

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 Module

Masterstudium

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

Modul: Unternehmerisches Handeln

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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 aus Gruppenarbeit mit Referaten sowie Ausarbeitung, bei gleicher Gewichtung der beiden Anteile
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:	<p>Fueglistaller et. al., Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven, Springer 2015</p> <p>Osterwalder et. al., Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus 2011</p> <p>Wirtz, Business Model Management: Design - Instrumente - Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen, Springer 2017</p>

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. Des weiteren sind sie in der Lage, ihre Kenntnisse nutzen und zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen anwenden.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Geschäftsmodelle im Team zu entwickeln und so, wie in der Praxis erforderlich, konzeptionell zu arbeiten.

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 Geschäftsentwicklung umzugehen. Dadurch sind sie befähigt, mögliche Zielkonflikte der Entscheidungen zu bewerten bzw. aufzulösen und erfolgsorientiert zu entscheiden.

Modul: Strategie und Führung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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: Klausur und Hausarbeit jeweils gleich gewichtet.
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:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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 bearbeiten die Studierenden folgende Aufgaben (Learning business by doing business):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Businessplan und Strategieentwicklung in simulierten Märkten • 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-/ Cashflow-Modells • Auswahl von Entscheidungsalternativen im Team • Vorbereiten geschäftspolitischer Entscheidungen. • Präsentieren und Vertreten der Planungsentscheidungen • Umsetzen der gewählten Alternativen in den kommenden Spielrunden • Analyse der Kennzahlen anhand simulierter Betriebsergebnisse nach der jeweiligen Planspielrunde • Erarbeiten von Handlungsoptionen aufgrund von Abweichungsanalysen
Veranstaltungen:	Managementsimulation
Lehr- und Lernformen:	Projektarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Bilanzierung, Unternehmensfinanzierung, Unternehmensplanung, umfassende volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Kenntnisse)
Verwendbarkeit des Moduls:	Finanzmanagement (Modul 6), Advanced Controlling (Modul 5), Strategie und Führung (Modul 2) und Unternehmerisches Handeln (Modul 1)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio: 20% Eingangsklausur, 40% Planungsinput, 40% Planungoutput, Präsenzplicht: 4 von 8 Spielrunden aufgrund des Präsentierens / Vertretens der Planungsentscheidungen (Planungsinputs als Teil-Prüfungsleistung), Attest-Pflicht bei Fehlzeiten aus wichtigem Grund
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	-

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Absolventinnen und Absolventen können die Elemente der Geschäftsplanung benennen. Sie sind mit dem Prozess und den Teilplänen der Unternehmensplanung vertraut.

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen können die Verflechtungen und wechselseitigen Abhängigkeiten in den Rechenwerken (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Cashflow-Rechnung) erläutern und auf die zukünftigen Entwicklungen anhand eines Praxisbeispiels adaptieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können qualitative und quantitative Urteile für unternehmerische Entscheidungen in wiederholtem Maße anhand von Markt-, Kennzahlen- und Abweichungsanalysen fällen. Dabei gilt es, Informationen kritisch 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 vorgegebenen Teams zu strukturieren und anzuwenden. Ziel ist es, komplexe betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Zeitdruck und in Arbeitssteilung herbeizuführen sowie sachorientiert, fundiert und argumentativ zu begründen / verteidigen.

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 zu bewerten, situationsadäquat zu lösen, eigenständige Ideen zu entwickeln und erfolgsorientiert zu entscheiden.

Modul: Innovationsmanagement

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	04
Modultitel:	Innovationsmanagement
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. nat. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Aktuelle Themen, wissenschaftliche Erkenntnisse und praxisnahe Herausforderungen des Innovationsmanagements</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestaltungselemente des Innovationsmanagements: Strategie, Organisation, Prozesse, "People" und Kultur• Innovation im Kontext von Business Ökosystemen 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 im Innovationsmanagement und der Entwicklung• Open Innovation und Cross-Industry Innovation• Aspekte des Innovationsmanagements im Kontext der Digitalisierung• Innovation und Nachhaltigkeit
Veranstaltungen:	7673 Innovationsmanagement
Lehr- und Lernformen:	Seminar, ergänzt durch Fallstudien und wissenschaftlichen Publikationen
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 Arbeitsaufwand von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	siehe LSF

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Gestaltungselemente des Innovationsmanagements in ihrer fachlichen und anwendungsbezogenen Tiefe interpretieren und können unterschiedliche Lehrmeinungen benennen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können das erworbene Wissen zu aktuellen Erkenntnissen des Innovationsmanagements auf die Entwicklung eigener Konzepte übertragen und diese in einer fachlichen Tiefe kritisch diskutieren und reflektieren.

Wissensverständnis

Die Studierenden können praxisbezogene sowie wissenschaftliche Problemstellungen des Innovationsmanagements identifizieren und mit fachlicher Plausibilität basierend auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft Lösungsansätze entwickeln

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können fachlich komplexere Methoden der Generierung und Umsetzung von Ideen auf aktuelle Frage- und Problemstellungen der Praxis anwenden. Sie können in Teams praxisbezogene Projekte des Innovationsmanagements eigenständig durchführen und sich bei Bedarf weiteres Wissen aneignen zur Analyse und zur Lösung entsprechender Problemstellungen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden interpretieren und erläutern aktuelle Forschungsergebnisse im Kontext des erworbenen Wissens. Sie können basierend auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft neue Forschungsfragestellungen ableiten.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Vertretern aus unterschiedlichen Disziplinen der Wissenschaft und der Unternehmen ihre Lösungsansätze zu präsentieren, diese zu verteidigen sowie alternative Lösungsansätze kritisch zu bewerten und konstruktiv einzubinden.

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. Sie sind somit in der Lage, gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Treiber aber auch Implikationen von Innovationen in Bezug auf ihr eigenes berufliches Handeln zu reflektieren.

Modul: Advanced Controlling

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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 • Kapitalstruktur und Unternehmenswert
Veranstaltungen:	7796 Finanzmanagement
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:	Managementsimulation (Modul 3)
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio: 30% (Gruppen-) Präsentation, 20% Handout, 50% Klausur (45 Minuten), Präsenzplicht bei „Interview mit einem Banker“ mit Attest-Pflicht bei Fehlzeiten aus wichtigem Grund
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Wintersemester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> • Brealey, Myers, Marcus, Fundamentals of Corporate Finance, McGraw-Hill Education, aktuelle Auflage • Bösch, Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, Verlag Franz Vahlen, aktuelle Auflage • Romeike und Hager, Erfolgsfaktor Risiko-Management 3.0. Methoden, Beispiele, Checklisten. Praxishandbuch für Industrie und Handel, aktuelle Auflage.

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Studierende können die Methoden der Investitionsplanung und -entscheidung erläutern. Sie sind dabei in der Lage, Besonderheiten und Grenzen zu interpretieren.

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage Methoden der Unternehmensbewertung anwendungsorientiert zu formulieren und die Auswirkungen der Kapitalstruktur auf den Unternehmenswert kritisch zu diskutieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen führen anwendungsorientierte Finanzanalysen selbständig durch. Studierende sind für finanzwirtschaftliche Risiken sensibilisiert, kennen den Risikokreislauf und können sowohl Risikobeurteilungen für ausgewählte unternehmerische Fragestellungen vornehmen als auch Risikoinstrumente situationsadäquat einsetzen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen für eine moderne Finanzierungsform eigenverantwortlich. Sie können dazu die wesentlichen Thesen herausarbeiten, gegenüber Kommilitoninnen und Kommilitonen verteidigen und kritisch reflektieren.

Sie können Finanzinformationen für Kapitalbeschaffungen aufbereiten, interpretieren und sich argumentativ gegenüber potenziellen Kapitalgebern in neuen und unvertrauten Situationen verteidigen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Studierende können den Zusammenhang zwischen unternehmerischem Handeln und dem Finanzmanagement erfassen und erläutern sowie Wechselwirkungen zu anderen betrieblichen Funktionen und betriebswirtschaftlichen Disziplinen herstellen und beurteilen.

Modul: Digitalisierung

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	07
Modultitel:	Digitalisierung
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. nat. Frank Ermark
Art des Moduls:	Pflicht
Inhalt des Moduls:	<p>Übersicht über mögliche digitale Konzepte und damit verbundene Digitalisierungsoptionen und Digitalisierungsstrategien, eingebettet in eine Geschäftsmodell Logik.</p> <p>Bearbeitung und Diskussion von Referenzfallstudien aus unterschiedlichen Industrien mit den Zielen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Digitalisierungspotenziale zu erfassen und zu erschließen• Verständnis und Bewertung von digitalen Technologien und Lösungen• Ökonomischer und gesellschaftlicher Nutzen von Digitalisierung bewerten <p>Bearbeitung und Diskussion aktueller Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung, bspw.:</p> <ul style="list-style-type: none">• IT Technologien und Architekturen• Beispiele für die Objekte der Digitalisierung, wie Produkte, Dienstleistungen, Prozesse oder die Schnittstelle zum Kunden
Veranstaltungen:	7674 Digitalisierung
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen der BWL, technologisches Grundverständnis)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio Prüfung (70% Projektausarbeitung/Präsentation, 30% Projektmanagement)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Arbeitsaufwand von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	siehe LSF

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

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.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können das erworbene Wissen zu aktuellen Erkenntnissen aus Bereichen der Digitalisierung auf die Entwicklung eigener Konzepte und Ideen übertragen und diese kritisch diskutieren und reflektieren.

Wissensverständnis

Die Studierenden können praxisbezogene sowie wissenschaftliche Problemstellungen im Umfeld der Digitalisierung mit fachlicher Plausibilität lösen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können Potenziale von digitalen Lösungen erkennen und diese im Hinblick auf den Nutzen und Risiken bewerten. Sie können in Teams praxisbezogene Projekte der Digitalisierung eigenständig durchführen und sich bei Bedarf weiteres Wissen aneignen zur Analyse und zur Lösung entsprechender Problemstellungen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden interpretieren und erläutern aktuelle Forschungsergebnisse im Kontext des erworbenen Wissens. Sie können basierend auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft neue Forschungsfragestellungen ableiten.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Vertretern aus unterschiedlichen Disziplinen der Wissenschaft und der Unternehmen ihre Ergebnisse zu präsentieren, ihre entwickelten Konzepte zu verteidigen sowie alternative Lösungsansätze kritisch zu bewerten und konstruktiv einzubinden.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Das fachkundige Wissen über Konzepte und Gestaltungselementen der Digitalisierung ermöglicht es den Studierenden deren praktische Nutzbarmachung eigenständig und unter Beachtung der Chancen aber auch der Risiken voranzutreiben, um so ihre eigene und die gesellschaftliche Zukunft aktiv und reflektiert zu gestalten.

Modul: Market Insight Excellence

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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 <ul style="list-style-type: none"> • Consumer Centricity, Bedürfnisse & Verhalten • User Experience & Design
Veranstaltungen:	7675 Market Insight Excellence
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung mit Übungsanteilen und Studie Durchführung & Auswertung
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Grundlagen Marketing und Marktforschung)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und Unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio Anteil - Präsentation 50% - Seminararbeit 50%
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

Wissensverbreiterung

Absolventinnen und Absolventen können die zentralen Begriffe von Market Insight wiedergeben.

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen können Sachverhalte formulieren, entsprechende Beispiele anführen, Aufgabenstellungen interpretieren und Probleme in eigenen Worten zusammenfassen.

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen können Sachverhalte erläutern, präsentieren und interpretieren

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.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen tauschen sich aus, argumentieren und begründen die gewonnenen Insights in Ihren Studienteams

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen können die eigenen Fähigkeiten einschätzen

Modul: Business Development & Produkt Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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 Developments und Produktmanagement etablierter Unternehmen (im Gegensatz zu Start-ups) mit dem Schwerpunkt der B2B Märkte. Business Development umfasst hierbei die Entwicklung neuer Geschäftsfelder sowie die Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder.</p> <p>Beispiele für Themenfelder:</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, Einordnung in den Kontext des Business Developments <p>Die vermittelten theoretischen Grundlagen und empirischen Befunde der aktuellen Forschung werden anhand von internationalen Praxisbeispielen und Fallstudien reflektiert.</p>
Veranstaltungen:	7798 Business Development und Produktmanagement
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung, ergänzt durch die Bearbeitung und Diskussion praktischer Fallbeispiele aus der Industrie
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss (Unternehmensprozesse und –organisation, Grundlagen des Marketings und Vertriebs)
Verwendbarkeit des Moduls:	BWL und unternehmerisches Handeln
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Portfolio (50% Präsentation, 50% Klausur K60)
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Arbeitsaufwand von 30 Stunden je ECTS ausgegangen.
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Jedes Semester
Literatur:	siehe LSF

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können ergänzende oder vertiefte Gestaltungselemente des Marketings und Vertriebs benennen, die aus den Vorlesungsinhalten zu Business Development und Produktmanagement abgeleitet sind.

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage die Gestaltungsmerkmale des Business Developments in einer angemessenen Tiefe zu beschreiben. Sie können ferner die Aufgaben, Prozesse und Methoden des unternehmerisch denkenden und handelnden Produktmanagers entlang des Produktlebenszyklus erklären und auf das Business Development übertragen.

Wissensverständnis

Die Studierenden können praxisbezogene sowie wissenschaftliche Problemstellungen des New Business Developments im Kontext bestehender Unternehmen identifizieren und mit fachlicher Plausibilität basierend auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft Lösungsansätze entwickeln

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 im Sinne eines Corporate Entrepreneurships zu beantworten, insbesondere aus der Perspektive des unternehmerisch denkenden Produktmanagers.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden interpretieren und erläutern aktuelle Forschungsergebnisse im Kontext des erworbenen Wissens. Sie können basierend auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft neue Forschungsfragestellungen ableiten.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, zielgruppenorientiert ihre Lösungsansätze überzeugend zu präsentieren, diese zu verteidigen sowie mit Kritik konstruktiv und sachbezogen umzugehen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, neue unternehmerische Gelegenheiten bzgl. Produkten, Dienstleistung und/oder Geschäftsmodellen zu erkennen, zu bewerten und zu gestalten. Die eingesetzte Vorgehensweise und Methodik genügen den Standards eines professionellen und selbstreflektierenden Handelns.

Sie sind somit in der Lage, gesellschaftliche sowie wirtschaftliche Auswirkungen ihrer Lösungsansätze im Rahmen des Business Developments zu reflektieren und falls notwendig, zu adaptieren.

Modul: Sales Excellence

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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>Dieses Modul vermittelt eine praxisorientierte Einführung in das Themengebiet Sales Excellence. Dies beinhaltet die Netzwerktransaktionen zwischen Hersteller- und Kundenfirma, die im Sinne der marktorientierten Kundenführung notwendig sind.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grundlagen Sales Excellence -Customer Relationship Management -Key Account Management -Customer Service Excellence -After Sales Service Excellence -Strategisches Netzwerkmanagement -Trust und Commitment -Praxiserfahrungen in Sales Excellence -Teamarbeit -Weiteres siehe LSF
Veranstaltungen:	Vorlesung, Praxisworkshops, Übungen
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung, Übungen, Literaturarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Zulassung zum Masterstudium und zur Prüfung
Verwendbarkeit des Moduls:	Es findet eine praxisorientierte Einführung mit wissenschaftlich fundierten Methoden in die Thematik statt.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Klausur oder praktische Arbeit
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen. Somit ergibt sich ein Arbeitsaufwand von 150 h, davon 48 Stunden für Lehrveranstaltungen und 102 h für das Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung)
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	siehe LSF

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Die Studierenden besitzen ein breites und fundiertes Wissen über Vertriebsprozesse- und aktivitäten.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können die wichtigsten Aktivitäten der Sales Excellence sowie die dazugehörigen Aktivitäten und Prozesse erläutern. Sie sind in der Lage, Schnittstellenmanagement zu definieren und haben tiefgehende Einblicke in die Faktoren Trust und Commitment erhalten.

Wissensverständnis

Die Studierenden können die Grundprinzipien eines marktorientierten Kundenmanagements erläutern. Sie verstehen die Herausforderungen des Schnittstellenmanagements sowohl in der Herstellerorganisation als auch zum Kunden hin.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Die Studierenden sammeln, bewerten und interpretieren die Informationen aus der Vorlesung und dem Praxistransfer und bekommen so ein Fundament, auf dessen Basis sie eigene Ideen zur Lösung der Herausforderungen im Sales Excellence-Alltag entwickeln können.

Wissenschaftliche Innovation

Die Veranstaltungen wird mit umfangreichen wissenschaftlichen Erkenntnissen aus dem Sales Excellence Bereich unterfüttert, vor allem im Bereich Key Account Management.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden erkennen Konfliktpotentiale in der Zusammenarbeit mit anderen relevanten Schnittstellen und reflektieren diese vor dem Hintergrund situationsübergreifender Bedingungen. Sie gewährleisten durch konstruktives, konzeptionelles Handeln die Durchführung von situationsadäquaten Lösungsprozessen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Das fachkundige praxisorientierte sowie akademische Wissen über Sales Excellence ermöglicht es, die gewonnenen Erkenntnisse dezidiert weiterzuentwickeln.

Modul: Sales Excellence

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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>Dieses Modul vermittelt eine praxisorientierte Einführung in das Themengebiet Sales Excellence. Dies beinhaltet die Netzwerktransaktionen zwischen Hersteller- und Kundenfirma, die im Sinne der marktorientierten Kundenführung notwendig sind.</p> <p>Hauptinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Sales Excellence - Customer Relationship Management - Key Account Management - Customer Service Excellence - After Sales Service Excellence - Strategisches Netzwerkmanagement - Trust und Commitment - Praxiserfahrungen in Sales Excellence - Teamarbeit - Weiteres siehe LSF
Veranstaltungen:	Vorlesung, Praxisworkshops, Übungen
Lehr- und Lernformen:	Vorlesung, Übungen, Literaturarbeit
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Zulassung zum Masterstudium und zur Prüfung
Verwendbarkeit des Moduls:	Es findet eine praxisorientierte Einführung mit wissenschaftlich fundierten Methoden in die Thematik statt.
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Klausur oder praktische Arbeit
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	ja
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen. Somit ergibt sich ein Arbeitsaufwand von 150 h, davon 48 Stunden für Lehrveranstaltungen und 102 h für das Selbststudium (Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung)
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	siehe LSF

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Die Studierenden besitzen ein breites und fundiertes Wissen über Vertriebsprozesse- und aktivitäten.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können die wichtigsten Aktivitäten der Sales Excellence sowie die dazugehörigen Aktivitäten und Prozesse erläutern. Sie sind in der Lage, Schnittstellenmanagement zu definieren und haben tiefgehende Einblicke in die Faktoren Trust und Commitment erhalten.

Wissensverständnis

Die Studierenden können die Grundprinzipien eines marktorientierten Kundenmanagements erläutern. Sie verstehen die Herausforderungen des Schnittstellenmanagements sowohl in der Herstellerorganisation als auch zum Kunden hin.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Die Studierenden sammeln, bewerten und interpretieren die Informationen aus der Vorlesung und dem Praxistransfer und bekommen so ein Fundament, auf dessen Basis sie eigene Ideen zur Lösung der Herausforderungen im Sales Excellence-Alltag entwickeln können.

Wissenschaftliche Innovation

Die Veranstaltungen wird mit umfangreichen wissenschaftlichen Erkenntnissen aus dem Sales Excellence Bereich unterfüttert, vor allem im Bereich Key Account Management.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden erkennen Konfliktpotentiale in der Zusammenarbeit mit anderen relevanten Schnittstellen und reflektieren diese vor dem Hintergrund situationsübergreifender Bedingungen. Sie gewährleisten durch konstruktives, konzeptionelles Handeln die Durchführung von situationsadäquaten Lösungsprozessen.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Das fachkundige praxisorientierte sowie akademische Wissen über Sales Excellence ermöglicht es, die gewonnenen Erkenntnisse dezidiert weiterzuentwickeln.

Modul: Supply Chain Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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:	<p>Supplier Relationship Management im globalen Kontext, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einordnung und Positionierung von Einkauf und Beschaffung im Unternehmensumfeld bzw. im Supply Chain Management • Ausprägung und Bewertung unterschiedlicher Strategien in Einkauf und Beschaffung • Gestaltung der operativen Prozesse der Beschaffungslogistik vor dem Hintergrund unterschiedlicher Einkaufsstrategien • Instrumente des strategischen Einkaufs, insbesondere des Lieferantenmanagements und der Lieferantenbewertung • Organisation des Einkaufs und der Beschaffungslogistik in der Unternehmensstruktur <p>Distributionssysteme und –netze im Supply Chain Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design der Warenflussnetzwerke im Supply Chain Management • Gestaltung internationaler Supply Chains mithilfe des Supply Chain Operations Reference Models • Supply Chain Design für unterschiedliche Geschäftstypen (B2B, B2C, Produkt-, System- und Anlagengeschäft) • Service Supply Chain Management am Beispiel der industriellen, international ausgerichteten Serviceteilelogistik <p>Logistik- und Supply Chain Controlling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logistikprozesse mit Kennzahlen bewerten und steuern • Benchmarking von Logistiksystemen und -prozessen • Prozesskostenmanagement in der Logistik • Umsetzung von Logistikstrategien mit der Balanced Scorecard • Zusammenhang von Logistik und Unternehmenserfolg • Supply Chain- und Logistik-Risiken bewerten und steuern
Veranstaltungen:	
Lehr- und Lernformen:	V+Ü
Voraussetzungen für die Teilnahme:	
Verwendbarkeit des Moduls:	
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	Referat
ECTS-Leistungspunkte:	5
Benotung:	benotet
Arbeitsaufwand:	Es wird von einem Workload von 30 Stunden je ECTS ausgegangen. 4SWS Präsenz
Dauer des Moduls:	einsemestrig
Häufigkeit des Angebots:	Nur Sommersemester
Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> - Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, Pearson, Harlow - Schönsleben, P.: Integrales Logistikmanagement - Planung und Steuerung der umfassenden Supply Chain, Springer, Berlin et al. - Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, Vahlen, München - Wannowetsch, H.: Vernetztes Supply Chain Management - SCM-Integration über die gesamte Wertschöpfungskette, Springer, Berlin et al. - Weber, J.: Logistik- und Supply Chain Controlling - Werner, H.: Supply Chain Management, Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Springer, Berlin et al.

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensvertiefung

Die Teilnehmenden können Inhalte, systemische Aspekte und Strukturen im Supply Chain Management zusammenhängend darstellen.

Sie können selbstständig Inhalte im Kontext des SCM systemisch evaluieren und bewerten

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Die Teilnehmenden können systemische Aspekte und Strukturen im Supply Chain Management zusammenhängend bewerten mit Hilfe von geeigneten methodischen Ansätzen praxisrelevante Fragestellungen strukturiert analysieren, bewerten und optimieren.

Die Teilnehmenden können Bezüge zu nachhaltiger Unternehmensführung aus den Strukturen des Supply Chain Managements herausarbeiten und begründen.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden kommunizieren und kooperieren, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen.

Modul: Operations Management

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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, Lagerhaltungssysteme und Bestandsmanagement, -simulation)• 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 (50% Präsentation, 50% Projektarbeit)
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 aufbauend auf dem Wissen der Grundlagen des Logistikmanagements wichtige Aufgaben des Operations Managements benennen.

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen können eine der zentralen Aufgaben des Operations Managements, das Bestandsmanagement, skizzieren und in den Kontext der Materialwirtschaft einordnen. Sie können verschiedene Lagerhaltungssysteme darstellen und deren Wirkung mit Hilfe von Zeichnungen darstellen und quantitativ bemessen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können die Zusammenhänge und Schnittstellen des Operations Managements sowie Beispiele für Prozesse und deren Planungsprobleme erläutern. Sie können Unternehmensprozesse erfassen, analysieren und optimieren. Sie können anhand von Praxisbeispielen Lagerhaltungssysteme im Kontext des Bestandsmanagements simulieren und evaluieren. Sie führen softwaregestützt kleine Projekte durch.

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 anhand von Beispielen 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:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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:	<p>Wissenschaftliches Arbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Themenabgrenzung - Recherche und Materialauswahl - Materialauswertung und Plagiatvermeidung - Gliederungserstellung - Ergebnisdarstellung <p>empirische Sozialforschung:</p> <p>(1) quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsprozess - Erhebungsmethoden quantitativer Forschung - Fragebogenentwicklung - statistische Auswertung und Ergebnisinterpretation quantitativ erhobener Daten <p>(2) qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsprozess - Erhebungsmethoden qualitativer Forschung - Interviewführung - Auswertung qualitativ erhobener Daten
Veranstaltungen:	7670 Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Sozialforschung
Lehr- und Lernformen:	Seminar
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Bachelorabschluss
Verwendbarkeit des Moduls:	alle Module
Voraussetzungen Vergabe ECTS:	<p>Portfolioprüfung:</p> <p>(1) wissenschaftliches Arbeiten (50 %):</p> <p>40 % Literaturarbeit und Inhalt des Referats (insbesondere Literaturrecherche, -auswahl und -auswertung, Faktenauswahl, Argumentationslogik)</p> <p>40 % Hausarbeit (max. 6000 Zeichen)</p> <p>20 % Vortrag und Diskussion</p> <p>(2) empirische Sozialforschung (50 %): Klausur (30 Minuten)</p>
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:	Vorlesungsskript

Kompetenzstufen

Wissen und Verstehen

Wissensverständnis

Die Absolventinnen und Absolventen, sind in der Lage unterschiedliche Erhebungsmethoden (quantitativ als auch qualitativ) zu erklären und deren Verwendung in Bezug auf eine Forschungsfrage zu diskutieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können methodische Elemente wissenschaftlichen Arbeitens darstellen.

Absolventinnen und Absolventen können, in Abhängigkeit von der Forschungsfrage und in Reflektion der verschiedenen Erhebungsmethoden, ein eigenes Forschungsdesign entwickeln.

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.

Die Absolventinnen und Absolventen können Ergebnisse aus quantitativ und qualitativ erhobenen Daten generieren sowie die Ergebnisse in Bezug auf eine Forschungsfrage interpretieren und darstellen.

Kommunikation und Kooperation

Die Absolventinnen und Absolventen können eigene Forschungsergebnisse gegenüber Dritten beurteilen und begründen. Sie sind in der Lage, sich über Forschungsprozesse auszutauschen.

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.

Absolventinnen und Absolventen können Forschungsergebnisse nach wissenschaftlicher Güte bewerten und für die eigene Arbeit einschätzen.

Modul: Wahlmodul

Studiengang:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
Abschlussgrad:	Master of Arts (M.A.)
Modulnummer:	14
Modultitel:	Wahlmodul
Modulverantwortliche/r:	Professor Dr. rer. pol. Andreas Schmidthöfer
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:	Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln
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

Wissen und Verstehen

Wissensverbreiterung

Absolventinnen und Absolventen haben ihr bereits vorhandenes Wissen in einem gewählten Gebiet vertieft und können die entsprechenden Fachinhalte erklären und analysieren. Darüber hinaus stellen sie ihr erlerntes Wissen unter wirtschaftspraktischen als auch akademischen Gesichtspunkten dar und können diese mit wissenschaftlicher Literatur diskutieren.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen können ihr Wissen anwenden und das Anwendungsverfahren und / oder Anwendungsergebnis beurteilen.

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen können eigenständig weiterführende Fragestellungen und Problemfelder aus dem Themenbereich der Aufgabenstellung bearbeiten.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen können ihre Ergebnisse Fachvertretern unterschiedlicher Handlungsfelder adäquat darstellen und dabei die herausgearbeitete Innovation oder Handlungsempfehlungen argumentieren.

Wissenschaftliches / künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität

Absolventinnen und Absolventen entwickeln durch die umfassende, fachliche als auch wissenschaftliche, Vertiefung ihres Abschluss-themas eine Expertise und formen ihr berufliches Selbstbild.

Absolventinnen und Absolventen begründen ihre Forschungsergebnisse und können diese ethisch und gesamtgesellschaftlich reflektieren.

Gültig ab: WS19/20