgeführt werden. Im Rahmen einer konzentrierten, einwöchigen Präsenzveranstaltung wird den Studierenden ein vertiefender Einblick in den Bereich Financial Services in anderen Ländern ermöglicht und ein Verständnis für abweichende Lösungsmöglichkeiten für finanzwirtschaftliche Themenstellungen geschaffen. Darüber hinaus haben die Studierenden die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten im Business Englisch zu erweitern und ein internationales Netzwerk aufzubauen.

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- trainieren und erweitern ihre Kenntnisse im Business Englisch.
- sind in der Lage, über verschiedene Management- und Finance-Themen in einer sehr guten englischen Sprache auf wissenschaftlichem Niveau zu diskutieren.
- wenden zentrale Schlüsselqualifikationen wie Präsentationstechniken und wissenschaftliches Schreiben in englischer Sprache an.
- sammeln Auslandserfahrung.
- lernen den Bereich Financial Services in anderen Ländern kennen.
- können sich ein internationales Netzwerk aufbauen.
- erwerben kommunikative Kompetenzen im Rahmen der Gruppendiskussion und erweitern dadurch ihre Kooperations- und Teamfähigkeit.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

keine

FBC-50 | Ganzheitliche Finanzberatung I

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-50
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Ganzheitliche Finanzberatung I
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bernd Rudolph

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Steuerliche und juristische Grundlagen der Finanzplanung und -beratung • Mathematische und methodische Grundlagen und Kompetenzen für Finanzplanung und -beratung • Fach- und Methodenkompetenz für die ganzheitliche Finanzberatung im Hinblick auf: <ul style="list-style-type: none"> ○ Finanzanlage-Optionen ○ Sach- und Personenversicherung ○ Finanzierungsformen ○ Private Versorgungssysteme ○ Betriebliche Versorgungssysteme • Ganzheitliches Vermögens-, Liquiditäts- und Versorgungsmanagement • Zielsysteme des Financial Planning • Liquiditätsplanung und -management

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Nach Abschluss des Moduls kann der Student sein Fachwissen über Finanzprodukte wie z. B. Sach- und Personenversicherungen, deren gesetzliche und steuerliche Grundlagen und Rahmenbedingungen sowie Wechselwirkungen analysieren, strukturieren und entsprechende Handlungsempfehlungen benennen. • Er kennt die Modelle der privaten und betrieblichen Versorgung und kann diese klassifizieren und den verschiedenen Anforderungen zuordnen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farkas-Richling, D. & Staab, W. (2003): Private Finanzplanung, Vermögensanlage und Steuern: Know-how für die moderne Finanzberatung und Vermögensverwaltung, Stuttgart, Schaefer-Poeschel Verlag.
- Böckhoff, M. (2003): Der Finanzplaner, Heidelberg, Verlag Recht und Wirtschaft

FBC-51 | Ganzheitliche Finanzberatung II

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-51
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Ganzheitliche Finanzberatung II
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: Ganzheitliche Finanzberatung I
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bernd Rudolph

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Finanzberatungsprozess: <ul style="list-style-type: none"> ○ Datenaufnahme ○ Analyse ○ Finanzplanerstellung ○ Strategieentwicklung und –verabschiedung ○ Implementierung • Methoden- und Sozialkompetenz für die ganzheitliche Finanzberatung • Kommunikationspsychologische Modelle und Methoden • Phasenmodell für die ganzheitliche Beratung • Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation • Differentielle Psychologie der Kommunikation • Situationsgerechte Kommunikation • Rechtliche Rahmenbedingungen der Finanzberatung • Kunde, Werte und ethisches Handeln in der Finanzberatung
--

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden lernen, die Methoden der ganzheitlichen Finanzberatung hinsichtlich Anlage-, Versicherungs-, Finanzierungs- und Vorsorgemöglichkeiten situationsspezifisch anzuwenden und entsprechende Kommunikationsmethoden und -modelle diesbezüglich einzusetzen.
- Die Studierenden können vertieftes Wissen über kommunikationspsychologische Methoden anwenden, um im Dialog mit den entsprechenden Aktionspartnern erfolgreiche Lösungen zu erarbeiten.
- Außerdem verstehen die Studierenden die rechtlichen Rahmenbedingungen der Finanzberatung.
- Im Sinne einer kundenzentrierten Beratung setzen sie sich darüber hinaus aktiv mit Kundennutzen und Werten auseinander.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Farkas-Richling, D. & Staab, W. (2003): Private Finanzplanung, Vermögensanlage und Steuern: Know-how für die moderne Finanzberatung und Vermögensverwaltung, Stuttgart, Schaefer-Poeschel Verlag.
- Schulz von Thun, F. (2010): Miteinander Reden 1-3, Reinbek, Rowohlt Verlag.
- Böckhoff, M. (2003): Der Finanzplaner, Heidelberg, Verlag Recht und Wirtschaft

FBC-52 | Analyse und Reflektion des Financial Planning

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-52
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Analyse und Reflektion des Financial Planning
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Kritische Analyse und Reflektion des Financial Planning Prozesses • Kunden- und Marktanalyse • Analyse von Zielsystemen und strategischen Ansätzen • Transfer von theoretischen Ansätzen und Methoden in die Financial Planning Praxis • Entwicklung und Planung eines individuellen Transferprojektes
--

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Der Student kann die die Grundlagen Seminare in Bezug zu seiner praktischen Arbeit reflektieren. • Erkenntnisse aus den Studienmodulen kann er erfolgreich in der Praxis und in seiner täglichen Arbeit mit Hilfe Transfermethoden anwenden. • Anhand eines strukturierten Prozesses lernt der Teilnehmer, seine Arbeit und die Studieninhalte des Programms kontinuierlich in Bezug zueinander zu setzen, zu analysieren und zu reflektieren. • Der Lernende schärft seine Analyse- und Reflexionsfähigkeit für die integrale Projektarbeit.
--

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Brandon, E / Welch, H. (2009): The History of Financial Planning. The Transformation of Financial Services. Wiley.
- Dinauer, J. (2008): Grundzüge des Finanzdienstleistungsmarkts: Allfinanz – Private Altersvorsorge – Financial Planning (Managementwissen für Studium und Praxis). München. Oldenburg.

FBC-53 | Financial Planning I – Interdisziplinäre Grundlagen

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-53
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Financial Planning I – Interdisziplinäre Grundlagen
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Kritische Analyse und Reflektion des Financial Planning Prozesses • Kunden- und Marktanalyse • Analyse von Zielsystemen und strategischen Ansätzen • Transfer von theoretischen Ansätzen und Methoden in die Financial Planning Praxis • Entwicklung und Planung eines individuellen Transferprojektes
--

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Er kann die die Grundlagen Seminare in Bezug zu seiner praktischen Arbeit reflektieren. • Erkenntnisse aus den Studienmodulen kann er erfolgreich in der Praxis und in seiner täglichen Arbeit mit Hilfe Transfermethoden anwenden. • Anhand eines strukturierten Prozesses lernt der Teilnehmer, seine Arbeit und die Studieninhalte des Programms kontinuierlich in Bezug zueinander zu setzen, zu analysieren und zu reflektieren. • Der Lernende schärft seine Analyse- und Reflexionsfähigkeit für die integrale Projektarbeit.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Brandon, E / Welch, H. (2009): The History of Financial Planning. The Transformation of Financial Services. Wiley.
- Dinauer, J. (2008): Grundzüge des Finanzdienstleistungsmarkts: Allfinanz – Private Altersvorsorge – Financial Planning (Managementwissen für Studium und Praxis). München. Oldenburg.

FBC-54 | Financial Planning für private Haushalte I

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-54
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Financial Planning für private Haushalte I
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 15 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Theoretische und methodische Grundlagen Finanzplanung • Grundlagen der Immobilienwirtschaft • Real Estate Planning und Management • Der Markt für Wohnimmobilien • Immobilienfinanzierung • Investitionen in Wohnimmobilien • Immobilienbewertung • Kollektivanlagen in Wohnimmobilien • Haftungs- und Aufsichtsrecht im Immobiliensektor • Beteiligungen an Immobilien • Operatives und strategisches Portfoliomanagement
--

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse der grundlegenden Begriffe, Theorien, Konzepte, Methoden und Instrumente sowie der generellen Rahmenbedingungen für Investitionsentscheidungen bei Wohnimmobilien.
- Die Studierenden können die vermittelten Lerninhalte auf aktuelle, praxisrelevante Investitionsfragen problemadäquat anwenden.
- Die Studierenden sind in der Lage, ein Immobilieninvestment nach entscheidungsrelevanten Gesichtspunkten in qualitativer und quantitativer Hinsicht zu beurteilen, praktische und innovative Handlungsanweisungen herzuleiten sowie logische Konsequenzen vorherzusagen.
- Durch die Vermittlung von Methoden des Portfoliomanagements sind die Studierenden in der Lage optimale Investitionsentscheidungen zu treffen und entsprechend zu beraten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Kuckertz et al. (2012): Praxiswissen Finanzdienstleistungen Bd. I & II, Köln, Verlag Wolters Kluver
- Spremann, K. (2008): Portfoliomanagement, Oldenburg, Wissenschaftsverlag
- Götzenberger, A.-R. (2012): Optimale Vermögensübertragung: Erbschaft- und Schenkungsteuer, Herne, NWB Verlag
- Ivens, M. (2012): Hamburger Handbuch zur Vermögensnachfolge: Eine systematische Darstellung des Vermögensübergangs in steuer- und zivilrechtlichem Gesamtzusammenhang, Herne, NWB Verlag

FBC-55 | Financial Planning für private Haushalte II

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-55
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Financial Planning für private Haushalte II
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 15 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: Financial Planning für private Haushalte I
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierungsstrategien, -methoden und Grundlagen des Kreditmanagements • Financial Planning, Investments und Portfoliomanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktien & Börse ○ Investmentfonds ○ Optionen & Futures ○ Zertifikate ○ ETFS ○ Rohstoffe ○ Bondmanagement ○ Private Equity • Renten und Wertpapieranalysen • Einführung in die Aktuarwissenschaft <ul style="list-style-type: none"> ○ Mathematische Grundlagen ○ Risikoanalyse und –bewertung ○ Prozesse im Risikomanagement ○ Versicherungsformen • Integriertes Financial Planning
--

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe und Instrumente des Portfolio- und Kreditmanagements und können diese voneinander abgrenzen.
- Sie kennen sowohl die Portfoliotheorie als auch die Anwendung in der Praxis. Dabei verstehen und analysieren sie unterschiedliche Investitionsoptionen für private Haushalte.
- Die Studierenden beherrschen die Beurteilung und das Management finanzieller Risiken, insbesondere in den Bereichen Versicherungsrisiken und Kapitalanlagen und sind damit in der Lage, Risiken zu identifizieren, zu analysieren, zu bewerten, zu steuern und zu kontrollieren.
- Auf dieser Grundlage können sie daraus Ergebnisse und Konsequenzen ableiten.
- Sie vertiefen Ihre Kenntnisse zur Analyse von Aktien, Renten und offenen Investmentfonds.
- Nach erfolgreicher Teilnahme können Sie die wesentlichsten Analysemöglichkeiten von Aktien, Renten und offenen Investmentfonds in der Praxis anwenden und wissen um den Nutzen von Wertpapier- und Fondsanalysen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Kuckertz et al. (2012): Praxiswissen Finanzdienstleistungen Bd. I & II, Köln, Verlag Wolters Kluver
- Spremann, K. (2008): Portfoliomanagement, Oldenburg, Wissenschaftsverlag
- Götzenberger, A.-R. (2012): Optimale Vermögensübertragung: Erbschaft- und Schenkungsteuer, Herne, NWB Verlag
- Ivens, M. (2012): Hamburger Handbuch zur Vermögensnachfolge: Eine systematische Darstellung des Vermögensübergangs in steuer- und zivilrechtlichem Gesamtzusammenhang, Herne, NWB Verlag

FBC-56 | Financial Planning für unternehmerische Haushalte I

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-56
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Financial Planning für unternehmerische Haushalte I
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 15 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Finanzierungsstrategien, -methoden und Grundlagen des Kreditmanagements • Financial Planning, Investments und Portfoliomanagement <ul style="list-style-type: none"> ○ Aktien & Börse ○ Investmentfonds ○ Optionen & Futures ○ Zertifikate ○ ETFS ○ Rohstoffe ○ Bondmanagement ○ Private Equity • Renten und Wertpapieranalysen • Einführung in die Aktuarwissenschaft <ul style="list-style-type: none"> ○ Mathematische Grundlagen ○ Risikoanalyse und –bewertung ○ Prozesse im Risikomanagement ○ Versicherungsformen • Integriertes Financial Planning
--

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen die wichtigsten Begriffe und Instrumente des Portfolio- und Kreditmanagements und können diese voneinander abgrenzen.
- Sie kennen sowohl die Portfoliotheorie als auch die Anwendung in der Praxis.
- Dabei verstehen und analysieren sie unterschiedliche Investitionsoptionen für private Haushalte. Die Studierenden beherrschen die Beurteilung und das Management finanzieller Risiken, insbesondere in den Bereichen Versicherungsrisiken und Kapitalanlagen und sind damit in der Lage, Risiken zu identifizieren, zu analysieren, zu bewerten, zu steuern und zu kontrollieren.
- Auf dieser Grundlage können sie daraus Ergebnisse und Konsequenzen ableiten.
- Sie vertiefen Ihre Kenntnisse zur Analyse von Aktien, Renten und offenen Investmentfonds.
- Nach erfolgreicher Teilnahme können Sie die wesentlichsten Analysemöglichkeiten von Aktien, Renten und offenen Investmentfonds in der Praxis anwenden und wissen um den Nutzen von Wertpapier- und Fondsanalysen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Kuckertz et al. (2012): Praxiswissen Finanzdienstleistungen Bd. I & II, Köln, Verlag Wolters Kluver
- Spremann, K. (2008): Portfoliomanagement, Oldenburg, Wissenschaftsverlag
- Götzenberger, A.-R. (2012): Optimale Vermögensübertragung: Erbschaft- und Schenkungsteuer, Herne, NWB Verlag
- Ivens, M. (2012): Hamburger Handbuch zur Vermögensnachfolge: Eine systematische Darstellung des Vermögensübergangs in steuer- und zivilrechtlichem Gesamtzusammenhang, Herne, NWB Verlag

FBC-57 | Financial Planning für unternehmerische Haushalte II

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-57
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Financial Planning für unternehmerische Haushalte II
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 15 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: Financial Planning für unternehmerische Haushalte I
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Analytischer und konzeptioneller Transfer des Financial Planning für unternehmerische Haushalte • Analyse anhand von konkreten Beispielfällen <ul style="list-style-type: none"> ○ Zielgruppenanalyse ○ Bedarfsanalyse ○ Kontextanalyse: Steuern, Recht • Konzeption: <ul style="list-style-type: none"> ○ Entwicklung eines Finanzplans für unternehmerische Haushalte ○ Szenarioanalysen

3. Qualifikationsziele

<ul style="list-style-type: none"> • Die Absolventen können auf Basis der im Modul Financial Planner für unternehmerische Haushalte I erworbenen Kenntnisse eigene Fälle anhand von Praxisbeispielen analysieren und konzeptionieren. • Somit integriert dieses Transfermodul, bezogen auf das Kompetenzfeld der unternehmerischen Haushalte, konkrete Transferaufgaben bei der die Teilnehmer die Kompetenzen und Inhalte des Basis-Moduls (FBC-70) für und in ihre Praxis transferieren und damit entsprechende Methoden anwenden lernen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Kuckertz et al. (2012): Praxiswissen Finanzdienstleistungen Bd. I & II, Köln, Verlag Wolters Kluver
- CFP Board (2013): Financial Planning Competency Handbook. Weinheim, Wiley Verlag
- Werkmüller, Maximilian A. (2009): Family Office Management als (Bank-)Dienstleistung für vermögende Privatkunden. Heidelberg.
- Feick, M. (2015) Stiftung als Nachfolgeinstrument. Zivilrecht, Steuerrecht und internationales Recht, München 2015

FBC-58 | Financial Planning für unternehmerische Haushalte III
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-58
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Financial Planning für unternehmerische Haushalte III
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes Studienprogramm ist in der Guideline definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 3 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/ Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 15 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1.0 – 4.4 vergeben, ab 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: Financial Planning für unternehmerische Haushalte I+ II
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Transfer des Financial Planning (Strategie, Beratung, Umsetzung) für unternehmerische Haushalte • Psychische Effekte bei der menschlichen Informationsaufnahme und -weiterverarbeitung: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kontrasteffekte ○ Bewertung von Wahrscheinlichkeiten ○ Einstandspreisorientierung ○ Geldillusion • Methoden und Kompetenzen zur Vermeidung von Entscheidungsfehlern • Finanzstrategieentwicklung für unternehmerische Haushalte • Entwicklung von Beratungsansätzen und Umsetzung • Entwicklung von Marketing- und Vertriebsplänen • Entwicklung eines ganzheitlichen Qualitätsmanagements
--

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden kennen die wichtigsten psychischen Effekte bei der menschlichen Informationsaufnahme und -weiterverarbeitung im Zusammenhang mit Finanzentscheidungen und entwickeln Methoden und Kompetenzen zur Vermeidung von Entscheidungsfehlern.
- Die Teilnehmer entwickeln auf Basis der im Modul Financial Planner für unternehmerische Haushalte I +II erworbenen Kenntnisse eigene Strategien, Beratungsmodelle und setzen diese anhand von Praxisbeispielen um.
- Somit integriert dieses Transfermodul, bezogen auf das Kompetenzfeld der unternehmerischen Haushalte konkrete Transferaufgaben bei der die Teilnehmer die Kompetenzen und Inhalte des Moduls für und in ihre Praxis transferieren und damit entsprechende Methoden und Handlungsempfehlungen ableiten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Kuckertz et al. (2012): Praxiswissen Finanzdienstleistungen Bd. I & II, Köln, Verlag Wolters Kluver
- CFP Board (2013): Financial Planning Competency Handbook. Weinheim, Wiley Verlag
- Werkmüller, Maximilian A. (2009): Family Office Management als (Bank-)Dienstleistung für vermögende Privatkunden. Heidelberg.
- Feick, M. (2015) Stiftung als Nachfolgeinstrument. Zivilrecht, Steuerrecht und internationales Recht, München 2015

FBC-59 | Management von Finanzdienstleistern

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-59
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Management von Finanzdienstleistern
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 38 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Kirmße

2. Inhalt

In den vergangenen Jahrzehnten haben sich die Unternehmensphilosophien immer wieder verändert. Zunächst herrschte eine massive Wachstumsorientierung vor. Diese wurde schließlich abgelöst durch die Ertragsorientierung. Mit Rappaport und dessen Shareholder Value Konzeption wurde Ende der 80er-Jahre das Wertmanagement zum tragenden Fundament einer modernen Unternehmenssteuerung erhoben. Die Philosophie des Wertmanagements durchdringt heute Unternehmen jeder Branche, so natürlich auch die Finanzdienstleistungsindustrie. Ein tiefgehendes Verständnis dieser Konzeption ist für die moderne Unternehmenssteuerung unverzichtbar. Zentrales Element dieser Konzeption ist die barwertorientierte Betrachtung einer Unternehmung. Unabdingbar ist deshalb die Auseinandersetzung mit den DCF-Verfahren, der Marktzinsmethode im Barwertkalkül sowie mit den Möglichkeiten zur Risikointegration in die Unternehmenssteuerung.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Begriffe und konzeptionelle Abgrenzungen des Controllings
- Die Balanced Scorecard als ausgewähltes Controlling-Instrument
- Barwertorientiertes Konzept auf Basis der DCF-Verfahren
- Periodenorientiertes Konzept
- EVA-Konzept als Verbindung von barwert- und periodenorientiertem Konzept
- Zinsstrukturkurven
- Marktzinsmodell der Investitionsrechnung
- Das Industriemodell der Marktzinsmethode

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- sind in der Lage, die verschiedenen Controllingkonzepte in ihrer Komplexität zu systematisieren und voneinander abzugrenzen.
- besitzen tiefgehende Kenntnisse über die Ziele, Operationalisierung und Anwendung der Balanced Scorecard.
- können Unterschiede zwischen den einzelnen Value-Controlling Konzepten herausarbeiten.
- können selbständig den Unternehmenswert anhand der DCF-Verfahren bzw. im Periodenmodell ermitteln bzw. bestimmen.
- sind in der Lage Verbesserungspotenziale für die Einflussfaktoren auf das Reinvermögen zu identifizieren.
- wenden die Kapitalwertmethode im modernen Marktzinskalkül sicher an und können dadurch vorteilhafte Geschäfte identifizieren.
- sind in der Lage, Zerobondabzinsungsfaktoren zu ermitteln und in das Investitionsmodell der Marktzinsmethode zu integrieren.
- können die Merkmale der marktzinsorientierten Investitionsbewertung beurteilen und den Investitions- vom Finanzierungserfolg abgrenzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Schierenbeck, H./Lister, M. (2002): Value Controlling – Grundlagen wertorientierter Unternehmensführung, 2. Auflage, München/Wien.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, 19. Auflage, Oldenbourg.

FBC-6o | Internationale Finanzmärkte
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-6o
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Internationale Finanzmärkte
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Gegenstand des Moduls ist zuvorderst ein Überblick über die wissenschaftlichen Erkenntnisse zur Wirkung der Geldpolitik auf volkswirtschaftliche Größen und Entwicklungen. Dabei erarbeiten sich die Studierenden außerdem Wissen über weitere Determinanten von Zinsen und Wechselkursen, die über eine rein geldpolitische Betrachtung hinausgehen. Neben einer theoretischen Fundierung der Transmissionsmechanismen der Geldpolitik beinhaltet dies auch den Aufbau von institutionellem Wissen zur Geldpolitik der EZB sowie deren Wirkung auf die Finanzmärkte in Europa und weltweit. Exkurse zur Subprime-Finanzkrise, Staatsschuldenkrise und zu aktuellen geldpolitische Entwicklungen runden den Überblick ab.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Grundlagen
- Geldangebotstheorie
- Die Geldmarktsteuerung der EZB
- Geldpolitik in der Krise
- Reale Wechselkurse

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- sind in der Lage, die wissenschaftlichen Erkenntnisse zur Wirkung der Geldpolitik auf volkswirtschaftliche Größen in ihrer Tiefe zu verstehen und deren Relevanz für Entwicklungen auf den Finanzmärkten einzuordnen.
- können die über die Geldpolitik hinausgehenden Determinanten von Zins und Wechselkurs systematisieren und beschreiben.
- können die theoretischen Erklärungen von Transmissionsmechanismen der Geldpolitik skizzieren und darauf aufbauend geldpolitische Standpunkte vertreten.
- können institutionelles Wissen hinsichtlich der Geldpolitik der EZB und der unmittelbaren Wirkung der Instrumente der EZB auf die Finanzmärkte zum Wissenserwerb und zur Lösung klar definierter Fragestellungen nutzen.
- sind in der Lage, Unterschiede zwischen verschiedenen internationalen geldpolitischen Strategien detailliert herauszuarbeiten.
- trainieren dabei, ihr theoretisches Wissen, ihre methodischen Kompetenzen und persönlichen Erfahrungen aus dem Praxisumfeld konstruktiv in problemlösungsorientierte Gruppenarbeit einzubringen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Issing, O. (2011): Einführung in die Geldtheorie, 15. Auflage, München.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., Melitz, M. (2014): International Economics: Theory and Policy, 10. Auflage, Boston.
- Mishkin, F. S. (2015): The economics of money, banking, and financial markets, 11. Auflage, Boston.

FBC-61 | Accounting für Finanzdienstleister

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-61
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Accounting für Finanzdienstleister
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ulrich Koch

2. Inhalt

Im Rahmen des Pflichtmoduls „Accounting für Finanzdienstleister“ sollen die Studierenden zunächst die grundlegenden Ziele der Bankbilanzierung nach IFRS verstehen. Kenntnisse in wesentlichen Bilanzpositionen werden vermittelt. Ein Schwerpunkt im Bereich Bankbilanzierung liegt in der Bilanzierung und Bewertung von Finanzinstrumenten nach IFRS. Der Studierende versteht die grundlegende Bewertungsphilosophie nach IFRS und die Notwendigkeit der speziellen Hedge Accounting-Vorschriften. Der Studierende kennt die wesentlichen Elemente des IFRS-Konzernabschlusses und kann sie interpretieren.

- Inhalte im Detail sind:
- Rechtliche Einordnung der IFRS
- Übersicht internationaler Standards
- Sachanlagevermögen nach IFRS
- Rückstellungen
- Definition Finanzinstrumente nach IFRS
- Kategorisierung von Finanzinstrumenten
- Bewertung zu Amortized Cost
- Bewertung zu Fair Value
- Impairment nach IFRS 9
- Hedge Accounting
- Latente Steuern

- Bilanzierung von Leasingverhältnissen
- Notesangaben und Bestandteile des IFRS-Jahresabschlusses
- Ausblick IFRS 15 - Umsatzrealisierung

3. Qualifikationsziele

- Im Rahmen des Moduls „Accounting für Finanzdienstleister“ sollen die Studierenden zunächst ein vertieftes Verständnis über die grundlegenden Ziele der Bankbilanzierung nach IFRS erlangen.
- Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die gängigen Vorschriften zur Bilanzierung von Finanzinstrumenten nach IFRS anzuwenden und selbständige Aufgaben und Problemstellungen zur Bilanzierung aus dem Arbeitsalltag von Finanzdienstleistern zu analysieren und zu bewältigen. Verbindungen zu anderen Finance-Bereichen werden aufgezeigt, so dass ein Verständnis für die komplexen Zusammenhänge im modernen Accounting gebildet wird.
- Durch Fallstudien und konkrete praxisnahe Aufgaben wird der Studierende befähigt, das erworbene Wissen selbständig anzuwenden und Lösungen für konkrete Bilanzierungsprobleme zu entwickeln.
- Abschließend ist der Studierende in der Lage, aktuelle Entwicklungen in der IFRS Bilanzierung konstruktiv zu hinterfragen und kritisch zu diskutieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

Pflichtliteratur

Bernhard, P. (2017): Internationale Rechnungslegung: IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe. Mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudien, Auflage: 10., überarbeitete Auflage, Stuttgart.

Ergänzende Literatur (optional):

Barz, K./Eckes, B./Flick, P./Weigel, W. (2017): IFRS für Banken I/II: Praxishandbuch der Bankbilanzierung nach IFRS, 6. Auflage, Köln.

FBC-62 | Compliance in der Finanzdienstleistungsindustrie

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	FBC-62
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Compliance in der Finanzdienstleistungsindustrie
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (entspricht 2 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (entspricht 12 Tagen) 30 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

Einleitend wird die Compliance-Zielsetzungen auf Basis der Grundüberlegungen einer Ethischen Unternehmensführung vermittelt. Die regulatorischen Anforderungen sowie mögliche Formen der Ausgestaltung der Compliance-Funktion werden dargestellt. Ein Fokus liegt auf dem Risikoerkennungsprozess sowie der Einordnung im Rahmen des operationellen Risikos. Mit Praxisbeispielen werden klassische Aufgaben und Herausforderungen für die unterschiedlichen Compliance-Dimensionen erarbeitet. Die Studierenden sollen im Seminar des Weiteren die wesentlichen Ziele der Bankenregulierung sowie ihre Träger sowie sich die daraus für die Compliance-Funktion ergebenden Herausforderungen kennenlernen.

Die Lehrveranstaltung umfasst folgende Inhalte:

- Compliance
 - Definition und rechtlicher Rahmen
 - Organisatorische Umsetzung und Aufgaben
 - Risikoerkennungsprozess
- Bankenregulierung
 - Ziele der Bankenregulierung
 - Träger der Bankenregulierung
 - Wesentliche aktuelle Regulierungsfelder
- Versicherungsregulierung

- Träger der Versicherungsregulierung
- Solvency II

3. Qualifikationsziele

- Studierende sind in der Lage die wesentlichen gesetzlichen Grundlagen für die Compliance-Anforderungen einer Bank detailliert zu beschreiben und wissen über die möglichen Konsequenzen einer Verletzung der entsprechenden Anforderungen in ihrer Tiefe Bescheid.
- Sie können die Angemessenheit der aktuellen Anforderungen und alternative regulatorische Ansätze zur Sicherstellung der zukünftigen Compliance kritisch beurteilen.
- Sie sind in der Lage alternative organisatorische Umsetzungen der Compliance-Funktion einzuordnen und für exemplarische Banken einen Risikoerkennungprozess zu beschreiben und als Fallstudie durchzuführen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- BaFin (2014a): Mindestanforderungen an die Compliance-Funktion und die weiteren Verhaltens-, Organisations- und Transparenzpflichten nach §§ 31 ff. WpHG für Wertpapierdienstleistungsunternehmen (MaComp), http://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Rundschreiben/dl_rs_1004_MaComp_Fassung_jan_2014.pdf?__blob=publicationFile&v=10.
- BaFin (2014b): Solvency II, in: BaFin Journal, Januar 2014, http://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/BaFinJournal/2014/bj_1401.pdf?__blob=publicationFile&v=5.
- BCBS (2005): Compliance and the compliance function in bank-
<http://www.bis.org/publ/bcbs113.htm>.
- BCBS (2011): Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems, Juni 2011, <https://www.bis.org/publ/bcbs189.pdf>.
- BCBS (2013): Basel III: The Liquidity Coverage Ratio and liquidity risk monitoring tools, Januar 2013, <https://www.bis.org/publ/bcbs238.pdf>.
- Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex (2013): Deutscher Corporate Governance Kodex. http://www.dcgk.de/files/dcgk/usercontent/de/download/kodex/D_Cor-Gov_Endfassung_2013.pdf
- Schierenbeck, H. / Lister, M. / Kirmße, S. (2008): Ertragsorientiertes Bankmanagement, Band 2: Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung, Wiesbaden.

INNOVATION, TECHNOLOGY & DIGITIZATION – ADVANCED (ITD)

ITD-01 | Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Innovation, Technology & Digitization

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Innovation, Technology & Digitization
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 8-10 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Innovation, Technology & Digitization in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen. • Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Innovation, Technology & Digitization.

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben einen Überblick über unternehmerische und gesellschaftliche Themen, die ihre Vertiefungsrichtung Innovation, Technology & Digitization betreffen und die von Unternehmen gegenwärtig als besonders herausfordernd erlebt werden.
- Sie können den aktuellen, ggf. auch widersprüchlichen Forschungsstand zu diesen Herausforderungen darlegen und sind in der Lage, diesen kritisch zu reflektieren und um eigene Lösungsansätze zu erweitern.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die Vertiefungsrichtung Innovation, Technology & Digitization jeweils aus aktuellen wissenschaftlichen und angewandt wissenschaftlichen Journals sowie aus weiteren aktuellen Medien ausgewählt.

ITD-02 | Digital Technology advanced

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Digital Technology advanced
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Digitale Technologien und Innovationen • Mediennutzung und Rezeption im digitalen Zeitalter
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: <ul style="list-style-type: none"> • Digital Technology
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt von Walter

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Digitale Technologien und Innovationen

1. Inhalt

- Wesentliche digitale Technologien
- Definitionen und Grundlagen des Technologiemanagements (TM)
- Integriertes, normatives und strategisches TM (Technologiefrühaufklärung)
- Konzepte der Lebenszyklen und Erfahrungskurve
- Portfoliomethodik
- Digitale Technologietrends
- Hardware & Software
- Datenbank-Management
- Fortgeschrittenes Wissen zu Computer- & Netzwerk-Architekturen
- Grundlagen der Programmierung & Algorithmen
- Fortgeschrittenes Wissen zu erweiterter und virtueller Realität (Augmented & virtual Reality)

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle des Technologiemanagements im Unternehmen anzuwenden sind.
- die Geschichte und Entwicklung des Technologiemanagements nachvollziehen.
- eigenständig mit der Portfoliomethodik und deren Bestandteilen sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- die Wirkungen digitaler Technologietrends prognostizieren und selbständig in der Lage deren Anwendbarkeit im Unternehmen zu prüfen.
- das Wissen über moderne digitale Technologien auf ihr Unternehmen bzw. Produkt übertragen.
- die logischen und technischen Verbindungen wesentlicher Technologien einschätzen und sind in der Lage, diese miteinander effizient zu verknüpfen und im Sinne einer systematischen Kundenorientierung einzusetzen.
- Methoden unterstützen, die dazu dienen, den Einsatz digitaler Technologien im Unternehmen voranzutreiben, zu entwickeln und Mitarbeiter einzubinden.
- Die Absolventinnen und Absolventen haben integrative Fähigkeiten erlernt, die sie kontextbezogen einsetzen können und deren Einsatz und Ergebnisse kritisch würdigen.
- Absolventinnen und Absolventen des Seminars können Fragestellungen zu relevanten Problemen identifizieren, analysieren und kritisch bewerten. Sie sind nach erfolgreichem Abschluss des Seminars in der Lage die gelernten fachspezifischen Methoden zur Lösung von Problemen in der Unternehmenspraxis anzuwenden und diese zu rechtfertigen. Darüber hinaus sind sie in der Lage sich selbstständig und kritisch neue Fähigkeiten und Wissen anzueignen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipienebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Fraillon, Julian (2017): Preparing for Life in a Digital Age: The IEA International Computer and Information Literacy Study International Report.
 - Brady, M. (2016): Digital Ecosystem Leadership: Overcoming Obstacles to Technology Integration Leading From a Position of Influence, Not Authority.
 - Digital Transformation Playbook (2017): Rethink Your Business for the Digital Age. Columbia Business School Publishing.
- Weitere Literatur wird zu Seminarbeginn angekündigt.

MODULTEIL 2: Mediennutzung und Rezeption im digitalen Zeitalter

1. Inhalt

- Medientechnologien und Nutzer
- Medienangebote
- Mediennutzung
- Medienrezeption

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle der Mediennutzung entstanden sind.
- eigenständig wesentliche Mediennutzungstheorien und deren Bestandteile anwenden sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- die Grundlagen der Rezeptionsforschung selbständig auf ihre konkrete Anwendbarkeit im speziellen Praxiskontext prüfen.
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.
- Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld der digitalen Technologien selbstständig einzusetzen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Bilandzic, H. et.al. (2015): Medienrezeptionsforschung. UTB.
 - Bonfadelli, H. / Friemel T. N. (2017): Medienwirkungsforschung. 6. Auflage, UTB.
 - Trepte, S. et. al. (2012): Grundriss der Psychologie: Medienpsychologie.
 - Burkart, R. (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Böhlau UTB.
- Weitere Literatur wird zu Seminarbeginn angekündigt.

ITD-03 | Innovation Controlling

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovation Controlling
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Central / Decentralized Controlling • Contribution Margin • Cost Center Planning • Product Costing • Life-Cycle Cost Management
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	Foundation-Module immer: 150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 56 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

- Darstellung einer modernen Controllingphilosophie und entsprechender Rollenverständnisse
- Aufbau der Controlling - Instrumente und Zusammenhänge im Finanz- und Rechnungswesen
- Darstellung moderner Informationssysteme und deren Einbindung in ein Managementinformationssystem
- Aufbau verschiedener Controllerdienstorganisationen und deren zentrale und dezentrale Strukturen
- Stellenbeschreibungen und Funktionsdiagramme mit fachlichen und disziplinarischen Unterstellungsverhältnisse im Rahmen der Controllerdienstorganisation
- Softwarelösungen und deren Unterschiede
- Aufbau einer ein- und mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung mit den verschiedenen Verantwortlichkeitsstufen
- Anwendung der Wertschöpfungsanalyse auf Basis der Deckungsbeitragsstufen
- Steuerung von Engpasssituationen mit Hilfe der Deckungsbeitragsstufen
- Lenkung des Aussendienstes mit Hilfe der Deckungsbeitragsinformationen pro Produkt/Kunde/Auftrag
- Sortimentsentscheidungen und Auftragsmixentscheidungen anhand der Deckungsbeiträge
- Aufbau von Kostenstellenstrukturen und Unterscheidung zwischen Leistungs- und Budgetkostenstellen
- Ermittlung von Kapazitäten und Auslastungsgraden
- Berechnung von Kostensätzen und Anwendung des Variatorkonzeptes
- Durchspielen von Entscheidungssituationen bei unterschiedlichen Kosten- und Verrechnungssätzen
- Bewertung von Kostenstellenstrukturen bei verschiedenen Unternehmensgrößen
- Aufbau von Kostenstellenstrukturen und Unterscheidung zwischen Leistungs- und Budgetkostenstellen
- Ermittlung von Kapazitäten und Auslastungsgraden
- Berechnung von Kostensätzen und Anwendung des Variatorkonzeptes
- Durchspielen von Entscheidungssituationen bei unterschiedlichen Kosten- und Verrechnungssätzen
- Bewertung von Kostenstellenstrukturen bei verschiedenen Unternehmensgrößen
- Darstellung von verschiedenen Produktkalkulation bei Standardprodukten und Kundenaufträgen
- Vor- und Nachteile einer Kalkulation auf Vollkosten und Teilkostenbasis
- Aufbau einer Vor-, einer mitlaufenden und Nachkalkulation
- Analyse von Preisuntergrenzen und Wertschöpfungsmargen
- Entscheiden auf welcher Datenbasis Make or Buy und Outsourcing Entscheidungen getroffen werden
- Aufbau von Life-Cycle-Kostenanalysen

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden:

- erkennen, dass im Rahmen der modernen Controllingtheorie alle Führungskräfte eine Controllingverantwortung wahrnehmen müssen,
- können den Controller als internen Dienstleister/Berater führungsorientiert einsetzen und mit ihm kommunizieren,
- können Ihre Informationsbedürfnisse im Bereich der finanziellen Führung formulieren,
- erkennen wie eine moderne Controllerdienstorganisation aufgebaut wird
- können das Dotted-Line Prinzip auf die Controllerdienstorganisation anwenden
- werden aufbauend auf die Tage Cost Center Planning und Product Costing sich intensiv mit der Deckungsbeitragsrechnung auseinandersetzen
- werden die Unterschiede zwischen verschiedenen Verantwortlichkeitsrechnungen (Profit Center, Deckungsbeitrags - Center, Cost Center) erkennen
- werden auf Basis der verschiedenen Deckungsbeitragsstufen Entscheidungssituationen wie eine Sortimentsanalyse beurteilen lernen
- werden verschiedene Analysetools der Wertschöpfungsanalyse kennenlernen (ABC - Analyse, Break-Even - Analyse)
- werden erkennen, wie ein Aussendienst/Verkauf wertschöpfungsorientiert gesteuert werden kann
- erkennen den Sinn und Zweck einer Kostenplanung und des Budgetierungsprozess
- setzen sich mit einem modernen Kostenmanagement auf Basis von Kostenstellen und Prozessen auseinander
- können Kostensätze und Verrechnungssätze nachvollziehen und entsprechend beurteilen
- wissen wie die Verantwortlichkeiten im Kostenmanagement zuzuordnen und entsprechende Einsparungspotentiale zu identifizieren
- erkennen die Strukturen von Cost Center und interner Leistungsverrechnung
- werden sich mit der Kalkulation auf Vollkosten- und Teilkostenbasis auseinandersetzen
- erkennen die Vorteile einer direkten Produktkostenallokation
- werden den Aufbau einer Vor-, Zwischen und Nachkalkulation für verschiedene Entscheidungssituationen nachvollziehen können
- besitzen einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten der Auftrags-, Investitionsgüter und Neuproduktkalkulation
- setzen sich mit den neusten Trends in der Life-Cycle Kalkulation auseinander
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Rieder, L./Siegwart, H. (2005): Neues Brevier des Rechnungswesens, 5. Auflage, Haupt
- Sander, S. (2006): Entscheiden mit Deckungsbeiträgen, Newsletter, HSP-Homepage
- Sander, S.(1990): Der Controllerdienst als Funktionsbereich, Difo Druck
- Sander, S. (2007): Bedeutung des Betrieblichen Rechnungswesen für KMU, Newsletter, HSPHomepage
- Sander, S. et. al. (1990): Management Controlling, Band 3 , Schäffer Verlag
- Reinicke, S./Janz, S. (2007): Marketing Controlling, 1. Auflage, Kohlhammer
- Weber, J./Schäffer, U. (2006): Einführung in das Controlling, 11. Auflage, Hanser
- Sander, St. (2007): Entscheiden mit Deckungsbeiträgen, Newsletter, HSP-Homepage
- Deyhle, A., Radinger G. (2008): Controller Handbuch, Band 1-5, Oldenburg
- Rüegg, J. (2002): Controlling für Manager, 7. Auflage, NZZ
- Probst, H.-J. (2003) Kostensenken - leicht senken, Redline

ITD-04 | Innovation Culture & Science II
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-04
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovation Culture & Science II
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Psychologische Aspekte komplexer Problemlösungsprozesse • Widerspruchsorientierte Herausforderungen des Team- und Konfliktmanagements • Aufbau effektiver Teams für Innovationstouren • Ethische Aspekte von Höherentwicklungsprozessen von Natur, Gesellschaft, Technik und Ressourcen • Grundstruktur offensiver Denktechnologien

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können Innovationskultur aus der Sicht der psychologischen Aspekte eigenständig beurteilen
- setzen sich konstruktiv mit Möglichkeiten der Stärkung ihrer persönlichen Innovationskraft auseinander
- sind selbständig in der Lage die gewonnenen Erkenntnisse auf ihre Kompetenz zur Stärkung der Innovationskraft von Teams zu übertragen
- erlangen die Fähigkeit zur Schaffung offensiver Atmosphären, zum Konfliktmanagement sowie zur Krisenbewältigung
- haben Kenntnisse von Entwicklungsbedingungen und können deren Wirkung prognostizieren
- können eigenständig Ansätze zur Überwindung der Sprachbarriere zwischen Fachexperten unterschiedlicher Fachrichtungen einschätzen und damit umgehen
- können wissenschaftliche Studien reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- Absolventinnen und Absolventen des Seminars darüber hinaus können Fragestellungen zu relevanten Problemen identifizieren, analysieren und kritisch bewerten. Sie sind nach erfolgreichem Abschluss des Seminars in der Lage die gelernten fachspezifischen Methoden zur Lösung von Problemen in der Unternehmenspraxis anzuwenden und diese zu rechtfertigen. Darüber hinaus sind sie in der Lage sich selbstständig und kritisch neue Fähigkeiten und Wissen anzueignen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning
- freies, interaktives Unterrichtsgespräch

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Dörner, D. (2003): Die Logik des Misslingens. Strategisches Denken in komplexen Situationen, Rowohlt
- Vester, F. (2002): Die Kunst, vernetzt zu denken: Ideen und Werkzeuge für einen neuen Umgang mit Komplexität. Ein Bericht an den Club of Rome, Dtv
- Linde, H. (Hrsg.) (2005): The Hidden Pattern of Innovation. 6. WOIS-Symposium 2005
- Malik, F. (2006): Führen, Leisten, Leben – Wirksames Management für eine neue Zeit, Campus Verlag
- Tichy, N. (2004): The Cycle of Leadership: How Great Leaders Teach Their Companies to Win, B&T

ITD-05 | Innovation of the Value Creation Chain
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-05
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovation of the Value Creation Chain
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Prognoses for Business Innovation Roadmaps Using Structured Direction-Finding, Decision-Making and Solution-Finding Phases • Boosters for Business Growth
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: <ul style="list-style-type: none"> • Innovation Science • Innovation Orientation and Inspiration
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

- Arten der Innovationstechnologie
- Zusammenwirken der Technologiearten
- Innovationsarten im Lebenszyklus
- Integriertes Technologie- und Innovationsmanagement
- Theorie der Diffusion von Innovationen
- Bedeutung differenzierter Ansätze des Innovationsmanagements
- Wesentliche Zusammenhänge und Schnittstellen zu anderen Unternehmensfunktionen und -prozessen
- Innovationsmuster für Digitalisierte Geschäftsmodelle und im Kontext Industrie 4.0
- Phasenabhängige Interpretation von Ergebnissen
- Abhängigkeiten zwischen Produkt- und Prozessdesign
- Differenzierung von Innovations- und F&E-Management
- Moderne, prozessorientierte Entwicklungskonzepte und deren Integration in einen durchgängigen Innovationsprozess
- Timing Strategien
- Innovationsziele
- S-Kurven / Doppel-S-Kurven-Konzept
- Technologie- und Produktlebenszyklustheorien
- Invention versus Innovation
- Kreativitätstechniken zur Generierung von Innovationen
- Methoden zur Erarbeitung von Innovationsroadmaps hinsichtlich strategischer:
 - a. Eingangsressourcenentwicklung
 - b. Organisationsentwicklung
 - c. Leistungs-/ Produktentwicklung
 - d. Vermarktungsentwicklung
 - e. Wertschöpfungsentwicklung
- Kernelemente zur Schließung der strategischen Lücke zwischen strukturierten Innovationsmanagementprozessen in Unternehmen und diffuser Situationen aufgrund der ständigen Weiterentwicklung der Welt
- Umfassende Geschäftsmodell-Analyse und -Entwicklung mit den Welt-Innovationssäulen
- Innovative Lösungen mit dem Widerspruchmodell
- Innovationsroadmaps und Frontlevelling

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können die Notwendigkeit von Innovationen für Volkswirtschaften und privatwirtschaftliche Unternehmen beurteilen
- sind selbständig in der Lage Innovationshemmnisse der heutigen Unternehmenspraxis sowie deren situative Bewertung zu beurteilen
- können Techniken wie Ablauforganisation und Methoden in Innovationsprozessen hinterfragen und einsetzen
- lernen die Besonderheiten eines strukturierten Innovationsprozesses eigenständig zu beurteilen
- sind in der Lage eigene Innovationen zu entwickeln und ein Projekt zur Umsetzung dieser Ideen zu definieren
- können die Muster digitalisierter Geschäftsmodelle auf die eigene Organisation übertragen und anwenden
- sind in der Lage die wichtigsten Instrumente des Innovationsmanagements anzuwenden
- können ihre Erfahrungen einbringen und anhand praktischer Aufgabenstellungen und passenden Theorien kritisch reflektieren (im Sinne von Action-Reflexion-Learning)
- können Innovationschancen erkennen und bewerten
- sind selbständig in der Lage dazu Innovationsstrategien zu entwickeln sowie Konzepte und Instrumente für deren Umsetzung anzuwenden
- sind in der Lage, Prozesse zur Generierung von Leistungs-, Vermarktungs-, Organisations- und Ressourcen-Innovationen zu moderieren
- können strukturiert Innovationen ableiten und nach Wettbewerbsaspekten Strategische Roadmaps ableiten
- können Werkzeuge zur Richtungsfindung, Richtungsentscheidung und Lösungsfindung anwenden und Portfolios für Produktinnovationen erstellen
- können aus diffusen Markt- und Technologiefeldern Perspektiven zur strategischen Neuausrichtung ableiten
- haben Fähigkeit zur Erkennung von Trends und zur Generierung strategischer Anforderungsprofile und können innovationsorientierte Marktforschungsmethoden kritisch beurteilen
- sollen befähigt werden Innovationsprozessen durch Verwendung von Kreativitätstechniken zu gestalten
- **Fachkompetenz:**
Philosophie, Kultur, Strategie und Arbeitsprozesse zur Gestaltung von umfassende und zukunftsfähigen Business Innovationen. Grundlage ist die Widerspruchsorientiert Innovationsstrategie.
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.
- **Methodenkompetenz:**
Argumentations- und Prognosesicherheit für innovative Geschäftsentwicklungsstrategien
Übertragen der gewonnenen Erkenntnisse auf ihre Kompetenz zur Stärkung der Innovationskraft von Teams
Denktechnologie für Widerspruchslösungen
Sonstige Kompetenzen (inkl. Sozial- und Persönlichkeitskompetenzen): Interdisziplinäre Vernetzung und Projektarbeit sind in der Lage, Unternehmens-Säulen und Roadmaps for Business-Innovation abzuleiten

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning
- freies, interaktives Unterrichtsgespräch

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Cooper, R. G. (2001): Portfolio-Management for New Products, Perseus-Publishing
- Kaplan, R. S. (1997): Balanced Scorecard, Schäffer-Poeschel
- Rampersad, H. K. (2004): Die Total Performance Scorecard, Wiley-VCH
- Kim, W. Chan: Der blaue Ozean als Strategie. Wie man neue Märkte schafft, wo es keine Konkurrenz gibt. Hanser Wirtschaft, 2005.
- Clayton M. Christensen and Michael E. Raynor: The Innovator's Solution. Harvard Business School Press, 2013
- Cooper, R. ; Kleinschmidt, E.; Geschka, H.: Erfolgsfaktor Markt. Kundenorientierte Produktinnovation Marktorientiertes F&E Management. Springer, Berlin 1996.
- Gausemeier, J.; Ebbesmeyer, P.; Kallmeyer, F.: Produktinnovation: Strategische Planung und Entwicklung der Produkte von morgen. Hanser Fachbuch, 2001
- Hauschildt, Jürgen/Salomo, Sören (2007): Innovationsmanagement, 4. Aufl., München.
- Thomas Stern, Helmut Jaberg, Erfolgreiches Innovationsmanagement: Erfolgsfaktoren -Grundmuster – Fallbeispiele, Gabler; Auflage: 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. (25. September 2007)
- Schuh, G., Schwenk, U. (2001), Produktkomplexität managen, Strategien, Methoden, Tools. Insbesondere Kap. B: Produktvielfalt entwickeln

ITD-o6 | Innovation Orientation and Inspiration

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-o6
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovation Orientation and Inspiration
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Methodologies and Strategic Orientation Tools (i.e. Laws of Evolution) for Fostering Early Direction Decisions • Increasing the argumentation strength and prognosis reliability for new development directions
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Historische Entwicklung von Innovationspfaden • Technikgeschichte mit <ol style="list-style-type: none"> a. Analyse versteckter Muster der Höherentwicklung b. Erarbeitung von Entwicklungsprognosen • Gesetzmäßigkeiten der Höherentwicklung: Aufbau, Struktur und Applikation • Trends- und Mega-Trends • Entwicklungswidersprüche • Innovationsprinzipie • Prinziplösungen • Innovationsstandards • Leuchtturm • Bionik: Muster der Natur / Strukturkataloge

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- sind zur Initiierung und Kontrolle von systematischen Innovationsprozessen befähigt
- können eigenständig strategische Orientierungsmittel für Richtungsfindung, Entscheidungsfindung und Innovationsfindung beurteilen und diese anwenden
- können Gesetzmäßigkeiten zur Prognose von den Höherentwicklungen der Technik kritisch beurteilen
- sind in der Lage, Innovationspfade eigenständig erstellen und umsetzen
- erwerben Kompetenz zur Erkennung von abstrakten Mustern in historischen Entwicklungsprozessen
- können die Instrumente zur Kreativitätserhöhung, Innovationserzeugung sowie Umsetzung konstruktiv kritisieren und anwenden
- sind zur eigenständigen Erarbeitung von Zukunftsprognosen befähigt
- können unausgereifte Ansätze als potenzialreich identifizieren und kritisch beurteilen
- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning
- freies, interaktives Unterrichtsgespräch

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Altschuller, G. (1998): Erfinden. Wege zur Lösung technischer Probleme, Verlag Tribüne
- Hill, B. (1999): Naturorientierte Lösungsfindung. Entwickeln und Konstruieren nach biologischen Vorbilder, Expert
- Knie, A. (1994): Wankel-Mut in der Autoindustrie: Anfang und Ende einer Antriebsalternative, Edition Sigma
- Linde, H. / Hill B. (1993): Erfolgreich erfinden. Widerspruchsorientierte Innovationsstrategie, Vieweg & Teubner
- Vincent, J. (1990): Structural Biomaterials, Princeton University Press

ITD-07 | Innovation Philosophy

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-07
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovation Philosophy
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Einflüsse der persönlichen, inneren Wertschöpfung als Element der Wertsteigerung • Dialektische Aspekte von Entwicklungsprozessen • Ethische Aspekte von Entwicklungsprozessen • Innovationsorientierte Aspekte der Erkenntnistheorie • Die Denkformen der Welt und der Denkraum des Abendlandes • Die Europäische Geschichte und ihr Einfluss auf unsere moderne Welt

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können Innovationskultur aus der Sicht der philosophischen Aspekte beurteilen
- sind zur aktiven Gestaltung der persönlichen inneren Wertschöpfung befähigt
- können eigenständig dialektische Zusammenhänge ganzheitlicher Entwicklungsprozesse der Welt konstruktiv kritisieren
- erkennen widersprüchliche Herausforderungen und können diese selbständig systematisch bearbeiten
- können eigenständig zwischen konkreter und abstrakter Analyse wechseln und hinterfragen
- können Wirkungen von Zusammenhängen gesellschaftlicher, technischer, natürlicher und denkkultureller Einflussfaktoren prognostizieren.
- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen befähigt das erlernte Wissen und Verständnis zur Generierung neuer Ideen im Feld der Innovation Philosophy selbstständig einzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Collins, J. (2003): Der Weg zu den Besten – Die sieben Management-Prinzipien für dauerhaften Unternehmenserfolg, Dtv
- Martin, R. (2007): The opposable mind. How successful leaders win through integrative thinking, Harvard Business School Press
- Pietschmann, H. (2002): Eris und Eirene: Anleitung zum Umgang mit Widersprüchen und Konflikten, Ibero
- Pietschmann, H. (1990): Die Wahrheit liegt nicht in der Mitte. Von der Öffnung naturwissenschaftlichen Denkens, Weitbrecht Verlag.

ITD-o8 | Innovation Science

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-o8
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovation Science
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Gunther Herr

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Tools und Methoden im Innovationsmanagement • Methoden der Innovationsanregung • Methoden und Instrumente zur Inventionserzeugung <ul style="list-style-type: none"> a. Strategische Richtungsfindungsstrategien b. Widerspruchsorientierte Entscheidungsfindungsstrategien c. Systematische Innovationsfindungsstrategie • Szenariotechnik zur Unternehmensorientierung

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- können die Historie der Entwicklung von Tools und Methoden im Innovationsmanagement würdigen
- sind selbständig in der Lage Potenziale und Grenzen der Anwendbarkeit zu erkennen
- können die wichtigsten Methoden und strategischen Orientierungsmittel zur systematischen Innovationsgenerierung beurteilen
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning
- freies, interaktives Unterrichtsgespräch

Transfer

- Transfer auf Prinzipalebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Cooper, R. / Kleinschmidt, E. / Geschka, H. (1996): Erfolgsfaktor Markt. Kundenorientierte Produktinnovation. Marktorientiertes F&E Management, Springer
- Gausemeier, J. / Ebbesmeyer, P. / Kallmeyer, F. (2001): Produktinnovation: Strategische Planung und Entwicklung der Produkte von morgen, Hanser Fachbuch

ITD-09 | Business Intelligence: Applications

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-09
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Business Intelligence: Applications
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Krug

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Reporting • Multidimensional Database Models • User Interfaces • Analytical Processing • Information Deployment • Security and Access Regulations • Planning Strategy • Functions Inside the Planning Process • Simulation • Process Support

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- sind befähigt, Ansätze der Business Intelligence (BI) zu verstehen und anzuwenden,
- können Zusammenhänge unterschiedlicher Ansätze von BI-Anwendungen verstehen und einordnen,
- können BI-Prozesse mitgestalten und können Methoden der Unternehmensdatenanalyse anwenden,
- lernen Technologien und Systeme für BI kennen und können diese anwenden,
- sind befähigt, BI-Systeme zu planen, zu gestalten und einzuführen (Vorgehensmodell),
- lernen BI auf den Anwendungsfall der Unternehmenssteuerung anzuwenden
- lernen Planungsstrategien und –funktionen kennen und anzuwenden,
- sind befähigt Planungslösung anhand von BI zu modellieren,
- kennen relevante Planungsansätze und
- können Planungsverfahren mitgestalten,
- können wissenschaftliche Studien kritische reflektieren,
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien aktuelle Planungsmethoden anwenden.
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Phänomenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Buchanan, L.; O`Connell A.: A Brief History of Decision Making. In: Harvard Business Review, January 2006.
- Hartmann, M.: Berichtswesen für High-Tech-Unternehmen: Reporting mit Balanced Scorecard, webbasierten Systemen und Beteiligungsmanagement, Berlin 2004.
- Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools. Die systemgestützte Controlling Konzeption, München 2006.
- Weber, J.; Schaier, S.; Stangfeld, O.: Berichte für das Top-Management. Ergebnisse einer Benchmarking-Studie, Reihe Advanced Controlling, Vallendar 2005.
- Kemper, H.-G.; Mehanna, W.; Unger, C.: Business Intelligence, Grundlagen und praktische Anwendungen, Vieweg, 2004.
- Bauer, A.; Günzel, H. (Hrsg.): Data-Warehouse-Systeme, Architektur, Entwicklung, Anwendung, 2. Auflage, dpunkt-verlag, 2004
- Lehmann, P.; Freyburger, K.; Seufert, A.; Zirn, W.; Grasse, S.; Suhl, C.: Modelling and Reporting with SAP BW, Steinbeis Edition, 2006.

ITD-10 | Business Intelligence: Methods and Processes

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-10
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Business Intelligence: Methods and Processes
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: <ul style="list-style-type: none"> • Business Intelligence: Strategy ...
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Krug

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Fallstudien/ Transferaufgaben zu Vision, Leitbild, Zielfindung, Analyse der Ausgangssituation, Strategieentwicklung, SWOT-Analyse, BSC-Methodik • Fallstudien/ Transferaufgaben zum Wertbeitrag von Business Intelligence • Grundlagen des BI-Projektmanagements/ Soft Factors im BI-Projektmanagement • Besonderheiten von IT-Projekten und BI-Projekten • Entwicklung eines BI-PM-Vorgehensmodells • Fallstudien/ Transferaufgaben zu ausgewählten Risikoaspekten im Rahmen von BI Projekten • Fallstudien/ Transferaufgaben zu ausgewählten (Daten-) Qualitätsaspekten im Rahmen von BI Projekten • Methoden zur Erhebung der Informationsbedarfe • Modellierungsansätze zur Abbildung multidimensionaler Datenstrukturen/ Semantische • Datenmodelle/ Logische Datenmodelle/ Modellierung von Zeitabhängigkeiten/ Modellierung von Benutzerverhalten • Fallstudien/ Transferaufgaben zur BI-Modellierung • Technologien und Systeme für die Implementierung multidimensionaler Modelle • Umsetzung in praktische Beispielprojekte

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- können den Wertbeitrag von BI im Rahmen des Performance Management Ansatzes beurteilen,
- sind selbständig in der Lage Performance Management auf konkrete Firmenbeispiele anzuwenden,
- sind eingeführt in Bewertungsmodelle von BI Strategien
- können das genannte vermittelte Wissen kennen, wiedergeben und selbständig anwenden
- bekommen grundlegende Methoden im Bereich BI-Projektmanagement vermittelt
- können die Besonderheiten von IT-Projekten beurteilen,
- können das genannte, vermittelte Wissen selbständig anwenden,
- können die Risikoaspekte im Rahmen von BI Projekten abschätzen,
- sind in der Lage eigenständig konkrete Fallbeispiele zu bearbeiten,
- können das genannte, vermittelte Wissen selbständig anwenden,
- können eigenständig grundlegende Methoden im Bereich Informationsbedarfsanalyse beurteilen,
- und sind befähigt, deren Interdependenzen mit der Modellierung im Rahmen von BI Projekten aufzuzeigen,
- erhalten einen Überblick über Modellierungsansätze
- können eigenständig Konzepte im Rahmen der Modellierung von BI entwickeln und
- können die Methoden im Rahmen der Modellierung von BI selbständig anwenden,
- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren,
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien aktuelle Planungsmethoden anzuwenden.
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Phänomenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Anderson-Lehmann, R./ Watson, H. J./ Wixom, B. H./ Hoffer, J. A.: Continental Airlines Takes Off with Real-time Business Intelligence (Case Study).
- Bauer, A.; Günzel, H. (Hrsg.): Data-Warehouse-Systeme, Architektur, Entwicklung, Anwendung, 2. Auflage, dpunkt-verlag, 2004
- Becker, J.; Knackstedt, R.; Rieke, T.: Aufbau von prozessorientierten, integrierten Scorecard-Systemen. In: Zeitschrift für Management und Controlling, Sonderheft Nr. 2, 2003, S. 48-56.
- Chameni, P.; Gluchowski P.: Analytische Informationssysteme – Business Intelligence Technologien und Anwendungen, 3. Auflage, Springer, 2006.
- Cooper, B. L./ Watson H. J./ Haley, B. J./ Goodhue, D. L.: Data Warehousing supports corporate strategy at First American Corporation (Case Study).
- Davenport, T. H./ Harris, J. G.: Automated Decision Making Comes of Age. In: MIT Sloan Management Review, June 22, 2005.
- MBA: Modul- und Lehrveranstaltungsbeschreibungen Seite 12 von 20 Davenport, T. H./Harris, J. G.: Competing on Analytics. The New Science of Winning, Boston 2007.
- Davenport, T.; Harris, J.: Automated Decision Making Comes of Age. In: Sloan Management Review, Vol. 46, No. 4, Summer 2005.
- Eckerson, W. W: Predictive Analytics, Extending the Value of Your Data Warehousing Investment, Renton, 2007.
- Eckerson, W.: Best Practices in Business Performance Management: Business and Technical Strategies. TDWI, 2004.
- Goodhue, D./ Wixom, B: 3M Moves to a Customer Focus Using a Global Data Warehouse (Case Study).
- Zaima, A./ Kashner, J: A Data Mining Primer for the Data Warehouse Professional. In: Business Intelligence Journal, spring 2003, P. 44-54.

ITD-11 | Business Intelligence: Strategy

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-11
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Business Intelligence: Strategy
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Krug

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Vision, Leitbild • Zielfindung • Analyse der Ausgangssituation • Strategieentwicklung • SWOT-Analyse • BSC-Methodik • Grundlagen von Business Intelligence. • Elemente einer Business Intelligence Strategie.
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- erhalten einen Überblick über den Beitrag von Business Intelligence
- lernen die Verbindung von BI und ganzheitlicher Unternehmenssteuerung kennen
- kennen wesentliche Konzepte von Business Intelligence,
- sind - im Rahmen des Performance Management Ansatzes - mit den Interdependenzen von IT-Strategie, BI-Strategie und Unternehmensstrategie vertraut,
- verstehen IT-Strategie und IT-Business Alignment,
- können Elemente einer BI Strategie selbständig bewerten und anwenden,
- kennen die Verbindung von BI-Strategie und IT-Strategie.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.
- Die Absolventinnen und Absolventen haben integrative Fähigkeiten erlernt, die sie kontextbezogen einsetzen können und deren Einsatz und Ergebnisse kritisch würdigen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Davenport, T. H./Harris, J. G.: Competing on Analytics. The New Science of Winning, Boston 2007.
- Eckerson, W. W: Predictive Analytics, Extending the Value of Your Data Warehousing Investment, Renton, 2007.
- Kagermann, H./ Österle, H.: Geschäftsmodelle 2010 - Wie CEOs Unternehmen transformieren, Frankfurt 2006.
- Mankins, M., Steele, R.: Turning great strategy into great performance, Harvard Business Review, Jg. 83 (2005) Nr. 7/8 (July/ August), S. 64-72.
- Mankins, M.; Steele, R. Turning Great Strategy into Great Performance. In: Harvard Business Review, July-August 2005.
- Oehler, K.: Corporate Performance Management. Mit Business Intelligence Werkzeugen, München/ Wien 2006.
- Sand, J.: Performance Measurement – Übersicht über Forschungsentwicklung und –stand. In: Controlling und Management, 49 (2005) 6, S. 429-442.
- Schäffer, U./ Matlachowsky, P.: Warum die Balanced Scorecard nur selten als strategisches Managementsystem genutzt wird. Eine fallstudienbasierte Analyse der Entwicklung von Balanced Scorecards in deutschen Unternehmen. In Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung, 19 (2008), S. 207-232.

ITD-12 | Cyber Security

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-12
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Cyber Security
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulbeschreibung	Prof. Dr. Axel Lamprecht

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Cybersecurity & Criminalization of Intrusive Cyber Activities. • Vulnerabilities, Threats, and Attacks • Strategic Framework: Cyber Defense and Cyber Warfare • Deep Web • Future Challenges in the Cyber-Net

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden/The students...

- will develop a understanding of cybersecurity issues in the context of modern business organizations, while conducting an appraisal of the Political, Legal, and Socio-economic dimensions that influence policy making and criminalization of intrusive cyber activities
- will understand the foundation of the Deep Web and some of the future challenges associated with the evolution of Cyber-Net (IoT, Internet 2.0).
- will develop critical thinking skills to devise what-if scenarios applicable to the evaluation of cyber threats, considering the strategic and technical capabilities available
- will analyze and investigate common vulnerabilities in current systems through guided readings and research activities
- will become familiarized with cybersecurity standards (i.e. nomenclatures, classifications, and industry conventions) and best practices (i.e. common methodologies) in this field.
- will review and evaluate critical sources of information and statistics on cybersecurity (i.e. world-wide statistics and 2017-trends).
- will conduct an appraisal of the most common threats and attacks to systems
- Students will synthesize their learning through different research activities and teamwork
- Student will be able to evaluate some of the most common strategic responses to cyber attacks, while developing an appreciation for event escalation into industrial spionage and cyberwarfare

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Barford, P., Dacier, M., Dietterich, T. G., Fredrikson, M., Giffin, J., Jajodia, S., ... & Ou, X. (2010). Cyber SA: Situational awareness for cyber defense. In *Cyber Situational Awareness* (pp. 3-13). Springer US.
- Cavelti, M. D. (2014). Breaking the cyber-security dilemma: Aligning security needs and removing vulnerabilities. *Science and engineering ethics*, 20(3), 701-715.
- Chen, T. (2010). Stuxnet, the real start of cyber warfare?[Editor's Note]. *IEEE Network*, 24(6), 2-3.
- Graham, D. E. (2010). Cyber threats and the law of war. *J. Nat'l Sec. L. & Pol'y*, 4, 87.
- Kshetri, N. (2013). Privacy and security issues in cloud computing: The role of institutions and institutional evolution. *Telecommunications Policy*, 37(4), 372-386.
- Madhavan, J., Afanasiev, L., Antova, L., & Halevy, A. (2009). Harnessing the deep web: Present and future. arXiv preprint arXiv:0909.1785.
- Von Solms, R., & Van Niekerk, J. (2013). From information security to cyber security. *Computers & Security*, 38, 97-102.
- Weaver, N., Paxson, V., Staniford, S., & Cunningham, R. (2003, October). A taxonomy of computer worms. In *Proceedings of the 2003 ACM workshop on Rapid malcode* (pp. 11-18). ACM.
- Zeidanloo, H. R., Shooshtari, M. J. Z., Amoli, P. V., Safari, M., & Zamani, M. (2010, July). A taxonomy of botnet detection techniques. In *Computer Science and Information Technology (ICCSIT), 2010 3rd IEEE International Conference on (Vol. 2, pp. 158-162)*. IEEE.
- *Finding the Path through Globalization: In the Era of Technology Giants*. Xanadu Publishing Co. 2017 USA. Barrera, J.C.

ITD-13 | Cyber-physical Production Systems und Industrie 4.0
1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	IDT-13
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Cyber-physical Production Systems und Industrie 4.0
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 56 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heiner Lasi

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisierung und Industrie 4.0 <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriffsverständnis und historische Entwicklung ○ Initiativen im Umfeld Industrie 4.0 ○ Interdisziplinäre Aspekte und internationale Trends • Konzepte, Methoden und IT-Unterstützung im Kontext Cyber-physical Production Systems (CPPS) und Industrie 4.0 <ul style="list-style-type: none"> ○ Wertschöpfungskette und Product-Lifecycle im industriellen Kontext ○ Etablierte Konzepte (CIM, Digitale Fabrik, Smart Factory etc.) ○ IT-Systeme und Netzwerkarchitekturen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Automatisierungspyramide und Integrationskonzepte ▪ IT-Systeme in der Produktentwicklung ▪ IT-Systeme in der Produktion ▪ Netzinfrastrukturen in der Automatisierungstechnik ○ Referenzarchitekturen und Konzepte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Referenzarchitekturmodell Industrie 4.0 (RAMI 4.0) ▪ Digital Twin und Verwaltungsschale
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden:

- verfügen über vertieftes interdisziplinäres Wissen im Themenfeld Digitalisierung und
- verstehen die Prinzipien der Digitalisierung im Kontext der Wirtschaft, insbesondere der Industrie,
- können anhand von Integrationskonzepten und des Konzepts der Verwaltungsschale Zusammenhänge und Wirkungsbeziehungen zwischen virtuellen Modellen und physischen Instanzen abschätzen und bewerten, sowie Techniken einsetzen um ganzheitliche Konzepte unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher, technischer und informationstechnischer Aspekte erstellen,
- sind eigenständig in der Lage, Digitalisierungsansätze anhand des Referenzarchitekturmodells RAMI 4.0 zu untersuchen und zu bewerten,
- hierbei können sie Ansätze aus der Automatisierungstechnik und Ansätze aus der IT abgrenzen, abstrahieren und kritisch reflektieren,
- auf Basis von Design-Science-Research-Methoden können sie eigenständig Konzepte von Cyberphysischen Produktionssystemen entwickeln und evaluieren.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning
- Fallstudien

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bauernhansl, T. u.a. (Hrsg., 2014) Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Springer, Wiesbaden.
- Mertens, P. (2013) Integrierte Informationsverarbeitung 1 – Operative Systeme in der Industrie. Springer, Wiesbaden.
- Schreiber, D. (2016) Internet-Ökonomie: Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft. , Springer Gabler, Berlin u.a.
- Sandler, U. (Hrsg., 2013) Industrie 4.0 – Beherrschung der industriellen Komplexität mit Sys-LM. Springer, Heidelberg u.a.
- Spath, D. (Hrsg., 2013) Produktionsarbeit der Zukunft – Industrie 4.0 (Studie). Fraunhofer Verlag, Stuttgart.
- ZVEI (2015) Industrie 4.0: Das Referenzarchitekturmodell Industrie 4.0 (RAMI 4.0)
- ZVEI (2015) Industrie 4.0: Die Industrie 4.0-Komponente

ITD-14 | Industrial Internet

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ITD-14
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Industrial Internet
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Heiner Lasi

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Industrial Internet <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriffsverständnis und historische Entwicklung ○ Interdisziplinäre Aspekte und internationale Trends • Konzepte, Methoden und IT-Unterstützung im Kontext Cyber-physischer Systeme (CPS) und dem Industrial Internet of Things (IIoT) <ul style="list-style-type: none"> ○ Wertschöpfungskette und Product-Lifecycle im industriellen Kontext ○ IT-Systeme und Netzwerkarchitekturen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bussysteme und Netzwerktopologien ▪ Management von IT-Systemen und Netzinfrastrukturen ○ Referenzarchitekturen und Konzepte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Industrial Internet Reference Architecture (IIRA) ▪ Industrial Internet Security Framework (IISF) • Vorgehensmodelle und Methoden zur Gestaltung von CPS und IIoT <ul style="list-style-type: none"> ○ Herausforderungen an die Unternehmens- und IT-Architekturen durch CPS u. IIoT ○ Enterprise Architecture Management (EAM) ○ IGNITE
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden:

- haben ein vertieftes interdisziplinäres Wissen im Themenfeld Industrial Internet,
- kennen die technologischen Grundlagen des ISO/OSI Referenzmodells sowie des TCP/IP Protokoll Stacks und sind selbstständig in der Lage mit Hilfe von Schichtenmodellen Internettechnologien zu charakterisieren, Anwendungsszenarien zu entwickeln sowie Limitationen kritisch zu würdigen,
- können anhand der Industrial Internet Referenz Architektur (IIRA) und des Industrial Internet Security Frameworks (IISF) selbstständig Architekturvarianten ganzheitlich anhand der Aspekte Technology, Funktion, Vertrauenswürdigkeit und Business verstehen und kritisch bewerten,
- sind in der Lage, Prinzipien vernetzter Systeme zu beurteilen und den Zusammenhang von Use Cases und Business Cases zu würdigen,
- erwerben Methodenkompetenzen zur strategischen Transformation von Unternehmen im Kontext der Digitalisierung mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden,
- dadurch können sie unternehmensübergreifende Geschäftsfähigkeiten identifizieren, ausgestalten und mit Hilfe von Werkzeugen Konzepte und Geschäftsmodelle entwickeln und deren Anwendung zu evaluieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning
- Fallstudien

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Andelfinger, V. P. und Hänisch, T. (Hrsg., 2015) Internet der Dinge: Technik, Trends und Geschäftsmodelle, Springer Gabler, Wiesbaden
- Fortino, G. u.a. (Hrsg., 2014) Internet of things based on smart objects: technology, middleware and applications
- Industrial Internet Consortium (2015) Industrial Internet Reference Architecture
- Schreiber, D. (2016) Internet-Ökonomie: Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft. , Springer Gabler, Berlin u.a.
- Slama, D., Puhlmann, F. u.a. (2015) Enterprise IoT: Strategies and Best Practices for Connected Products and Services, O'Reilly UK Ltd.

ECONOMIC THEORY, POLITICS & LAW – ADVANCED (EPL)

EPL-01 | Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Economic Theory, Politics & Law

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-01
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Integrationsmodul: Einführung, Theorien und Entwicklungen in Economic Theory, Politics & Law
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit (2 Tage Workshop, Seminar & Präsentation) 48 Stunden Selbstlernzeit 86 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 8-10 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christoph Metzger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Behandlung von Themen, die die Vertiefungsrichtung Economic Theory, Politics & Law in ihrer Gänze betreffen und ein Gesamtverständnis für die aktuellen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext dieser Vertiefungsrichtung schaffen. • Intensive Betrachtung wissenschaftlicher Beiträge und Reflexion der Forschungsergebnisse zu den Themen der Vertiefungsrichtung Economic Theory, Politics & Law.

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben einen Überblick über unternehmerische und gesellschaftliche Themen, die ihre Vertiefungsrichtung Economic Theory, Politics & Law betreffen und die von Unternehmen gegenwärtig als besonders herausfordernd erlebt werden.
- Sie können den aktuellen, ggf. auch widersprüchlichen Forschungsstand zu diesen Herausforderungen darlegen und sind in der Lage, diesen kritisch zu reflektieren und um eigene Lösungsansätze zu erweitern.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Literatur wird bezogen auf die Vertiefungsrichtung Economic Theory, Politics & Law jeweils aus aktuellen wissenschaftlichen und angewandten wissenschaftlichen Journals sowie aus weiteren aktuellen Medien ausgewählt.

EPL-02 | Arbeitsrecht und Tarifrecht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-02
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Arbeitsrecht und Tarifrecht
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit 50 Stunden Selbstlernzeit 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Grädler

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Rechtsquellen des Arbeitsrechts • Begriff des Arbeitnehmers/Arbeitgebers • Arbeitsrechtliche Gestaltungsfaktoren • Arbeitsvertrag • Kündigung • Kündigungsschutz • Betriebsverfassungsrecht • Betriebsübergang • Grundzüge des Arbeitsstrafrechts • Koalitionsfreiheit Art. 9 Abs.3 GG, • Regelungsbefugnis der Koalitionen • Tarifbindung • Arbeitskampf • Betriebsverfassung • Mitbestimmung auf der Unternehmensebene
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen und verstehen die Aspekte des Arbeitsrechts auf individueller und kollektiver Ebene einschließlich der relevanten Rechtsprechung
- sind in der Lage, entsprechende Vorschriften und Vorgaben aus der Rechtsprechung rechtsrichtig auf typische Sachverhalte aus dem Bereich des Arbeitslebens anzuwenden
- können typische arbeitsrechtliche Aufgabenstellungen der betrieblichen Praxis selbständig bearbeiten und argumentativ vertreten
- verstehen die sozialen und wirtschaftlichen Interessen der am Arbeitsverhältnis Beteiligten und den Zweck der gesetzlichen Regelungen
- Sie sind in der Lage, das Recht kritisch zu reflektieren und ihren Standpunkt in der Diskussion zu vertreten
- können wissenschaftliche Studien kritische reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- kennen die Grundbegriffe des kollektiven Arbeitsrechts und die rechtlichen Regelungen des Tarifrechts
- können selbstständig die praktische Bedeutung und die Auswirkungen auf Arbeitnehmer und Arbeitgeber und auf das öffentliche Leben anhand von Beispielfällen einordnen und beurteilen
- können wissenschaftliche Studien reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Dütz, Arbeitsrecht
- Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht
- Wörlen, Arbeitsrecht
- Junker, Abbo, Grundkurs Arbeitsrecht, Verlag C.H.Beck München
- Brox, Hans / Rüthers, Bernd / Henssler, Martin, Arbeitsrecht, Verlag Kohlhammer Stuttgart (jeweils neueste Auflage)

EPL-03 | e-Commerce und Datenschutzrecht & Gewährleistung und Garantie

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-03
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	e-Commerce und Datenschutzrecht & Gewährleistung und Garantie
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 50 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Axel Lamprecht

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Handel im Internet • B2B und B2C • Fernabsatz • Verbraucherrecht • Grundbegriffe Bestimmungen Bundes- und Landesdatenschutzgesetze • Datenschutz im nichtöffentlichen Bereich • Arbeitnehmerdatenschutz • Datensicherungsmaßnahmen • Gestaltungsmöglichkeiten • Sach- und Rechtsmängel • Produkthaftung • Produzentenhaftung • Herstellerhaftung aufgrund Schäden insbesondere bei Konstruktions-, Fabrikations- und Instrukti- onsfehlern • Verbrauchsgüterkauf-Richtlinien

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden

- können den Aufbau des e-Commerce darstellen und anwenden
- können die Geschäftsprozesse und Anwendungssysteme der B2B und B2C Bereiche analysieren und gestalten
- können bei praktischen Fällen die Konzepte und Methoden des eCommerce anwenden und beurteilen
- kennen die Grundlagen des Datenschutzrechts und die Gestaltungsmöglichkeiten
- können die juristischen Bestimmungen und praktischen Fälle der Umsetzung kritisch beurteilen
- können Arbeitnehmerdatenschutz und allgemeine Datensicherungsmaßnahmen unterscheiden und im Unternehmen anwenden
- können eigenständig mit den Grenzen des Datenschutzes umgehen
- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- kennen die vertraglichen Vereinbarungen über die Beschaffenheit von Sachen und Rechten.
- können eigenständig die Vorschriften der Mängelhaftung anwenden.
- kennen die verschuldensunabhängige Haftung der Hersteller nach dem Produkthaftungsgesetz sowie die allgemeinen Vorschriften über unerlaubte Handlungen.
- können die Haftung insbesondere bei entstandenem Schaden aufgrund von Konstruktions-, Fabrikations- oder Instruktionsfehlern unterscheiden und deren Wirkungen prognostizieren.
- kennen die Begriffe der Verbrauchsgüterkauf-Richtlinie und verbinden den Schutz der Verbraucher mit den Vorgaben aus der Haftung der Hersteller.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Laudon Kenneth C./Laudon, Jane P./Schoder Detlef: Wirtschaftsinformatik, Eine Einführung
- Hansen Hans Robert/Neumann, Gustav: Wirtschaftsinformatik 1
- Mertens, Peter/Picot, Arnold/Bodendorf, F. et al.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik
- Musielak, Grundkurs BGB
- Brox, Allgemeines Schuldrecht
- Medicus, Schuldrecht I Allgemeiner Teil
- Schmittat, Einführung in die Vertragsgestaltung (jeweils neueste Auflage)

EPL-04 | Europäisches Handels- und Gesellschaftsrecht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-04
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Europäisches Handels- und Gesellschaftsrecht
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 50 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Grädler

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea – SE), Europäische Wirtschaftliche Interessenvereinigung (EWIV), Europäische Genossenschaft (SCE), Europäische Privatgesellschaft (EPG) • Kenntnis der europarechtlichen Vorgaben betreffend Kartellverbote, Missbrauchsaufsicht, Fusionskontrolle, Beihilfen- und Vergaberecht sowie Begreifen ihrer Auswirkungen auf unternehmerisches Handeln • Kenntnis der UN-Organisationen und multilateralen sowie bilateraler Übereinkommen zum grenzüberschreitenden Handel, Handelsbeschränkungen • Überblick über internationale Handelsbeschränkungen und Schlichtungssysteme der WTO • Überblick über das Recht der Auslandsinvestitionen • Europäisches Wettbewerbsrecht • Europäisches Steuerrecht • UN Recht, GATS und WTO • Übereinkommen zur Sicherung von Investitionen

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden

- lernen die supranationalen Rechtsformen würdigen
- können selbständig Rechtsgrundlagen im europäischen Recht selbst finden
- können selbständig die Instrumente von den völkerrechtlichen Vereinbarungen bis zum Erlass einer entsprechenden Verordnung unterscheiden
- haben Kenntnis europäischer Gesellschaftsformen, von den europarechtlichen Vorgaben und verstehen die Auswirkungen auf unternehmerisches Handeln
- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Klunzinger, Eugen, Grundzüge des Gesellschaftsrechts
- Eisenhardt, Ulrich, Gesellschaftsrecht
- Streinz, Rudolf, Europarecht
- Herdegen, Matthias, Europarecht
(jeweils neueste Auflage)

EPL-05 | Finanzsicherungsinstrumente im Immobiliarsachenrecht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-05
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Finanzsicherungsinstrumente im Immobiliarsachenrecht
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 50 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Grädler

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Funktionen und Rechtsquellen • Hypothek • Grundschuld • Sicherungsübereignung • Internationale Sicherungsfragen • Sicherheiten in Zwangsvollstreckung und Insolvenz
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden

- kennen das Sachenrecht und das Immobiliarsachenrecht und können eigenständig Sachverhalte aus diesem Rechtsgebiet juristisch beurteilen
- kennen und verstehen die wirtschaftlichen Hintergründe der Kreditsicherung und Möglichkeiten ihrer effizienten rechtlichen Umsetzung
- verstehen die beteiligten, teilweise gegenläufigen Interessen sowie Wege und Inhalte ihres Ausgleichs
- können unterschiedlichen Sicherungsinstrumente in rechtlich zulässiger Form nutzen und gestalten, auch im Konflikt mit weiteren Interessenten.
- verstehen die Funktionen der Finanzierung und kennen die Rechtsquellen der Finanzierungsinstrumente für Hypotheken, Grundschuld und Sicherungsübereignung und ihre Anwendung auf praktische Fälle.
- Sind in der Lage, durch systematische nicht nur das geltende Recht zu erfassen, sondern künftig aktiv rechtsgestaltend zu arbeiten
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Kümpel, Bank- und Kapitalmarktrecht
- Becker, H.-P.: Investition und Finanzierung, Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft
- Weber, Kreditsicherungsrecht
- Schmidt, Sachenrecht 2
(jeweils neueste Auflage)

EPL-o6 | Projektorientierte netzbasierte Entscheidungstechniken

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-o6
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Projektorientierte netzbasierte Entscheidungstechniken
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit 50 Stunden Selbstlernzeit 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Christoph Metzger

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Prognoseverfahren zur Beurteilung von Entscheidungsverfahren • Wissenschaftstheoretische Bezüge • Qualitative Methoden • Quantitative Methoden • Quantenjurisprudenz • Grundlagen zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten • Datenqualität und Masterdaten-Management • Datenanalyse
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden

- werden mit den Grundlagen der qualitativen und quantitativen Methoden in der empirischen Sozialforschung vertraut gemacht
- lernen Methoden der Datenerhebung kennen und anwenden, verstehen die Gütekriterien der qualitativen und quantitativen Forschung, können eine qualitative Inhaltsanalyse vornehmen, erkennen Zusammenhänge und Effekte und können geeignet mit diesen umgehen, erlangen die Befähigung zur Planung, Durchführung und schriftlichen Fassung wissenschaftlicher Arbeiten
- üben anhand der Lehre der Quantenjura eine wissenschaftliche Argumentationsweise ein, behandeln die Frage der formalen Gestaltung und Präsentation wissenschaftlicher Arbeiten, kennen die Prinzipien des empirischen Arbeitens
- sind fähig, Problemstellungen selbständig und fristgerecht mit wissenschaftlichen Methoden zu lösen und erkennen die Möglichkeiten der Kombination verschiedener Fachdisziplinen und Aspekte um schließlich zur Lösung sich stellender Probleme des eigenen Unternehmens beizutragen
- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Baumer, Th., Handbuch Interkulturelle Kompetenz. Bd. 1 u. 2.
- Hofstede, G., Lokales Denken, globales Handeln, Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management (jeweils neueste Auflage)

EPL-07 | Unternehmenssteuerrecht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-07
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Unternehmenssteuerrecht
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit 50 Stunden Selbstlernzeit 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Grädler

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Steuerliche Einflüsse auf Investitions- und Finanzierungsentscheidungen • Steuerliche Behandlung von Eigenkapitalmaßnahmen • Besteuerung von Beteiligungserträgen • Gesellschafter- und Fremdfinanzierung • Grenzen der Abziehbarkeit betrieblicher Schuldzinsen bei der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer
--

3. Qualifikationsziele

<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Bedeutung von Steuern für betriebswirtschaftliche Entscheidungen im Bereich der Unternehmensfinanzen erkennen und erläutern • können Finanzierungsprozesse unter Einbezug von steuerrechtlichen Überlegungen planen • können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren • sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden • Sie können Fragestellungen zu relevanten Problemen identifizieren, analysieren und kritisch bewerten. Sie sind nach erfolgreichem Abschluss des Seminars in der Lage die gelernten fachspezifischen Methoden zur Lösung von Problemen in der Unternehmenspraxis anzuwenden und diese zu rechtfertigen. Darüber hinaus sind sie in der Lage sich selbstständig und kritisch neue Fähigkeiten und Wissen anzueignen.
--

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Haberstock, L.; Breithecker, V., Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre
- Grefe, C., Unternehmenssteuern
- Scheffler, W., Besteuerung von Unternehmen I
- Reiß, W., Umsatzsteuerrecht
(jeweils neueste Auflage)

EPL-o8 | Vertragsgestaltung

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-o8
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Vertragsgestaltung
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 50 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Grädler

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung rechtsrelevanter Schriftstücke wie einseitige Erklärungen, Verträge, Statuten, Satzungen, Anweisungen, Verordnungen, Gesetze usw. sowohl hinsichtlich einer sachadäquaten Festlegung des Inhalts als auch mit Blick auf eine formell und inhaltlich rechtswirksame Nutzung der grundsätzlichen Gestaltungsfreiheit. • Gestaltung der Realität in Kenntnis der (zwingenden) Rechtsregeln zwecks Ausschluss bestimmter Rechtsfolgen wie Haftungsfolgen oder sonstige Rechtsrisiken • Rechts- und Gestaltungsmissbrauch • Haftungsrisiken
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden:

- vertiefen die in der wirtschaftsrechtlichen Praxis besonders wichtigen Gestaltungsaspekte rechtsbereichsübergreifend zu thematisieren und beispielhaft bzw. anwendungsbezogen anzuwenden
- können selbständig rechtssicher gestaltend tätig sein
- beherrschen sowohl Rechtsgestaltung als auch Sachverhaltsgestaltung und Haftungsrisiken
- können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Phänomenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Langenfeld, Vertragsgestaltung
- Reh binder, Vertragsgestaltung
- Schmittat, Einführung in die Vertragsgestaltung (jeweils neueste Auflage)

EPL-09 | Wirtschaftsstrafrecht

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	EPL-09
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Wirtschaftsstrafrecht
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: ein Semester
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 24 Stunden Kontaktzeit 50 Stunden Selbstlernzeit 76 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Thomas Grädler

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des Wirtschaftsstrafrechts • Unternehmensstrafrecht • Vermögensdelikte • Urkundendelikte • Korruption • Insolvenzverschleppung

3. Qualifikationsziele

<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Grundlagen und Grundbegriffe des allgemeinen Strafrechts selbständig erklären • können aus besonderen Teilen des Strafgesetzbuchs und aus Einzel- und Nebengesetzen Tatbestände des Wirtschaftsstrafrechts identifizieren und beurteilen • erwerben die Methoden- und Fachkompetenzen zur rechtsrichtigen Beurteilung von strafrechtlich relevanten Lebenssachverhalten im Unternehmen • können wissenschaftliche Studien kritisch reflektieren • sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden • Sie sind in der Lage Problemstellungen des Wirtschaftsstrafrechts zu identifizieren, zu analysieren und kritische zu bewerten. Sie beherrschen die methodischen Fähigkeiten zur Entwicklung von Lösungsansätzen im Wirtschaftsstrafrecht.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Müller-Guggenberger,/Bieneck, Wirtschaftsstrafrecht
- Wabnitz/Janovsky, Handbuch des Wirtschafts- und Steuerstrafrechts
- Hellmann/Beckemper, Wirtschaftsstrafrecht
(jeweils neueste Auflage)

ÜBERGREIFENDE MODULE

DAS | Data Science: Anwendungsfälle und Business Value

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	DAS
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Data Science: Anwendungsfälle und Business Value
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Axel Lamprecht

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Der Data Scientist – Profilanalyse, Anforderungen, Anwendungsfelder • Data Science im Unternehmen – Das Potential datengetriebener Geschäftsmodelle • »Data-Driven Companies« – Best Practice Beispiele • Data Science Hands-On – Fallbeispiele mit Präsentation und Diskussion • Chancen und Risiken von Data Science – Ausblick und Exkurs • Analyseergebnisse erfolgreich visualisieren – Management und Kommunikation von Data Science nach außen • Return on Investment (RoI) von Data Science – Der Weg zur Schaffung von Business Value • Big Data – Small Project: PM-Voraussetzungen zur erfolgreichen Integration von Data Science im Unternehmen
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Sie können die klassischen Anwendungsfelder und Potentiale von Big Data und Data Science in Unternehmen in unterschiedlichen Branchen erläutern und bewerten und können selbständig weitere Anwendungsfelder in ihren eigenen Unternehmen erkennen.

Sie haben ein grundlegendes Verständnis zu Data Science im 21. Jahrhundert und verstehen die speziellen Anforderungen an das Berufsbild des Data Scientists. Anhand realer Fallbeispiele haben sie ihre Fähigkeiten trainiert, Potentiale von datengetriebenen Analysen im eigenen Geschäftsumfeld aufzudecken und umzusetzen.

Die Teilnehmer können selbstständig Zahlenreihen und statistische Ergebnisse in für das Unternehmen relevante Erkenntnisse verwandeln. Hierfür können sie verschiedene Visualisierungstools anwenden, in deren Umgang sie geschult sind.

Die Absolventinnen und Absolventen haben integrative Fähigkeiten erlernt, die sie kontextbezogen einsetzen können und deren Einsatz und Ergebnisse kritisch würdigen.

Sie haben ein ausgeprägtes Verständnis für die Bedeutung der Darstellung und Kommunikation von Ergebnissen in Unternehmensprozesse für den Erfolg und die Wirksamkeit von Big Data-Projekten entwickelt. Sie können selbständig entsprechende Darstellungen und Kommunikationsstrategien auswählen und anwenden.

Sie sind in der Lage Problemstellungen der Data Science zu identifizieren, zu analysieren und kritische zu bewerten. Sie beherrschen die methodischen Fähigkeiten zur Entwicklung von Lösungsansätzen der Data Science.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bitkom (Hrsg.) (2015): Big Data und Geschäftsmodell - Innovationen in der Praxis: 40+ Beispiele.
- Porter, Michael E., and James E. Heppelmann. "How Smart, Connected Products Are Transforming Competition." Harvard Business Review 92, no. 11 (November 2014): 64–88.
- Glass, R./ Callahan S. (2015): The Big Data Driven-Business – How to use Big Data to win customers, beat competitors, and boost profits. Hoboken.
- Skriptum "Data Science"

DES | Digital Economics - Implications for Business & Society

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	DES
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Digital Economics - Implications for Business & Society
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Digital Economics and Business • Information Society
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann besucht werden, ohne dass zuvor andere Module erfolgreich absolviert werden müssen.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katja Nettesheim

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Digital Economics and Business**1. Inhalt**

- Grundlagen der digitalen Ökonomie
- Grenzkostenanalyse und Skaleneffekte
- Exponentielles Wachstum und kritische Masse
- Kompatibilität und Standardisierung
- Modularisierung und Individualisierung
- Netzwerkeffekte und Metcalfe's Law
- Dezentralisierung, Peer-to-Peer und Blockchain
- Lock-In und Wechselkosten
- Virale Effekte
- Pipelines, platforms and two-sided markets
- Winner-takes-it-all
- Digitale Erlösmodelle
- Digitale Geschäftsmodelle
- Digital Pricing (Dynamic Pricing, Preisdifferenzierung, Long tail)

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- Ein kritisches Verständnis der (kurzen) Geschichte der digitalen Ökonomie aufweisen.
- Detailliert beurteilen, inwieweit sich die digitale Ökonomie von der klassischen industriellen Wirtschaft unterscheidet.
- Für verschiedene Grundprinzipien der digitalen Ökonomie entscheiden, inwieweit diese gewinnbringend für ihren Unternehmenskontext einsetzbar sind.
- aus den ökonomischen Grundprinzipien abgeleitete Erlös- und Geschäftsmodelle entwickeln und auf den eigenen Praxiskontext gezielt anpassen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipienebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Parker, G. et.al. (2017): Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming and How to Make Them Work for You. Norton & Company.
- Barabasi, A.-L. (2016): Network Science. Cambridge University Press.
- Brynjolfsson, E. / McAfee, A. (2014): The Second Machine Age, Norton & Company.
- Drösser, C. (2016): Total berechenbar – wenn Algorithmen für uns entscheiden. Hanser.
- Shapiro, C. / Varian, H.R. (1999): Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Harvard Business School Press.
- Fraillon, Julian (2017): Preparing for Life in a Digital Age: The IEA International Computer and Information Literacy Study International Report.
- Brady, M. (2016): Digital Ecosystem Leadership: Overcoming Obstacles to Technology Integration Leading From a Position of Influence, Not Authority.
- Digital Transformation Playbook (2017): Rethink Your Business for the Digital Age. Columbia Business School Publishing.

MODULTEIL 2: Information Society**1. Inhalt**

- Grundlagen der Information Society
- Information Overload & Aufmerksamkeitsökonomie
- Empfehlungssysteme, Filtertechnologien, Echo Chambers und ihre Auswirkungen
- Synchron und asynchrone Kommunikation
- Multitasking
- Commons, Peer Production, and Sharing Economy
- Digitale Berechenbarkeit
- Vertrauen und Reputation in digitalen Netzen
- Privacy & Post-Privacy

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die vertieften Erkenntnisse der Forschung zur Information Society für den konkreten Unternehmenskontext nutzen. So wirkt sich die Erkenntnis „A wealth of information creates a poverty of attention“ (H. A. Simon) direkt auf Unternehmensstrategien aus.
- mit dem detaillierten Wissen um die neuen Möglichkeiten, aber auch Herausforderungen der Menschen im Umgang mit der digitalen Ökonomie arbeiten.
- die Wirkungen digitaler Gesellschaftstrends prognostizieren und sind selbständig in der Lage deren Anwendbarkeit im Unternehmen zu prüfen.
- das Wissen über moderne digitale Konsumentenmuster auf ihr Unternehmen bzw. Produkt übertragen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipalebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Buckland, M. (2017): Information and Society. MIT Press.
- Rieger, S. (2012) Multitasking – Ökonomie der Spaltung. Suhrkamp.
- Franck, G. (1993): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Hanser.
- Bonfadelli, H. / Friemel T. N. (2017): Medienwirkungsforschung. 6. Auflage, UTB.
- Trepte, S. et. al. (2012): Grundriss der Psychologie: Medienpsychologie.

DIM | Digital Marketing

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	DIM
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Digital Marketing
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann besucht werden, ohne dass zuvor andere Module erfolgreich absolviert werden müssen.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katja Nettesheim

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Ziele der digitalen Markenführung • Entwicklung von Onlinestrategien zur Markenführung • Entwicklung Markenidentität • Positionierung einer Marke • Auswirkung Markenimage • Branding einer Marke • Markencontrolling • Spezifische Anforderungen und aktuelle Gegebenheiten im Marketing • Grundlegende Einführung in die allgemeine digitale Wertschöpfungskette, Marktteilnehmer und Business Modelle
--

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung ist der Lernende zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

- nach Abschluss des Moduls können die Studenten detailliert beurteilen, wie die grundlegenden Theorien und Modelle des Digital Marketing in Theorie und Praxis anzuwenden sind.
- die Studenten kennen die Geschichte und Entwicklung der digitalen Markenführung in ihrer Tiefe und können die Theorien konstruktiv kritisieren.
- der Lernende kann eigenständig mit dem Branding und dessen Bestandteilen, sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- der Lernende verfügt über ein erweitertes Verständnis der Markencontrolling-Mechanismen und ist selbständig in der Lage diese anzuwenden.
- der Student besitzt die Fähigkeit sich selbständig auf Onlinestrategien zur Markenführung einzustellen.
- der Student kennt das Konzept digitaler Wertschöpfungsketten und Business Modelle in ihrer Tiefe und kann dessen Eigenschaften selbständig auf sein Unternehmen bzw. Produkt übertragen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bruce, A.; Jeromin, C. (2016): Agile Markenführung – Wie Sie Ihre Marke stark machen für dynamische Märkte, Wiesbaden.
- Dänzler, S.; Heun, T. (2014) (Hrsg.): Marke und digitale Medien – Der Wandel des Markenkonzepts im 21. Jahrhundert, Wiesbaden.
- Land, K.-H.; Kreutzer, R. (2017): Digitale Markenführung – Digital Branding im Zeitalter des digitalen Darwinismus, Wiesbaden.

DIT | Digital Technology

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	DIT
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Digital Technology
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	-
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katja Nettesheim

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Wesentliche digitale Technologien • Definitionen und Grundlagen des Technologiemanagements (TM) • Integriertes, normatives und strategisches TM (Technologiefrühaufklärung) • Konzepte der Lebenszyklen und Erfahrungskurve • Portfoliomethodik • Digitale Technologien – aktuelle Beispiele und Trends • Hardware & Software • Computer- & Netzwerk-Architekturen • Programmierung & Algorithmen • Virtuelle Realität (Virtual Reality) • Erweiterte Realität (Augmented Reality)
--

3. Qualifikationsziele

- Die Studierenden haben ein detailliertes Verständnis von Kreativitätstechniken, kennen Methoden digitale Technologien im Unternehmen zu implementieren, zu entwickeln und Mitarbeiter einzubinden.
- Darüber hinaus verfügen sie über ein breites erkenntnistheoretisch basiertes Wissen, dass sie in die Lage versetzt komplexe wissenschaftliche und praxisrelevante Probleme mit limitiertem Informationsstand systematisch unter Zuhilfenahme digitaler Technologien zu lösen.
- Sie können Anreize setzen um Personal zur Mitarbeit bei der Implementierung und kritischen Analyse digitaler Technologien zu begeistern, kennen Methoden digitale Technologien am Markt einzuführen und Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu erlangen und kennen den Umsetzungsprozess und können die einzelnen Schritte im Unternehmen durchführen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Hauschildt, J. / Salomo, S. (2007): Innovationsmanagement, Vahlen
- Tidd, J./ Bessant, J. (2009): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, Desktop Edition, John Wiley & Sons
- Drucker, P. (1986): Innovation and Entrepreneurship, LSUP

DMA | Digital Marketing - advanced

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	DMA
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Digital Marketing - advanced
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing Methoden Digital • Future Trends of Digital Marketing
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: <ul style="list-style-type: none"> • Digital Marketing
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Katja Nettesheim

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Marketing Methoden Digital

1. Inhalt

- User Centered Experience: von der Customer Journey über das Interface Design zur User Experience und Analyse
- Markt- und Mediaforschung – digital
- Online Marketing: SEO, SEM, Analytics, Affiliate, Display, e-Mail etc.
- Customer Relationship Marketing
- Digitale Kommunikation und Interaktion (Social Media, Content Marketing, Communities, Shitstorm Management etc.)
- Mobile Marketing
- Multichannel Strategien (Integration von Online und Offline-Business)

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, was User Centered Experience detailliert für Unternehmen bedeutet.
- Optionen für eine optimierte Customer Journey aufzeigen.
- eigenständig mit wesentlichen Konzepten des Online Marketing und dessen Bestandteilen umgehen.
- die Wirkungen einer professionellen digitalen Kommunikation einschätzen.
- selbständig Multichannel-Strategien entwickeln.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Jesse, J. G.: Digital Marketing (2014): Integrating Strategy and Tactics with Values, A Guidebook for Executives, Managers, and Students.
- Bruce, A./ Jeromin, C. (2016): Agile Markenführung – Wie Sie Ihre Marke stark machen für dynamische Märkte, Wiesbaden.
- Dänzler, S./ Heun, T. (2014) (Hrsg.): Marke und digitale Medien – Der Wandel des Markenkonzepts im 21. Jahrhundert, Wiesbaden.
- Land, K.-H./ Kreutzer, R. (2017): Digitale Markenführung – Digital Branding im Zeitalter des digitalen Darwinismus, Wiesbaden.

MODULTEIL 2: Future Trends of Digital Marketing

1. Inhalt

Für die spezielle Thematik des digitalen Marketings:

- Grundlagen der Trendforschung
- Digitale Trends (laufend angepasste Auswahl, z.B. Cross Media Emotion, Neuromarketing)
- Mediennutzung der Zukunft

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, welche digitalen Trends im digitalen Marketing für Unternehmen relevant sind.
- eigenständig grundlegende Trendforschung betreiben.
- Optionen für eine optimierte Mediennutzung der Zukunft aufzeigen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- V. Trommsdorff/ F.Steinhoff, Innovationsmarketing, 2006
- J. Hauschildt/ S. Salomo, Innovationsmanagement, 2016
- O.Nickel, Eventmarketing: Grundlagen und Erfolgsbeispiele, 2007

DSD | Data Science: Datenanalyse

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	DSD
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Data Science: Datenanalyse
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme an diesem Modul ist der erfolgreiche Abschluss des Moduls Statistik advanced.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Axel Lamprecht

2. Inhalt

- **Analytische Verarbeitungsmöglichkeiten**
 - Historie und Entwicklung der analytischen Verarbeitungsmethoden – Der Weg zu Big Data
 - Bedeutung von Statistik, Mathematik und Wahrscheinlichkeitsrechnung
 - Analytische Verarbeitungsmöglichkeiten – Ein Überblick
 - Integrationsmöglichkeiten der analytischen Komponente in verschiedene Datenhaltungssysteme
- **Anomalie-Detektion, Korrelation und Kausalitäten, Clustering, Prädiktive Modellierung**
 - Anomalie-Detektion: Auswahl von Algorithmen und Implementierung, Konzepte für die Evaluierung der Algorithmen
 - Korrelation und Kausalität: die trügerische Sicherheit der Statistik
 - Clustering und Klassifizierung: Techniken und Methoden
 - Prädiktive Modellierung
- **Workshop: Prädiktive Analytik**
- **Advanced Analytics – Machine Learning, Neuronale Netze, Naive Bayes, Recommender Systems**
 - Machine Learning – automatisierte Algorithmenentwicklung: Anwendungsfelder & Beispiele
 - Data Mining und neuronale Netze – Anwendungsfelder & Beispiele
 - Naive Bayes – Anwendungsfelder & Beispiele
 - Das Potential von Recommender Systems für Unternehmen – Anwendungsfelder & Beispiele

3. Qualifikationsziele

Bei der erfolgreichen Beendigung dieser Lehrveranstaltung sind die Lernenden zu Folgendem in der Lage (erwartete Lernergebnisse und zu erwerbende Kompetenzen):

Sie können begründete Entscheidungen über den Einsatz von Data Science-Algorithmen aus den Bereichen der deskriptiven, prädiktiven und präskriptiven Analyse (siehe Inhalte) treffen und sind in der Lage, diese Algorithmen auf Probleme des Data Science anwenden.

Sie sind in der Lage, Data Science-Probleme mittlerer Komplexität zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Wimmer, H., Powell, L. M. (2016): A Comparison of Open Source Tools for Data Science. In: Journal of Information Systems Applied Research, 9(2) pp 4-12.

ENT | Entrepreneurship

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	ENT
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Entrepreneurship
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneurship und Intrapreneurship • Business Planning, Modellierung & Development
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bernd Eggers

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Entrepreneurship & Intrapreneurship
1. Inhalt

- Gründungsphasen
- Seed-Phase: Geschäftsidee & Gelegenheit
- Seedphase & Innovationen
- Trends & Trend Scouting
- Das Geschäftsmodell und Offline-Modelle
- Digitale Geschäftsmodelle
- Finanzierungsinstrumente

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die gängigen Methoden verstehen und dadurch Geschäftsideen entwickeln und planen.
- die verschiedenen Gesellschaftsformen sowie deren Vor- und Nachteile kennen.
- die rechtlichen Fragestellungen und Anforderungen, die bei einer Unternehmensgründung aufkommen, erkennen und diese bei einer Gründung im Vorfeld berücksichtigen.
- die generellen Erfolgsfaktoren, welche bei Unternehmensgründungen zu beachten sind, verstehen und anwenden.
- den Aufbau eines neu gegründeten Unternehmens, die Ansprüche die an das Gründerteam gestellt werden sowie die Maßnahmen, die in den einzelnen Gründungsphasen zu ergreifen sind, um das Unternehmen oder die Innovation erfolgreich am Markt einzuführen, umsetzen.
- die verschiedenen Finanzierungsformen verstehen, er kennt deren Vor- und Nachteile und kann situations- und unternehmensadäquat die richtige Finanzierungsform für sein Start-up auswählen.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des geeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.
- Sie haben erweiterte fachliche Kenntnisse und methodische Fähigkeiten erworben und sind in der Lage, Probleme variierender Komplexität mit limitierten Informationen zu lösen und die angewandten Lösungswege kritisch zu reflektieren.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- C. Volkmann/ K. O. Tokarski, Entrepreneurship: Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen
- J. Freiling, Entrepreneurship: Theoretische Grundlagen und unternehmerische Praxis
- D. Grichnik/ M. Brettel/ C. Koropp/ R. Mauer, Entrepreneurship: Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen
- Schumpeter, J. A. (1989): Essays: On Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism, Routledge.

MODULTEIL 2: Business Planning, Modellierung & Development**1. Inhalt**

- Geschäftsmodellentwicklung
- Businessplanning
- Systematisches Business Development
- Lernen von erfolgreichen Innovatoren

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die grundlegenden Konzepte und Prozessschritte zur Entwicklung von Geschäftsmodellen anwenden.
- die Kreativität von Teams leiten und fördern.
- die einzelnen Phasen des Ideenentwicklungs-Prozesses wiedergeben und diese praktisch und selbstständig anwenden.
- systematisch und strategisch neue Geschäftsfelder entwickeln und bestehende verändern.
- den Aufbau und die Bedeutung von Business Plänen, sowohl für klassische als auch für innovative (disruptive) Unternehmen, umsetzen und sind insbesondere in der Lage Business Pläne umfassend zu entwickeln.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation: ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer.
- Vogelsang, E. / Fink, C. (2015): Existenzgründung und Businessplan: Ein Leitfaden für Start-ups.
- Becker, L. / Gora, W. / Michalski, T. (2014): Business Development Management: Von der Geschäftsidee bis zur Umsetzung.

IIM | International and Intercultural Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	IIM
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	International and Intercultural Management
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ben van Lier

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Globalisierung der Wirtschaft • Ökonomische und rechtliche Fragen • Internationalisierungs- und Markteintrittsstrategien • Philosophie und Ziele der Internationalisierung • Globale, Märkte, Wirtschaftsregionen und Institutionen • Internationale Marktforschung
--

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, welche Vorteile und Gefahren die Globalisierung mit sich bringt.
- durch den Erwerb von ethischem Verständnis und Hintergrundwissen zu kulturellen Unterschieden mit eventuell auftretenden Kulturschocks umgehen.
- erworbene Kenntnisse über Markteintrittsbarrieren sowie rechtliche Fragestellungen im internationalen Kontext und Internationalisierungsstrategien selbständig im Unternehmen einsetzen.
- die Wirkungen des optimal eingesetzten Marketing-Mix im internationalen Kontext prognostizieren und sind selbständig in der Lage diese im Unternehmen einzusetzen.
- beurteilen, wie mit Veränderungen durch Internet und E-Business aus internationaler Sicht umzugehen ist.
- Dabei können sie erkenntnistheoretisch und fachlich begründet die Richtigkeit des angeeigneten Wissens unter Berücksichtigung methodischer wie wissenschaftlicher Überlegungen abwägen, um praxisrelevante und wissenschaftliche Problemlösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipienebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Meckl, R. (2014): Internationales Management, 3. Aufl., München.
- Koch, A. (2016): Globalisierung: Wirtschaft und Politik: Chancen - Risiken – Antworten, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Brenner, H.; Misu, C. (2015) (Hrsg.): Internationales Business Development: Export-Märkte, Risikoanalyse, Strategien, Wiesbaden.
- Albrecht, A. (2016): Internationales Management (Schriftenreihe Management Basics - BWL für Studium und Karriere), Berlin.
- Stahl, B. (2017): Internationale Politik verstehen - Eine Einführung, 2. Aufl., Stuttgart.
- Seelmann-Holzmann, H. (2010): Cultural Intelligence - Die Erfolgsformel für Wachstum in einer multipolaren Wirtschaftswelt, Wiesbaden.

IKO | Interkulturelle Kompetenz

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	IKO
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Interkulturelle Kompetenz
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Case, 8-10 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sabine Meck

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Kultur – Interkulturalität – Interkulturelle Kompetenzen • Dimensionen von Interkulturalität (Umweltsphären - Gesellschaftlicher Rahmen, Nation, Zeit, Macht, Individualität, Geschlecht etc.) • Prozessuales Verständnis – dynamische Entwicklung • Verhaltensmuster • Wechselbeziehung von Standards und Individualität • Verschiedene Kulturräume (Deutschland, Europa, USA, Asien etc.): Spezifika, Gemeinsamkeiten und Unterschiede • Relevanz interkultureller Kompetenzen in verschiedenen unternehmensbezogenen (Führungs-)Situations (Funktionsbereiche und Prozesse, im internationalen oder lokalen Unternehmen; Leadership, als Teammitglied, Verhandeln, Konflikte bewältigen, etc.) sowie in Alltagssituationen • Strategien in verschiedenen Kommunikationssituationen: Interkulturelle Kommunikation (schriftlich, mündlich / verbal, vokal, non-verbal)

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- Können selbständig konzeptionelle Grundlagen zu «Interkulturellen Kompetenzen» sowie Charakteristiken verschiedener Kulturräume erarbeiten
- entwickeln eigenständig interkulturelle Handlungskompetenzen in Form von Strategien, zur Bewältigung verschiedener Kommunikationssituationen im Unternehmenskontext
- würdigen die Relevanz interkultureller Kompetenz in verschiedenen unternehmensbezogenen (Führungs)Situationen
- können passende Strategien durch aktives Handeln in verschiedenen lokalen kulturellen Kontexten anwenden
- können in interkulturell zusammengesetzten Teams konstruktiv zusammenarbeiten
- transferieren ihr Fachwissen aus Studium, Unternehmen und Alltag in entsprechende kulturelle Kontexte
- entwickeln in verschiedenen interkulturellen Kontexten ihre Handlungskompetenzen selbständig weiter
- reflektieren kontinuierlich in kulturellen Kontexten
- transferieren ihre vertieften Erkenntnisse auf ihre angestammten Funktionen im Unternehmensalltag am Studienort
- können wissenschaftliche Studien reflektieren
- sind befähigt wissenschaftliche Theorien anzuwenden

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Bertelsmann Stiftung & Fondazione Caripio. (Hrsg.). (2012). Interkulturelle Kompetenz – Die Schlüsselkompetenz im 21. Jahrhundert? Abgerufen von http://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=oahUKEwiMp_29qzb-ZAhVinuAKHZl4Ar8QFggsMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.bertelsmann-stiftung.de%2Ffileadmin%2Ffiles%2Fbst%2FPresse%2Fimported%2Fdownloads%2Fxcms_bst_dms_30236_30237_2.pdf&usq=AOvVawoEZOogULXxqCgcGoCurcUY
- Brodbeck, F. C. (2016). Internationale Führung. Das GLOBE-Brevier in der Praxis. Berlin: Springer.
- Dolan, S. L. & Kawamura, K. M. (2015). Cross Cultural Competence. Bingley, UK: Emerald.
- Lang, R. & Baldauf, N. (2016). Interkulturelles Management. Wiesbaden: Springer.

IMA | International Management

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	IMA
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	International Management
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit 56 Stunden Selbstlernzeit 62 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Case, 8-10 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ben van Lier

2. Inhalt

- Einführung in das internationale Business Management
- Rolle der Globalisierung
- Internationale Strategien und Wettbewerbsvorteile
- Markteintrittsstrategien für internationale Märkte
- Internationale Marketingstrategien
- Internationale Netzwerke und deren Management
- Einführung in die Theorie der internationalen Wirtschaftsbeziehungen
- Aktuelle Daten zur Bedeutung des internationalen Handels
- Monetäre Außenwirtschaft
- Reale Außenwirtschaft / Außenhandelstheorie
- Theoretische Erklärungen des Handelsmusters
- Internationaler Handel und Effizienzeffekte
- Internationaler Handel und Verteilungseffekte
- Außenhandel in der Praxis
- Gründe und Formen für Auslandsengagements
- Realisierung und Probleme
- Wesentliche Erfolgsfaktoren nach Zielregionen
- Implikationen für die Wirtschaftspolitik
- Einführung: Kulturdimensionen
- Interkulturen-Vergleiche

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden...

- Können Prinzipien der Außenwirtschaft und die Bedeutung des internationalen Handels für das gesellschaftliche Wohlfahrtsniveau verstehen und daraus Handlungsalternativen auf Unternehmensebene ableiten
- Können eigenständig die wesentlichen Erfolgsfaktoren und Probleme von Auslandsengagements in der Praxis erkennen sowie die Herausforderungen wichtiger internationaler Marketingstrategien in konkrete Konzeptionen umsetzen
- Sind selbständig in der Lage dazu interkulturelle Wertunterschiede und Kulturdimensionen mit Blick auf die wichtigsten internationalen Handelspartner einzuschätzen und daraus unternehmensspezifische strategische Maßnahmen ableiten
- Können Internationalisierungsstrategien anhand von Beispielen großer internationaler Firmen konstruktiv kritisieren und Gemeinsamkeiten mit dem eigenen Unternehmen ableiten
- Können die Herausforderungen des Markteintritts im internationales Umfeld beurteilen und Optionen ableiten um diese zu bewältigen
- Verstehen die Herausforderungen wichtiger internationaler Marketingstrategien und können diese konstruktiv in Lösungsmodelle umzusetzen
- Entwickeln unternehmerisches Denken und Handeln im internationalen Kontext
- Können eigenständig die Wirkung und die Bedeutung des internationalen Handels für das gesellschaftliche Wohlfahrtsniveau erkennen
- Haben ein detailliertes Verständnis von den Auswirkungen von internationalem Handel auf das individuelle Wohlfahrtsniveau sowie das eigene Unternehmen zu verstehen,
- haben das Verständnis die Handelspolitik eines Landes weiterzuentwickeln und daraus die Prämissen für die Ausgestaltung von Handelsbeziehungen abzuleiten
- können die wesentlichen Erfolgsfaktoren und Probleme von Auslandsengagements in der Praxis beurteilen
- entwickeln interkulturelle Kompetenzen für sich als auch für andere Mitarbeitern im Unternehmen als Grundlage für die Tätigkeit in international ausgerichteten Unternehmen selbständig tätig zu sein
- können interkulturelle Wertunterschiede sowie deren Auswirkungen auf die eigenen Handelbeziehungen kritisch hinterfragen
- sind selbständig in der Lage dazu unterschiedliche Kulturdimensionen (Umgang mit Zeit, Macht, Individualität, Geschlecht, Sicherheit) sowie deren Auswirkungen auf Handelbeziehungen und auch die Führungselemente bei eigenen internationalen Tochterunternehmen zu erfassen und in die Strategieentwicklung mit einzubeziehen

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning
- freies, interaktives Unterrichtsgespräch

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Ahlstrom, D./Bruton G.D.: International Management: Strategy and Culture in the Emerging World. Mason: South-western Cengage Learning 2010.
- Alexander M./Korine H.: When You Shouldn't Go Global. Harvard Business Review, December 2008.
- Auvinen, T./Aaltio, I./Blomqvist, K.: Constructing leadership by storytelling - the meaning of trust and narratives. Leadership and Organization Development Journal, 34(6), 2013, S. 496-514.
- Fairhurst, G. T.: Reframing The Art of Framing: Problems and Prospects for Leadership. Leadership, 1(2), 2005, S. 165-185.
- Isenberg, D.J.: The global entrepreneur, Harvard Business Review, December 2008, S. 107-112.
- Matten, D./Moon, J.: Implicit and explicit CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. Academy of Management Review, Vol. 33, No. 2, 2008, S. 404-424.
- Porter, M. E./Kramer, M. R.: The big idea, creating shared value. Harvard Business Review January-February 2011.
- Sirmon, D. G./Hitt, M. A./Ireland, R. D.: Managing firm resources in dynamic environments to create value: looking inside the black box. Academy of Management Review 32, 2007, S. 273-292.
- Stalk, G. Jr./Evans, P./Shulman, L E.: Competing on capabilities: The New rules of Corporate Strategy. Harvard Business Review, March 1992.
- Smircich, L./Morgan, G.: Leadership – The Management of Meaning. Journal of Applied Behavioral Science, 18(3), 1982, S. 257-273.
- Dixit, A. K./Norman V.: Theory of International Trade: a dual general equilibrium approach, 1st edition, Cambridge University Press 2002.

INO | Innovationsmanagement

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	INO
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Innovationsmanagement
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marc Drüner

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Innovationsstrategien • Markteintrittsmöglichkeiten • Arten von Innovationen • Innovationsmanagement • Kreativitätsmanagement • Steuerung des Innovationsprozesses

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden haben nach erfolgreichem Abschluss des Moduls folgende Qualifikationsziele erreicht:

- Die Studierenden haben ein detailliertes Verständnis von Kreativitätstechniken, kennen Methoden Innovationen im Unternehmen voranzutreiben, zu entwickeln und Mitarbeiter einzubinden.
- Sie können Anreize setzen um Personal zur Mitarbeit bei Innovationsprojekten zu begeistern, kennen Methoden Innovationen am Markt einzuführen und Aufmerksamkeit potenzieller Kunden zu erlangen und kennen den Innovationsprozess und können die einzelnen Schritte im Unternehmen durchführen.
- Die Studierenden sind darüber hinaus in der Lage wissenschaftliche und praxisrelevante Problemstellungen des Innovationsmanagements unter Einbeziehung von methodischen und wissenschaftlichen Überlegungen vor dem Hintergrund erlernter erkenntnistheoretisch geleiteter Begründung zu lösen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Hauschildt, J. / Salomo, S. (2007): Innovationsmanagement, Vahlen
- Tidd, J./ Bessant, J. (2009): Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, Desktop Edition, John Wiley & Sons
- Meyer, J. (2015): Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen: Messen, analysieren und steigern, Göttingen, BusinessVillage Verlag
- Drucker, P. (1986): Innovation and Entrepreneurship, LSUP

MCB | Marketing, Communication & Branding

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MCB
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Marketing, Communication & Branding
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Innovative Marketing-Kommunikation & Dialogmarketing • Brand Management
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Ralf Elsner

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Innovative Marketing-Kommunikation & Dialogmarketing

1. Inhalt

- Einordnung des Dialogmarketings
- Unternehmensseitig initiiertes Dialog
- Kundenseitig initiiertes Dialog
- Erfolgsmessung im Dialogmarketing
- Reflexionen zum C-to-C-Dialog

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- Ein vertieftes Wissen über Funktionsweise, Bedeutung und Vorgehensweise des Targetings aufweisen.
- die Instrumente des Dialogmarketings systematisch evaluieren.
- Bedeutung und Bestandteile des Customer Care Managements erläutern.
- Erfolgsmessung in der „Klassik“ und im Dialogmarketing abgrenzen sowie zentrale Erfolgsindikatoren des Dialogmarketings anwenden.
- am Beispiel des Themas dialogisches Politikmarketing Einblicke in die Vorgehensweise im Rahmen der Anlage eines Forschungsvorhabens erhalten.
- das Spannungsfeld zwischen Glaubwürdigkeit und Steuerbarkeit im C-to-C-Dialog erklären können.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading

Synchrones Lernen

- Seminar

Transfer

- Transfer auf Prinzipalebene
- Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Holland, H. (2009): Direktmarketing: im Dialog mit dem Kunden, 3. Auflage. Berlin.
- Gerdes, J., Hesse, J., Vögele, S. (Hrsg.) (2013): Dialogmarketing im Dialog, Festschrift zum 10-jährigen Bestehen des Siegfried Vögele Instituts, Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Schneider, H., Hesse, J. (2013): Aktuelle und zukünftige Herausforderungen im Dialogmarketing, in: Dialogmarketing im Dialog, Festschrift zum 10-jährigen Bestehen des Siegfried Vögele Instituts, Gerdes, J., Hesse, J., Vögele, S. (Hrsg.), Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Tapp, Alan (2007): Principles of Direct and Database Marketing, 4. Auflage. Harlow.

MODULTEIL 2: Brand Management**1. Inhalt**

- Grundlagen der Markenlehre
- Kennzeichen und Führen von Marken
- Markenmodelle, Markenpositionierung, Markenwert, Markenstärke
- Einordnung des Marken-Managements in den Marketing-Mix
- Herausforderungen der Markenführung im digitalen Zeitalter
- Rechtlicher Hintergrund / Patentrecht

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- die erworbenen marketingbezogenen Fach- und Methodenkenntnisse auf Fragestellungen des Marken- und Value-Managements anwenden.
- die theoretischen und anwendungsbezogenen Aspekte oben genannter Fragestellungen kritisch betrachten und reflektieren.
- eigenständig Problemlösungen zur Beantwortung von operativen und strategischen Fragestellungen aus dem Marken- und Value-Management unter Anwendung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden erarbeiten und präsentieren.
- zukünftige Geschäftsfelder sowohl für die Bereiche Marketing und Vertrieb, als auch für das Unternehmen als Ganzes erfassen und erstellen.
- Strategien für den Marketing- und Vertriebsbereich festlegen und untersuchen, welchen Einfluss diese auf die Wettbewerbsposition des Unternehmens nehmen können.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Misof, G., Schwarz, M. (2017): Innovatives Brand Management: Wie Sie Marken in digitalen Zeiten organisieren, führen und optimieren. Wiesbaden.
- Baetzgen, A. (2017) (Hrsg.): Brand Design: Strategien für die digitale Welt. Stuttgart.
- Theobald, E. (2016) (Hrsg.): Brand Evolution: Moderne Markenführung im digitalen Zeitalter. 2. Auflage, Wiesbaden.
- Burmann, C., Halaszovich, T., Schade, M., Hemmann, F. (2015): Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen - Strategie -Umsetzung – Controlling. 2. Auflage, Wiesbaden.
- Esch, F.-R. (2017): Strategie und Technik der Markenführung. 9. Auflage, München.

MEC | Managerial Economics

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MEC
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Managerial Economics
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. habil. Michael Lister

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen: Strategische Aspekte bei individuellen Entscheidungen von Marktakteuren • Spieltheorie: Analyse strategischer Interaktionen von Wirtschaftssubjekten • Industrieökonomik (engl. Industrial Organization oder Industrial Economics): spezielle strategische Aspekte des Wettbewerbs von Unternehmen auf Märkten • Marktprozesse und dynamische Wettbewerbsstrukturen mit Marktmacht der beteiligten Unternehmen • Behavioral Economics (= verhaltensorientierte Wirtschaftsforschung): Ergänzung standardökonomischen Modellannahmen durch experimentelle Methoden und psychologieorientierte Herangehensweise

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- komplexe ökonomische Probleme eigenständig identifizieren, einschätzen und einordnen.
- ökonomisches Denken im Rahmen von eigenständiger Forschung in Bezug zu einem praktischen Untersuchungsobjekt umsetzen.
- spezifische Modelle auf einer Phänomen- sowie Prinzip-Ebene detailliert verstehen sowie diese differenziert, präzise und eigenständig auf komplexe Sachzusammenhänge übertragen.
- eigenständig unbekannte und neue volkswirtschaftliche, gesellschaftliche sowie politische Situationen mit wissenschaftlichen, ökonomischen Methoden abbilden und entsprechend diskutieren.
- mithilfe des volkswirtschaftlichen Instrumentariums den unternehmerischen Transfer herstellen und konkrete Problemanalysen anstellen sowie anspruchsvolle wissenschaftliche fundierte Lösungsskizzen erarbeiten.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipenebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Baye, M. R. (2009): Managerial Economics and Business Strategy. 7. Auflage, McGraw-Hill, New York City. ISBN-13: 978- 0073375960.
- Besanko, D. et al. (2009): Economics of strategy. 5. Auflage, Wiley, Hoboken (NJ). ISBN-13: 978-0470930328.
- Gupta, G. S. (2011): Managerial Economics. 2. Auflage, McGraw Hill, New York City, ISBN-13: 978-0071067867.
- Keat, P. G./Young, P. K. Y./Erfle, S. E. (2013): Managerial Economics. Economic Tools for Decision Makers. 7. Auflage, Prentice Hall, London. ISBN-13: 978-0133020267.
- Kreps, D. M. (2003): Microeconomics for Managers. Norton, New York City. ISBN-13: 978-0393976786.
- Natrop, J. (2012): Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie. 2. Auflage, Oldenbourg, München. ISBN-13: 978-3486713152.
- Pindyck, R. S./Rubinfeld, D. L. (2015): Mikroökonomie. 8. Auflage, Pearson, München. ISBN-13: 978-3868942736.
- Png, I./Lehman, D. (2012): Managerial Economics. 4. Auflage, Routledge, London. ISBN-13: 978-1405160476.

MMO | Managing the modern Organisation: Change, Agility and Leadership

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MMO
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Managing the modern Organisation: Change, Agility and Leadership
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Change Management • Digitalisierte Organisation
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Bernd Eggers

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Change Management

1. Inhalt

- Methoden der Analyse von Organisationen
- Analyse der Organisationskultur
- Erfolgsfaktoren des Change Managements
- Ansätze der Organisationsberatung

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- das Spektrum der Methoden zur Analyse von Organisationen, deren spezifischen Einsatzfelder und deren typische Stärken und Schwächen kritisch beurteilen.
- die Kern-Herausforderungen des Change Managements erläutern, kennen die verschiedenen Parameter von organisatorischen Change-Projekten und kennen die gängigen Erfolgsfaktoren-Empfehlungen im Change Management.
- erläutern, warum und wie diese in Abhängigkeit von verschiedenen Ausgangssituationen deutlich konkretisiert werden müssen, um keine leeren Hüllen zu bleiben.
- abhängig von bestimmten Ausgangssituationen geeignete Methoden der Organisationsanalyse auswählen und können zentrale Methoden der Organisationsanalyse anwenden.
- die anhand von Anschauungen an verschiedenen Change-Projekten gewonnenen Erkenntnisse zielführend auf das eigene Unternehmen übertragen und sind damit in der Lage, eigene Change-Herausforderungen erfolgreich anzunehmen.
- Sie haben darüber hinaus integrative Fähigkeiten erlernt, die sie selbstständig kontextbezogen zur Entwicklung von Lösungsansätzen wissenschaftlicher und praxisrelevanter Probleme einsetzen können und deren Ergebnisse sie kritisch würdigen können.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Stolzenberg, K. / Heberle, K. (2013): Change Management – Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren. Springer Verlag.
- Berner, W. (2012): Culture Change – Unternehmenskultur als Wettbewerbsvorteil. Schäffer Poeschel Verlag.
- Lehner, F. (2014): Wissensmanagement: Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. München, Hanser Verlag.

MODULTEIL 2: Digitalisierte Organisation

1. Inhalt

- Organisationale Optimierung und Veränderung durch Digitalisierung
- Industrie 4.0
- Agile Organisationen
- Transformation von Unternehmen in digitale und digitalanaloge Strukturen
- Führung und Zusammenarbeit in digitalen Strukturen

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie sich Veränderungen, die sich durch die Digitalisierung in der Organisation ergeben auswirken.
- die Optimierungsbedarfe für die Unternehmensorganisation bewerten.
- die Folgen der Industrie 4.0, die viele als vierte industrielle Revolution bezeichnen, einschätzen, die sich aus diesem Paradigmenwechsel ergeben.
- die Anforderungen und Chancen antizipieren, die sich aus agilen Organisationen entwickeln.
- beurteilen, inwieweit sich Marktbedingungen und Umwelteinflüsse auf die eigene Organisation auswirken, und können die sich daraus ergebenden Anforderungen innerhalb des Unternehmens kommunizieren.
- die digitalen und digitalanalogen Strukturen sowie die Aspekte, die sich bei der Transformation von analogen in vorgenannte Strukturen ergeben, kritisch bewerten.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Keuper, F. (2018): Disruption und Transformation Management: Digital Leadership - Digitales Mindset - Digitale Strategie. Springer Gabler.
 - Kreuzer, R.T. (2014): Notwendigkeit eines Change-Managements im Online-Zeitalter: Grundprinzipien zur erfolgreichen digitalen Transformation. Springer Gabler.
 - Kaufmann, T. (2015): Geschäftsmodelle in Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge: Der Weg vom Anspruch in die Wirklichkeit, Springer Vieweg.
- Weiterführende Literatur wird vor Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.

MRC | Market Research & Consumer Behavior

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	MRC
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Market Research & Consumer Behavior
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar im Masterstudiengang Business Management
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Market Research & Analytics • Verhalten relevanter Austauschpartner
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul kann erst besucht werden, wenn zuvor folgende Module erfolgreich absolviert wurden: <ul style="list-style-type: none"> • Digital Technology • Markt, Kunde und Marketing
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt von Walter

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Market Research & Analytics**1. Inhalt**

- Grundlagen von Forschung und Marktforschung
- Wesentliche Methoden der Marktforschung
- Primäre und sekundäre Marktforschung
- Qualitative und quantitative Methoden
- Gütekriterien der Marktforschung
- Anwendungsfelder für Marktforschung

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle der Marktforschung im Unternehmen anzuwenden sind.
- die Geschichte und Entwicklung der Marktforschung in ihrer Komplexität nachvollziehen.
- eigenständig mit Techniken der qualitativen und quantitativen Marktforschung umgehen und deren Bestandteilen sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen souverän umgehen.
- die Wirkungen digitaler Technologien auf Marktforschung bewerten und sind selbständig in der Lage deren Anwendbarkeit im Unternehmen zu prüfen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Flick, Uwe et. al (Hrsg.) (2005): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Rowohlt.
 - Koch, Jörg 2012: Marktforschung. Grundlagen und praktische Anwendungen. 6. Aufl., München.
 - Porst, Rolf (2011): Fragebogen. Ein Arbeitsbuch. VS Verlag, Wiesbaden.
- Weitere Literatur wird zu Seminarbeginn angekündigt.

MODULTEIL 2: Verhalten relevanter Austauschpartner**1. Inhalt**

- Theorien und Konzepte des Konsumentenverhaltens
- Motivationsforschung, Emotionale & kognitive Prozesse
- Neuronale Konsumentenforschung

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle des Konsumentenverhaltens im Unternehmen anzuwenden sind.
- die Geschichte und Entwicklung der Konsumentenforschung nachvollziehen.
- eigenständig mit klassischen und modernen Konzepten der Konsumentenforschung umgehen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipienebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Kroeber-Riel, Werner/Weinberg, Peter (2007): Konsumentenverhalten, München
 - Trommsdorff, Volker/Teichert, Thorsten (2011): Konsumentenverhalten, Stuttgart
- Weitere Literatur wird zu Seminarbeginn angekündigt.

SMN | Sales Management & Negotiations

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	SMN
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Sales Management & Negotiations
Ausrichtung	<input type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Modulteile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Klausur, 60 Minuten oder mündliche Prüfung, 45 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bernd Eggers

2. Inhalt

<ul style="list-style-type: none"> • Differenzierung zwischen strategischem und operativem Sales Management • Elemente des strategischen Sales Managements • Gestaltung von Vertriebskanälen • Markt- und Kundenplanung und -bewertung • Elemente des operativen Sales Managements • Vertriebssteuerung und -controlling • Sales Cycle • Key Account Management

3. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle des Sales Managements im Unternehmen detailliert anzuwenden sind.
- eigenständig mit dem Sales Management und dessen Bestandteilen sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- sich selbständig auf das Analysieren, Planen und die Durchführung von Sales Management einstellen.
- das Konzept des Key Account Management und dessen Eigenschaften selbständig auf sein Unternehmen bzw. Produkt übertragen.
- das Konzept der Vertriebssteuerung und -controllings und dessen Eigenschaften selbständig auf sein Unternehmen bzw. Produkt übertragen.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Seminar
- E-Learning
- Vorlesung

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Belz, C./ Müllner, M./ Zupancic, D. (2008): Spitzenleistung im KAM – St. Galler Konzept, 2. Auflage.
- Binckebanck, L. / Hölter, A-K. / Tiffert, A. (2013): Führung von Vertriebsorganisationen. Wiesbaden.
- Binckebanck, L. / Rainer E. (2016): Digitalisierung im Vertrieb; Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2014): Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis. Wiesbaden, 12. Auflage.
- Hofbauer, G. / Hellwig, C. (2009): Professionelles Vertriebsmanagement – Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht. Erlangen.
- Homburg, Ch./ Schäfer, H./ Schneider, J. (2010): Sales Excellence – Vertriebsmanagement mit System. Wiesbaden, 6. Auflage.
- Homburg, Christian / Wieseke, Jan (2011) (Hrsg.): Handbuch Vertriebsmanagement. Wiesbaden.
- Kreuzer, R. T. (2013): Lehrbuch Praxisorientiertes Marketing. Wiesbaden, 4. Auflage.
- Meffert, H. / Burmann, C. / Kirchgeorg, M. (2015): Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Wiesbaden, 11. Auflage.
- Pufahl, M. (2012): Vertriebscontrolling – So steuern Sie Absatz, Umsatz und Gewinn. Wiesbaden, 4. Auflage.
- Winkelmann, P. (2010): Marketing und Vertrieb. München, 7. Auflage.
- Winkelmann, P. (2012): Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung – Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements – CRM. München, 5. Auflage.

SRM | Strukturelle Rahmenbedingungen des Marketings

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	SRM
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Strukturelle Rahmenbedingungen des Marketings
Ausrichtung	[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing & Recht • Distribution, Retail & CRM
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch / Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtwload, davon: 32 Stunden Kontaktzeit (entspricht 4 Seminartagen; teilweise auch online-gestützt z.B. über Webinare) 96 Stunden Selbstlernzeit (= 12 Tage) 22 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17 %
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt von Walter

2. Inhalt

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

3. Qualifikationsziele

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

4. Lehr- und Lernmethoden

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

5. Literatur

[SIEHE EINZELNE MODULTEILE]

MODULTEIL 1: Marketing & Recht

1. Inhalt

- Markenrechtliche Aspekte im Marketing
- Schutz der Marke
- Rechtliche Grenzen der Werbung (Wettbewerbsrecht)
- Rechtsschutzmöglichkeiten
- Kartellrechtliche und wettbewerbsrechtliche Grenzen der Preisgestaltung

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Marketing und Recht:

- verstehen, wie die gesetzlichen Rahmenbedingungen von marketingrechtlichen Aspekten in ihrer Komplexität Theorie und Praxis anzuwenden sind.
- die vielfältigen, mit dem Markenschutz, verbundenen rechtlichen Probleme detailliert verstehen und konstruktiv kritisieren.
- die rechtlichen Besonderheiten der Werbung und Preisgestaltung bewerten, sowie mit Herausforderungen rechtlicher Betrachtungsweisen umgehen.
- die Wirkungen markenrechtlicher Aspekte prognostizieren und sind selbständig in der Lage, diesen im Unternehmen adäquat zu begegnen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Zerres, M.; Zerres, C. (2012): Marketingrecht – Eine managementorientierte Einführung im internationalen Kontext, München.
- Bingener, S. (2012): Markenrecht - Ein Leitfaden für die Praxis, 2. Aufl., München.
- Birk, A.; Löffler, J. (2012): Marketing- und Vertriebsrecht - Lehr- und Praxishandbuch zum Gewerblichen Rechtsschutz - Kartell- und Vertriebsrecht, München.
- Eisenmann, H.; Jautz, U. (2015): Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht - Mit 55 Fällen und Lösungen, 10. Aufl., Heidelberg.
- Heße, M. (2011): Wettbewerbsrecht – Schnell erfasst, 2. Aufl., Berlin & Heidelberg.
- Kapp, T. (2014): Kartellrecht in der Unternehmenspraxis – Was Unternehmer und Manager wissen müssen, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Müller-Hagedorn, L.; Toporowski, W.; Zielke, S. (2012): Der Handel, 2. Aufl., Stuttgart.
- Zentes, J.; Swoboda, B.; Fosch, T. (2012): Handelsmanagement, 3. Aufl., München.
- Barth, K.; Hartmann, M.; Schröder, H. (2007): Betriebswirtschaftslehre des Handels, 6. Aufl., Wiesbaden.
- Lerchenmüller, M. (2003): Handelsbetriebslehre, 4. Aufl., Ludwigshafen.

MODULTEIL 2: Distribution, Retail & CRM

1. Inhalt

- Einblicke in die Charakteristik des Handels
- Distributionsmanagement, insbesondere vor dem Hintergrund alternativer Absatzkanäle und den damit verbundenen Herausforderungen
- Marketing Mix aus Sicht des Handels und dessen „Besonderheiten“
- Unternehmensanalysen ausgewählter Handelsunternehmen
- Aktuelle Themen, wie CSR, Innovationen und Digitalisierung im Handel

2. Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls Distribution, Retail & CRM:

- beurteilen, wie die bekanntesten Theorien und Modelle des Absatzkanalmanagements und der damit verbunden (Distributions-) Logistik in die Praxis im Unternehmen anzuwenden sind.
- die Elemente des Marketing Mixes von Handelsbetrieben bewerten und konstruktiv kritisieren.
- eigenständig mit CRM-Maßnahmen und deren Bestandteilen, sowie mit Alternativen zu klassischen Betrachtungsweisen umgehen.
- die Wirkungen der Kundenbeziehungsmanagements prognostizieren und sind selbständig in der Lage diese im Unternehmen einzusetzen.

3. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

Pre-Reading

Synchrones Lernen

Seminar

Transfer

Transfer auf Prinzipiebene

Transfer auf Phänomenebene

4. Literatur

- Hippner H./ Wilde K. (2006) (Hrsg.): Grundlagen des CRM: Konzepte und Gestaltung, 2. Aufl., Berlin.
- Herrmann, A./ Homburg, C./ Klarmann, M. (2008) (Hrsg.): Handbuch Marktforschung, 3. Aufl., Berlin.
- Knox, S./ Payne, A./ Ryals, L./ Maklan, S./ Peppard, J. (2003) (Hrsg.): Customer Relationship Management: Perspective from the Marketplace, Oxford.
- Kumar, V./ Reinartz, W. (2012) (Hrsg.): Strategic Customer Relationship Management Today, Berlin.
- Seidel, W./ Stauss, B. (2014) (Hrsg.): Beschwerdemanagement: Unzufriedene Kunden als profitable Zielgruppe, 5. Aufl., München.
- Schwetz, W. (2013): Customer Relationship Management - Mit dem richtigen CRM-System Kundenbeziehungen erfolgreich gestalten, Wiesbaden.
- Uebel, M. F./Helmke, St./Dangelmeier W. (2004) (Hrsg.): Praxis des Customer Relationship Management - Branchenlösungen und Erfahrungsbericht, 2. Aufl., Wiesbaden.

BP1 | Business Psychology 1

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	BP1
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Business Psychology 1
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

<ol style="list-style-type: none"> 1. Allgemeine Psychologie <ul style="list-style-type: none"> • Fachwissenschaftliche Grundlagen • Wahrnehmen • Lernen und Gedächtnis • Emotion • Motivation 2. Differentielle Psychologie <ul style="list-style-type: none"> • Der Trait-Ansatz • Das Fünf-Faktoren-Modell • Kognitiv-affektive Persönlichkeitstheorie • Soziale Lerntheorie • Persönlichkeitskonzepte • Erfassung der Persönlichkeit 3. Sozialpsychologie <ul style="list-style-type: none"> • Soziale Normen • Der Mensch als soziales Wesen • Gruppenprozesse • Selbstdarstellung
--

3 Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über grundlegende psychologische Kenntnisse, die für die psychologische Arbeit in allen Anwendungszusammenhängen bedeutsam sind. Sie sind dazu befähigt, psychologische Aufgaben und Problemstellungen zu erkennen und entsprechende Konzepte, nach kritischer Prüfung, zur Beantwortung anzuwenden.

Über die Vermittlung der Grundlagen der allgemeinen Psychologie sind die Studierenden befähigt, die in Organisationen relevanten Prozesse und Wirkungsmechanismen in den Bereichen Kognition, Lernen, Emotion und Motivation zu verstehen und effektive Interventionen abzuleiten.

Durch die Erarbeitung der Grundlagen der differentiellen Psychologie und die hier einzuordnenden Kenntnisse in den zentrale Persönlichkeitstheorien, Konzepten der Persönlichkeit (z. B. Intelligenz) sind die Studierenden darauf vorbereitet, übliche HR-Prozesse (z.B. Auswahlverfahren; Test- und Auditierungsverfahren) mit hinreichendem Fachwissen zu begleiten.

Durch die Einführung in Kerngebiete der Sozialpsychologie, besonders soziale Wahrnehmung, soziales Denken und Verhalten, können die Studierenden soziale Zusammenhänge und Dynamiken in Organisationen verstehen und effektive Interventionen identifizieren.

4 Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5 Literatur

Aronson, E./Wilson, T./Akert, R.: Sozialpsychologie, Pearson 2008
Atzert, L./Peper, M./Stemmler, G.: Emotionspsychologie: Ein Lehrbuch, Kohlhammer 2014
Bak, P.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Schaeffer-Poeschel 2014
Maltby, J./Day, L./Macaskill, A.: Differentielle Psychologie, Persönlichkeit und Intelligenz; Pearson 2011
Gerrig, R.G./Zimbardo, Ph.G.: Psychologie; Pearson 2008

BP2 | Business Psychology 2

1. Basis Daten

Modul-/Seminar-Nr.	BP2
Fakultät	Business and Economics
Titel des Moduls	Business Psychology 2
Ausrichtung	<input checked="" type="checkbox"/> Modul hat eine wissenschaftliche Ausrichtung <input type="checkbox"/> Modul hat eine anwendungsorientierte Ausrichtung mit wissenschaftlich-theoretischer Fundierung
Dauer in Monaten	Dauer ab Start Selbstlernphase bis Abnahme Modulprüfung: 3 Monate
Verwendbarkeit	Verwendbar in den Masterstudiengängen Business Management, Wirtschaftsingenieurwesen, Business Engineering und Wirtschaftsinformatik
Art der Lehrveranstaltung	Für jedes angebotene Studienprogramm ist definiert, ob dieses Modul ein Pflichtmodul, ein Wahlpflichtmodul oder kein Bestandteil des Studienprogramms ist.
Moduleile	-
Häufigkeit des Angebots	Mindestens einmal pro Jahr, bei Bedarf und entsprechender Nachfrage von Studierenden auch mehrmals pro Jahr möglich.
Sprache	Deutsch/Englisch
Workload	150 Stunden Gesamtworkload, davon: 16 Stunden Kontaktzeit 37 Stunden Selbstlernzeit 65 Stunden Projekttransferzeit/Projektdokumentationszeit
Art der Prüfung/Voraussetzung für die Vergabe von CP	Transferarbeit, 6-8 Seiten oder Klausur, 60 Minuten
CP und Noten	5 CP Noten werden von 1,0 bis 4,4 vergeben, ab einer Note von 4,5 gilt der Leistungsnachweis als nicht bestanden.
Gewichtung	5 CP / 120 CP bzw. 4,17%
Terminierung	Mindestens 1x pro Studienjahr
Voraussetzungen für die Teilnahme	Das Modul ist ohne Vorkenntnisse aus anderen Modulen studierbar.
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Mario Vaupel

2. Inhalt

Psychologische Diagnostik <ul style="list-style-type: none"> • Persönlichkeitsmerkmale • Präferenzmodelle • Myers-Briggs Typenindikator • 16PF nach Cattell • Berufs-Eignungs-Diagnostik Diagnostic Instruments <ul style="list-style-type: none"> • Anwendung • Aussagen und Grenzen Krisen- und Konfliktbewältigung <ul style="list-style-type: none"> • Quellen für Konflikte • Modelle der Konfliktlösung • Strategien • Vorgehensweisen • Maßnahmen
--

3. Qualifikationsziele

Auf der Grundlage der eigenen Anwendung von verschiedenen Instrumenten zur Messung oder Beurteilung der Persönlichkeit haben die Studierenden die Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie sowie die Ansätze der Trait- und Typen-Theorie kennengelernt und kritisch diskutiert. Sie kennen die Vor- und Nachteile der jeweiligen Denkansätze für die Personalauswahl und Personalentwicklung und können diese kritisch reflektieren. Die Studierenden haben anhand ihrer eigenen Profile die Möglichkeiten und Grenzen entsprechender Instrumente als Teil der Personalentwicklung und zur Begleitung von Kommunikationsprozessen in Teams sowie in Veränderungs- oder Konfliktsituationen verstanden.

Die Studierenden haben Instrumente der Personalauswahl, wie etwas das 16PF-Profil, kennen und anwenden gelernt. Sie können damit Soll-Profile entlang von (Stellen-) Anforderungen erstellen sowie Auswahlentscheidungen und Entwicklungsprozessen begleiten.

Sie haben den möglichen Nutzen von Persönlichkeitsmodellen im Führungsalltag bzw. bei der Personalarbeit verstanden und können mit diesen Instrumenten individuelle Wege für die persönliche Entwicklung und das Verhalten in Belastungssituationen aufzeigen sowie Wege zur Prävention und zu resilienter Verhaltensweisen vermitteln.

4. Lehr- und Lernmethoden

Asynchrones Lernen

- Pre-Reading
- Post-Reading
- E-Learning

Synchrones Lernen

- Vorlesung
- Seminar
- E-Learning

Transfer

- Transfer auf Prinzipiebene
- Transfer auf Phänomenebene
- Projektarbeit

5. Literatur

- Hornke, L. F. (Hrsg.) (2011). Persönlichkeitsdiagnostik. Göttingen: Hogrefe
- Hossiep, R., Paschen, M. & Mühlhaus, O. (2005). Persönlichkeitstests im Personalmanagement: Grundlagen, Instrumente und Anwendungen. Göttingen : Verlag für Angewandte Psychologie
- Jung, C.G. (2011). Gesammelte Werke 1-20 Broschur / Psychologische Typen: Gesammelte Werke 6, Edition C. G. Jung, Osterfildern: Patmos
- Lang-von Wins, T. (2003): Die Kompetenzhaltigkeit von Methoden moderner psychologischer Diagnostik-, Personalauswahl- und Arbeitsanalyseverfahren sowie aktueller Management-Diagnostik-Ansätze, in: Erpenbeck, J./von Rosenstiel, L. (Hrsg.): Handbuch Kompetenzmessung, Stuttgart 2003, S. 585-618
- McCaulley, M. H. (2000). Myers-Briggs Type Indicator: A bridge between counseling and consulting. Consulting Psychology Journal: Practice and Research, 52, 117–132
- Myers, I. B., McCaulley, M. H., Quenk, N. L., & Hammer, A. L. (1998). Manual: A guide to the development and use of the Myers- Briggs Type Indicator. Palo Alto, CA: Consulting Psychologist Pres
- Pittenger, D.J. (2005) Cautionary Comments Regarding the Myers-Briggs Type Indicator, Consulting Psychology Journal: Practice and Research, 57, 3, 210–221
- Robertson, I. T., & Smith, M. (2001). Personalle Selection. Journal of Occupational and Organizational Psychology, (74), 441–472
- Sarges, W. (Hrsg. (2004) Handbuch wirtschaftspsychologischer Testverfahren. 1. Personalpsychologische Instrumente, Lengerich.

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

C	Case / Fallstudie
CP	Credit Point
ECTS	European Credit and Accumulation System
K	Klausur
LNW	Leistungsnachweise
M	Mündliche Prüfung
MT	Master Thesis
P	Pflichtmodul
PR	Präsentation
PSA	Projektstudienarbeit
SA	Studienarbeit