

Modulhandbuch Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln

Bei der Gestaltung eines Studiengangs wird zusätzlich zu Studien- und Prüfungsordnungen ein Modulhandbuch erstellt, das eine inhaltliche Beschreibung der Module und die zu erwerbenden Kompetenzen enthält. Module können verpflichtend oder Teil des Wahlbereiches sein. Jedes Modul wird mit einer Modulabschlussprüfung abgeschlossen und mit einer bestimmten Anzahl an Kreditpunkten versehen. Studiengänge und damit auch Module sind konsequent von den zu erreichenden Qualifikationszielen (Learning Outcomes) her konzipiert.

In den Feldern

- Wissen und Verstehen,
- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen,
- Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität und
- Kommunikation und Kooperation

werden Kompetenzen im Verlauf des Studiums im jeweiligen fachspezifischen Kontext erworben. Dabei werden nicht alle Kompetenzen oder deren Ausprägungen in jedem Modul erworben; relevant ist, dass am Ende des Studiums die Studierenden alle Kompetenzen erworben haben.

Basis hierfür ist der Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) und die Musterrechtsverordnung gemäß Artikel 4 Absätze 1 – 4 des Studienakkreditierungsstaatsvertrag der Kultusministerkonferenz.



Master-Ebene

Studiengangsziele

Der Studiengang richtet sich an Studierende, die Unternehmensgründer werden wollen oder sich für verantwortliche Funktionen als Unternehmer im Unternehmen qualifizieren möchten. Hierbei richtet sich der Fokus auf die Themen Entrepreneurship, Business Development, Produktmanagement, Marketing und Vertrieb, Supply Chain Management, Prozessmanagement und Controlling.

Erfolgreiche Industrie- und Dienstleistungsunternehmen - klein, mittelständisch oder groß - benötigen zunehmend Mitarbeiter, die bei ihren Entscheidungen nie aus den Augen verlieren, wie sich ihr Handeln auf die Unternehmensziele auswirkt und welchen Beitrag sie zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bzw. der Wertschöpfungskette ihres Unternehmens leisten können. In Zeiten kürzer werdender Produktlebenszyklen bei zunehmender Digitalisierung ist dies eine zentrale Kompetenz, die der konsekutive Masterstudiengang vermittelt. Ziel des Masterstudiums ist es daher, aufbauend auf einem fundierten betriebswirtschaftlichen Wissen interdisziplinäre Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Funktionsbereichen und vertieftes Verständnis des eigenen Handelns zu unterrichten. Zusätzlich wird das eigenständige, auf die Unternehmensstrategie ausgerichtete Handeln gefördert.

Inhalt

Modulname
Unternehmerisches Handeln
Strategie und Führung
Managementsimulation
Innovationsmanagement
Advanced Controlling
Finanzmanagement
Digitalisierung
Market Insight Excellence
Business Development & Produkt Management
Sales Excellence
Supply Chain Management
Operations Management
Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung
Wahlmodul
Masterseminar und -thesis

Modul: Unternehmerisches Handeln

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	01
Modultitel:	Unternehmerisches Handeln
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">• Unternehmertum, Charakterisierung von Unternehmern• Mitunternehmertum und Mitunternehmerkonzepte• Managementkonzepte• Strukturierung von Geschäftsmodellen• Analyse von Geschäftsmodellen• Bearbeiten von Geschäftsmodellen
Veranstaltungen:	7672 Unternehmerisches Handeln
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Bilanzierung, Unternehmensfinanzierung, Unternehmensplanung, umfassende volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Kenntnisse)
Verwendbarkeit des Moduls:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen können die Entwicklung von Geschäftsplanung skizzieren die wesentlichen Gestaltungselemente darstellen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Geschäftsmodell beschreiben, anhand von Kriterien sachgerecht einordnen. Sie können darüber hinaus unternehmerisches Verhalten unter Nachhaltigkeitsaspekten und unter Berücksichtigung ethischer Maßstäbe beschreiben.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Wissen in Diskussionen in heterogenen Teams zu strukturieren und zu ordnen sowie anzuwenden.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage Wissen aus angrenzenden Bereichen der Betriebswirtschaft zu integrieren und mit der Komplexität der Unternehmensführung umzugehen. Dadurch sind sie befähigt, mögliche Zielkonflikte der Entscheidungen zu bewerten bzw. aufzulösen und erfolgsorientiert zu entscheiden.

Modul: Strategie und Führung

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	02
Modultitel:	Strategie und Führung
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. pol. Peter Philippi-Beck
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Strategie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensvision, Mission und Ziele • Unternehmenskultur • Strategiearten und die Verbindung zu Managementkonzepten • Strategische Analysen • Strategieprozesse • Strategisches Handeln <p>Unternehmens- und Personalführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ich Chef Du nix • Talentidentifikation und Talentmanagement (Development and Retention) • Klassische vs. moderne Personalführung • Führungsinstrumente • Führungskonzepte auch im interkulturellen bzw. digitalen Kontext
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Strategie: Unternehmensplanung, umfassende volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Managementkonzepte; Unternehmensführung: Personalmanagement)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Absolventinnen und Absolventen können Methoden und Instrumente der Strategieentwicklung- und Umsetzung beschreiben. Die Studierenden können die Methoden und Konzepte der Unternehmens- und Personalführung beschreiben und die Handlungsalternativen benennen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können das vermittelte Wissen des Moduls situationsgerecht anwenden.

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage Wissen aus den Fachgebieten Strategie sowie Unternehmens- und Personalführung zusammen zu führen, Kriterien zur Beurteilung von Handlungsalternativen aufzustellen, Alternativen zu gewichten, zu bewerten und auszuwählen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihre Entscheidungen zu erläutern und in Teams professionell zu vertreten.

Modul: Managementsimulation

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	03
Modultitel:	Managementsimulation
Modulverantwortliche/r:	Professorin Dr. Heike Willax
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Im Rahmen eines computergestützten Unternehmens-Planspiels zusammen mit einem seminaristischen Unterricht bearbeiten die Studierenden folgende Aufgaben (Learning business by doing business):</p> <ul style="list-style-type: none">• Businessplan und Strategieentwicklung in simulierten Märkte• Analyse von Marktentwicklungen anhand von Marktstudien und Branchenwissen• Entwicklungs- und Produktionsplanung• Planung von Personalkapazitäten und Investitionen• Erstellen von Finanzplänen mit Hilfe eines integrierten GuV / Bilanz-Modells• Auswahl von Entscheidungsalternativen im Team• Vorbereiten geschäftspolitischer Entscheidungen.• Präsentieren der Entscheidungen und Ergebnisse• Umsetzen der gewählten Alternativen in den kommenden Spielrunden• Analyse der Kennzahlen anhand simulierter Betriebsergebnisse nach der jeweiligen Planspielrunde• Erarbeiten von Handlungsoptionen aufgrund von Abweichungsanalysen• Erstellen von Geschäftsberichten
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Projektarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Bilanzierung, Unternehmensfinanzierung, Unternehmensplanung, umfassende volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Kenntnisse)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen können die Elemente der Geschäftsplanung anwenden und interpretieren sowie eigenständige Ideen entwickeln, indem sie vorhandenes Wissen aus anderen Bereichen der Betriebswirtschaft verbinden.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können qualitative und quantitative Urteile für unternehmerische Entscheidungen anhand von Analysen gegebener marktlicher Sachverhalte fällen. Dabei gilt es, Informationen zu hinterfragen, Alternativen zu vergleichen und zu bewerten. Diese Informationen sind selbständig und strukturiert zu ermitteln.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihr Wissen in Diskussionen in heterogenen Teams zu strukturieren und zu ordnen sowie anzuwenden. Ziel ist es, komplexe betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Zeitdruck und in Arbeitsteilung herbeizuführen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Wissen aus angrenzenden Bereichen der Betriebswirtschaft zu integrieren und mit der Komplexität einer Geschäftsplanung umzugehen. Dadurch sind sie befähigt, mögliche Zielkonflikte der Entscheidungen zu bewerten bzw. aufzulösen und erfolgsorientiert zu entscheiden.

Modul: Innovationsmanagement

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	04
Modultitel:	Innovationsmanagement
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Einführende Themen des Innovationsmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltungselemente des Innovationsmanagements: Strategie, Organisation, Prozesse, "People2 und Kultur • Komplexitätsmanagement und Innovation • Innovation im Kontext von Business Ecosystemen und (digitalen) Plattformen <p>Mögliche Vertiefungen wissenschaftlicher Erkenntnisse und empirischer Befunde durch entsprechende Fallstudien und Übungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationsmodelle eines globalen Innovationsmanagements • Agile Methoden in der Kreativitätsphase und der Ideen Umsetzung • Open Innovation • Cross-Industry Innovation • Identifikation und Bewertung von Innovationspotentialen durch Data Analytics <p>Ansätze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übung und Vertiefung von Kreativitätstechniken • Innovationsstrategie: Formulierung strategischer Innovationsfelder • Trendscouting und -bewertung • Technologieverwertung und IP Management
Veranstaltungen:	7673 Innovationsmanagement
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Unternehmensprozesse und -organisation)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Hausarbeit oder Referat
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Vahs, D./ Brehm, A. (2015), Innovationsmanagement, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel. - Tidd, J./ Bessant, J. (2013), Managing Innovation, 5. Auflage, Wiley. - Trott P. (2005), Innovation Management and New Product Development, FT Prentice Hall, 2005, 3rd ed. - Gassmann O., Sutter Ph.(2011), Praxiswissen Innovationsmanagement, Hanser, 1. Aufl. - Govindarajan V., Trimble Ch. (2010), the other side of innovation, Harvard Business Review Press, Boston - Christensen, C./ v.d.Eichen, S. (2015), The Innovators Dilemma, 2. korr. Nachdruck, Vahlen. - Chesbrough, H.W. (2003), Open Innovation, Harvard Business Review Press. - Drucker P. (2006), Innovation and Entrepreneurship (2006), HarperBusiness, Reprint edition

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Gestaltungselemente des Innovationsmanagements interpretieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können fachlich komplexere Methoden der Ideengenerierung und Umsetzung auf Fragestellungen der Praxis anwenden.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können das Potential aber auch Risiken und Hemmschwellen von neuen Ansätzen im Innovationsmanagement bewerten und daraus mögliche Lösungen für Unternehmen ermitteln und beurteilen, unter Berücksichtigung unternehmensspezifischer Randbedingungen sowie dem aktuellen Stand der Forschung.

Modul: Advanced Controlling

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	05
Modultitel:	Advanced Controlling
Modulverantwortliche/r:	Professorin Dr. rer. pol. Cornelia Neff
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">• Unternehmenssteuerung als unternehmerische Aufgabe• Führungsunterstützung durch Finanzkennzahlensysteme• Wertorientiertes Management• Planungsmodelle und -techniken
Veranstaltungen:	7671 Advanced Controlling
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Vertiefte Kenntnisse der betriebs- und volkswirtschaftlichen Grundlagen, insbesondere der Instrumente des strategischen und operativen Controllings und der Managementkonzepte)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	The exam is a Portfolio exam, i.e. students have to make small presentations or write a short essay on each of the cases studies.
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen können Finanzkennzahlensysteme verstehen und Einsatzbereiche der jeweiligen Kennzahlen sachgerecht bestimmen. Sie sind in der Lage den Informationsbedarf für die Unternehmenssteuerung und Konzepte wertorientierter Unternehmenssteuerung zu erläutern.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Informationsquellen für die Bearbeitung unternehmerischer Fragestellungen eigenverantwortlich identifizieren und die relevanten Inhalte herausarbeiten und transferieren. Sie sind in der Lage Planungsmodelle und -techniken für ausgewählte unternehmerische Fragestellungen zielgerecht anzuwenden und unternehmerische Entscheidungen im Hinblick auf ihren Wertbeitrag zu beurteilen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können ihre Entscheidungen in Teams strukturiert diskutieren und bspw. mittels Präsentationen argumentativ vertreten und die wesentlichen Thesen gegenüber den Kommilitoninnen und Kommilitonen verteidigen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können den Zusammenhang zwischen unternehmerischem Handeln und Controlling erläutern und Wechselwirkungen zu anderen betrieblichen Funktionen und betriebswirtschaftlichen Disziplinen beurteilen.

Modul: Finanzmanagement

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	06
Modultitel:	Finanzmanagement
Modulverantwortliche/r:	Professorin Dr. Heike Willax
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">• Moderne Finanzierungsformen (z.B. Crowdfunding, Venture Capital-Finanzierungen, Blockchain, staatl. Förderangebote) und spezielle Gebiete der Finanzierung (z.B. Internationale Finanzierung, Projektfinanzierung)• Finanzinformationen und Rating, Verhandlungsführung mit Kapitalgebern• Risikomanagement im Unternehmen• Investitionsentscheidungen
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Vertiefte Kenntnisse der betriebs- und volkswirtschaftlichen Grundlagen, insbesondere Finanzierung, Investition und Rechnungswesen)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können den Zusammenhang zwischen unternehmerischem Handeln und dem Finanzmanagement erläutern. Sie sind in der Lage Wechselwirkungen zu anderen betrieblichen Funktionen und betriebswirtschaftlichen Disziplinen zu beurteilen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können ihre Entscheidungen in Teams strukturiert diskutieren und bspw. mittels Präsentationen argumentativ vertreten und die wesentlichen Thesen gegenüber den Kommilitoninnen und Kommilitonen verteidigen.

Modul: Digitalisierung

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	07
Modultitel:	Digitalisierung
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Übersicht über mögliche digitale Konzepte und damit verbunden notwendige digitale Transformationen, eingebettet in eine Geschäftsmodell Logik. Vorstellung von Referenzfallstudien: Aktuelle Entwicklungen im Bereich Digitalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informationstechnik zur Unterstützung von Digitalisierung, z.B. <ul style="list-style-type: none"> o RFID o Cloud Computing o EDI • Fallstudien und Beispiele für die Objekte der Digitalisierung <ul style="list-style-type: none"> o Produkte o Dienstleistungen o Prozess o Schnittstelle zum Kunden • Digitalisierungspotenziale erkennen <ul style="list-style-type: none"> o Intern: Prozessverbesserungen in der Wertschöpfungskette durch digitale Lösungen o Extern: Kundennutzen schaffen • Bewertung von digitalen Lösungen <ul style="list-style-type: none"> o Nutzen von Digitalisierung bewerten (Wirtschaftlichkeit, qualitative Vorteile)
Veranstaltungen:	7674 Digitalisierung
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen Datenverarbeitung, ERP-Systeme, Prozessmanagement)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester

Literatur:

Digitalisierung - Bücher

1. Brynjolfsson E., & McAfee A., (2015), The second machine age . Plassen Verlag. 5. Aufl.
2. Westerman G., Bonnet D., & McAfee A. (2014). Leading Digital, HBR Press, Boston
3. Kreutzer R.T., Land K.-H. (2016). Digitaler Darwinismus, Springer Gabler, 2.Aufl.

Digitalisierung – Journals/Artikel

1. Porter M. (12/2014). Die Vernetzte Wirtschaft – Das Internet der Dinge revolutioniert die Unternehmen. Harvard Business Manager. Ausgabe 12/2014, Hamburg: manager magazin Verlagsgesellschaft mbH
2. OECD (2013), Exploring Data-Driven Innovation as a New Source of Growth: Mapping the Policy Issues Raised by „Big Data“, OECD Digital Economy Papers, No. 222, OECD Publishing
3. Yang Lu, Papagiannidis S., & Alamanos E., (2018). Internet of Things: A systematic review of the business literature from the user and organisational perspectives, Technological Forecasting and Social Change, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.01.022>.

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen können die Bedeutung von Digitalisierung wiedergeben und aktuelle Entwicklungen und Trends, aber auch Risiken im Bereich der Digitalisierung benennen und in den Gesamtkontext der Wertschöpfungskette einordnen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen können Potenziale von digitalen Lösungen erkennen und diese im Hinblick auf den Nutzen und Risiken bewerten. Sie können in Teams Konzepte für Unterstützung durch Digitalisierung entwickeln und interpretieren.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Ergebnisse zu präsentieren und ihre entwickelten Konzepte zu verteidigen.

Modul: Market Insight Excellence

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	08
Modultitel:	Market Insight Excellence
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. Steffen Jäckle
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	Market Insight Excellence -, Konzept, Umsetzung & Bedeutung m. Entrepreneurship <ul style="list-style-type: none"> • Marktsegmentierung, - Abgrenzung, - Größe, - Entwicklung • Zielgruppe: Consumer Centricity, Bedürfnisse & Verhalten • User Experience & Design
Veranstaltungen:	7675 Market Insight Excellence
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen Marketing und Vertrieb)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	-Vorlesung u. Vorlesungsskript -Duchowski: Eye Tracking Methodology, 2nd edition, Springer (2007) -Holmqvist et al.: Eye Tracking. A comprehensive guide to methods and measures, Oxford University Press (2011) -Bergstrom, Schall: Eye Tracking in User Experience Design, Elsevier (2014) -Fahrmeir et al.: Statistik. Der Weg zur Datenanalyse, 8. Auflage, Springer (2016) -Montgomery, Runger: Applied Statistics and Probability for Engineers, 6th edition, Wiley (2014)

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Elemente von Market Insight zu erläutern. Sie können die Bedeutung und Vorgehensweise erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten das Konzept "Market Insight" kritisch zu hinterfragen und Problemstellungen zu beantworten.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Konzepte für i) neue Geschäftsmodelle ii) Produkte iii) Dienstleistungen zu entwerfen. Diese genügen den Anforderungen der Praxis und sind mit wissenschaftlichen Methoden hergeleitet.

Modul: Business Development & Produkt Management

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	09
Modultitel:	Business Development & Produkt Management
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Business Development und Produkt Management: (Business Development umfasst hierbei die Entwicklung neuer Geschäftsfelder sowie die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produkt- und Dienstleistungsstrategie, Portfoliostrategie • Prozessmodelle, Methoden und Techniken des New Business Developments • Methoden und Techniken im Produktlebenszyklus Management (Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder) • Organisationsmodelle, interdisziplinäre Schnittstellen und Kompetenzen des Produktmanagements als Unternehmer im Unternehmen • Praxisbeispiele und Fallstudien <p>Die vermittelten theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung werden anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien reflektiert. Der aktuelle Stand der Wissenschaft und der damit verbundene praktische Nutzen wissenschaftlicher Befunde wird kritisch diskutiert</p>
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen Marketing und Vertrieb)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage die Gestaltungsmerkmale des Business Developments zu erläutern. Sie können ferner die Aufgaben, Prozesse und Methoden des unternehmerisch denkenden und handelnden Produktmanagers entlang des Produktlebenszyklus erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das methodische Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten, Problemstellungen des Business Developments zu beantworten, insbesondere aus der Perspektive des unternehmerisch denkenden (entrepreneurial) Produktmanagers.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, neue unternehmerische Gelegenheiten bzgl. Produkten, Dienstleistung und/oder Geschäftsmodellen zu erkennen und zu bewerten. Dies eingesetzte Vorgehensweise und Methodik genügen den Anforderungen der Praxis und sind mit wissenschaftlichen Erkenntnissen unterlegt.

Modul: Sales Excellence

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	10
Modultitel:	Sales Excellence
Modulverantwortliche/r:	Professorin Dr. rer. pol. Barbara Niersbach
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Das Modul "Sales Excellence" geht spezifisch auf Netzwerktransaktionen ein, die zwischen gewerblichen Akteuren stattfinden und Business-Märkte kennzeichnen. Der Fokus liegt dabei sowohl auf Industriegüter- als auch auf Dienstleistungsmärkten. Durch die gleichzeitige Behandlung von Beschaffungsprozessen auf Kundenseite und Marketing-/Vertriebsprozessen auf Anbieterseite wird die Interdependenz beider Konzepte herausgestellt. Ein weiterer Fokus liegt auf Fragen der Distribution mit dem Schwerpunkt Key Account Management. Dieses Themenfeld der Sales Excellence wird um Aspekte des organizational und intercultural behaviors ergänzt. Alle Aspekte der "Sales Excellence" werden mit theoretischen Konstrukten und praxisnahen Beispielen, die die aktuellen Herausforderungen des Marktes beleuchten, vorgestellt. "Sales Excellence" - Konzept, Umsetzung & Bedeutung m. Entrepreneurship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Business as Networks # Business to Business Marketing & Purchasing • Sales and Key Account Management • Organizational and intercultural behavior
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen Marketing und Vertrieb)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Klausur oder Praktische Arbeit
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Elemente von "Sales Excellence" zu erläutern. Sie können die Bedeutung u. Vorgehensweise erklären.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen sowie die konzeptionellen Fähigkeiten das Konzept "Sales Excellence" kritisch zu hinterfragen und Problemstellungen zu beantworten.

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Konzepte für i) Netzwerkstrukturen ii) Vertriebsstrukturen iii) organizational and intercultural behavior zu entwerfen. Diese genügen den Anforderungen der Praxis und sind mit wissenschaftlichen Methoden hergeleitet.

Modul: Supply Chain Management

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	11
Modultitel:	Supply Chain Management
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. pol. Nils Hagen
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">• SRM• Strategischer Einkauf• CRM /ECR• After Sales Service und Service Logistik• Supply Chain Controlling und Wertbeitrag der Supply Chain• Informationssysteme in Supply Chain• Nachhaltigkeit im SCM
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen Logistikmanagement)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio oder Referat
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können die Zusammenhänge und Schnittstellen entlang der Supply Chain sowie die entsprechenden Prozesse und Planungsprobleme erläutern. Sie sind in der Lage Unternehmensprozesse zu erfassen, zu analysieren und zu optimieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen verfügen über das Fachwissen und konzeptionelle Fähigkeiten Unternehmensprozesse zu hinterfragen, neu zu entwerfen und hierbei auch Ihre Arbeit zu hinterfragen. Sie können die hohe Komplexität von modernen Supply Chain Systemen selbständig durchdringen, analysieren und optimieren. Sie können die Auswirkung Ihrer Arbeit auf die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen, die Arbeitnehmer sowie die jeweilige Gesellschaft entsprechend reflektieren.

Modul: Operations Management

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	12
Modultitel:	Operations Management
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr.-Ing. Heiner Smets
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">• Operations Strategy• Produkt- & Service Design• Prozessdesign und Wertschöpfungsstrukturen (inkl. Make or Buy)• Standortplanung• Demand Planning• Revenue Management
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen Logistikmanagement)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können die Zusammenhänge und Schnittstellen des Operations Managements sowie die entsprechenden Prozesse und Planungsprobleme erläutern. Sie können Unternehmensprozesse erfassen, analysieren und optimieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die hohe Komplexität von Prozessen, Abläufen und Ressourcen in modernen Unternehmen selbständig durchdringen, analysieren und optimieren. Sie können die Auswirkung ihrer Arbeit auf die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen, die Belegschaft sowie die jeweilige Gesellschaft entsprechend reflektieren. Sie verfügen über das Fachwissen und konzeptionelle Fähigkeiten Unternehmensprozesse zu hinterfragen, neu zu entwerfen und hierbei auch Ihre Arbeit zu hinterfragen.

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	13
Modultitel:	Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. oec.publ.habil. Gerhard Krönes
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<ul style="list-style-type: none">- Themenabgrenzung- Recherche und Materialauswahl- Materialauswertung und Plagiatvermeidung- Gliederungserstellung- Ergebnisdarstellung
Veranstaltungen:	7670 Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	Vorlesungskript

Kompetenzstufen

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können methodische Elemente wissenschaftlichen Arbeitens darstellen.

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, sich mittels Recherche einen Überblick über ein Themengebiet zu verschaffen. Sie können in dem vorgefundenen Material für das Thema Wesentliches auswählen und verwerten. Sie sind arbeitsorganisatorisch befähigt, korrekte Quellenangaben vorzubereiten. sind in der Lage, mittels Verwertung des ausgewählten Materials ein eigenes Verständnis des Themas zu entwickeln und zielführende Bearbeitungsideen zu generieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, ihre erarbeiteten Erkenntnisse zu strukturieren und in einem Vortrag, in Diskussionen und in einer schriftlichen Ausarbeitung unter zeitlicher und/oder räumlicher Begrenzung zu präsentieren.

Modul: Wahlmodul

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	14
Modultitel:	Wahlmodul
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. pol. Andreas Schmidhöfer
Art des Moduls:	Wahl
Inhalt des Moduls:	Als Wahlmodule können nur Module gewählt werden, die inhaltlich von den Pflichtmodulen und anderen belegten Wahlmodulen deutlich verschieden sind.
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Die Studierenden belegen im festgelegten Umfang Wahlmodule. Eine Liste mit möglichen Fächern für dieses Modul wird jedes Semester per Aushang bekannt gegeben. Dort wird auch die Art der Prüfungsleistung veröffentlicht.
ECTS-Leistungspunkte:	5 Die im Wahlfachbereich geforderte Zahl von Credits kann gegebenenfalls überschritten werden. Dies ist dann der Fall, wenn die Studierenden zum Erreichen der geforderten Zahl von Credits noch ein weiteres Modul benötigen. Alle anderen von den Studierenden frei gewählten Module sind Zusatzmodule. Sie werden nicht in die Berechnung der Gesamtnote einbezogen, aber auf Antrag im Zeugnis gegebenenfalls mit Note aufgeführt.
Benotung:	Wahlmodule müssen in der Regel benotet sein.
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen können in den ausgewählten Wahlfächern Zusammenhänge zum Unternehmerischen Handeln herstellen und diese beschreiben und anwenden.

Modul: Masterseminar und -thesis

Studiengang:	BWU
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	15
Modultitel:	Masterseminar und -thesis
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Masterthesis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbständige, wissenschaftliche Recherche und Problemanalyse • Strukturierung eines Forschungsthemas im wissenschaftlichen Umfeld • Selbständige, ergebnisorientierte Bearbeitung auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse • Beurteilung wissenschaftlicher Erkenntnisse • Finden von Problemlösungen auf der Basis der wissenschaftlichen Erkenntnisse
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	
Voraussetzungen für die Teilnahme:	<p>Bachelorabschluss Betriebswirtschaftslehre</p> <p>Die Master-These darf erst durchgeführt werden, wenn die oder der Studierende mindestens 50 Credits erworben hat. Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Master-These sind vom Aufgabensteller so zu begrenzen, dass der Arbeitsaufwand 20 Credits entspricht. Die Arbeit ist spätestens sechs Monate nach dem Ausgabetag im Prüfungsamt der Hochschule Ravensburg-Weingarten abzugeben. Es gelten die Regelungen des § 10 des Allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge der Hochschule Ravensburg-Weingarten in der jeweils gültigen Fassung.</p>
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Master-These
ECTS-Leistungspunkte:	10
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	

Kompetenzstufen

Bemerkungen:

Der konsekutive Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln baut auf dem Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre und Management auf. Näheres regelt die Zulassungssatzung der Hochschule. Es wird der Abschluss Master of Arts vergeben. Der Studiengang ist ein Vollzeitstudium. Es umfasst drei Semester und schließt mit der Master-Thesis ab. Die Vorlesungen werden im allg. in jährlichem Turnus in deutscher oder englischer Sprache angeboten. Für den erfolgreichen Abschluss des Masterstudiengangs sind die in Tabelle 1 §39 SPO aufgeführten Module mit den zugehörigen Prüfungsleistungen im Umfang von 90 ECTS erforderlich. Die Anzahl der ECTS-Leistungspunkte pro Modul sind in Tabelle 1 §39 SPO aufgeführt.

Die für den erfolgreichen Abschluss zu erbringenden Prüfungsleistungen sind in Tabelle 1 aufgeführt.

Wiederholungsprüfungen sind gemäß § 6 Abs. 3 Allgemeiner Teil der Studien- und Prüfungsordnung, sofern möglich, im folgenden Semester zu absolvieren. Praktische Prüfungselemente im Rahmen von Portfolioprüfungen, die ggf. im Folgesemester nicht angeboten werden, können nur in dem Turnus erbracht werden, in dem die Veranstaltung auch stattfindet. In diesem Fall sollen dann auch die anderen Prüfungselemente im entsprechenden Semester geleistet werden. Bereits erbrachte praktische Prüfungselemente können seitens der Lehrenden im Folgesemester angerechnet werden, sofern diese weiterhin Bestandteil der jeweiligen Portfolioprüfung sind.

Die Studierenden können in Absprache mit dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses ausgewählte Module an ausländischen Hochschulen absolvieren. Die Prüfungsleistung zu den Modulen wird von der ausländischen Hochschule festgelegt. Die Qualitätssicherung seitens der Hochschule Ravensburg-Weingarten erfolgt über Learning Agreements. Die Anrechnung der im Ausland von an der Hochschule Ravensburg-Weingarten immatrikulierten Studierenden erbrachten Studienleistung erfolgt gemäß der Richtlinie für die Anerkennung von im Ausland erbrachten Studienleistungen an der Hochschule Ravensburg-Weingarten immatrikulierter Studierender in ihrer jeweils gültigen Fassung.

Gültig ab: WS18/19