

# MODULKATALOG

## STUDIENGANG

**Master Business Management & Development, M.A. (Vollzeitstudium)**

|  |            |
|--|------------|
| <b>Vorbemerkungen .....</b>  | <b>3</b>   |
| <b>Qualifikationsziele des Masterstudiengangs Business Management &amp; Development.....</b> | <b>5</b>   |
| <b>Ergänzende Hinweise .....</b>   | <b>8</b>   |
| <b>Abkürzungen.....</b>  | <b>9</b>   |
| <b>Modulübersichtstabelle.....</b>   | <b>10</b>  |
| <b>Studienablaufplan Master Business Management &amp; Development (Vollzeit).....</b>        | <b>13</b>  |
| <b>Ganzheitliche Organisationsgestaltung und Management .....</b>                            | <b>14</b>  |
| <b>Methoden ganzheitlicher Führung im Management .....</b>                                   | <b>19</b>  |
| <b>Ganzheitliches Management von KMU.....</b>  | <b>25</b>  |
| <b>Forschungsmethoden für das Management .....</b>   | <b>31</b>  |
| <b>Internationale Ökonomie und Management .....</b>  | <b>36</b>  |
| <b>Marktorientierte Führung internationaler Unternehmen.....</b>                             | <b>41</b>  |
| <b>General Management.....</b>   | <b>46</b>  |
| <b>Qualitätsmanagement.....</b>  | <b>53</b>  |
| <b>Prozessorientiertes Management .....</b>  | <b>59</b>  |
| <b>Wissensmanagement und -technologien.....</b>  | <b>67</b>  |
| <b>Praxis Forschungswerkstatt .....</b>  | <b>76</b>  |
| <b>Change Management .....</b>   | <b>81</b>  |
| <b>Angewandtes Projektmanagement .....</b>   | <b>86</b>  |
| <b>Psychologische Aspekte ausgewählter Managementbereiche.....</b>                           | <b>90</b>  |
| <b>Dynamische Entwicklungen in IT und Wirtschaft .....</b>                                   | <b>97</b>  |
| <b>Aspekte nachhaltigen Managements .....</b>  | <b>104</b> |
| <b>Master Thesis.....</b>  | <b>107</b> |

## Vorbemerkungen

Der Studiengang Master in Business Management & Development befähigt Absolventen<sup>1</sup> zu einer theoriegeleiteten und anwendungsorientierten Analyse von Führungs- und Organisationsaufgaben im Sinne anpassungsfähiger unternehmerischer Entscheidungen in Zeiten dynamischen Wandels der Wirtschaftswelt. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, unternehmerische Probleme aus einer systemischen Perspektive zu erkennen, zu analysieren und dabei Feedbackprozesse angemessen zu berücksichtigen. Ein charakteristisches Merkmal des Studiengangs ist, dass das dafür notwendige Spektrum funktionaler sowie behavioristischer Ansätze ebenbürtig Berücksichtigung findet. Dieser Ansatz eröffnet nicht nur Großunternehmen, sondern insbesondere auch kleinen und mittleren Unternehmen Chancen auf nachhaltige Wettbewerbsvorteile.

Zielgruppe des Studiengangs sind Bachelorabsolventinnen und -absolventen mit einem Hochschulabschluss im Studiengang Business Administration/BWL oder einem verwandten Studienfach. Die Zielgruppe umfasst neben Absolventinnen und Absolventen eines ersten grundständigen Studiums, die direkt an dieses anschließend ein Masterstudium absolvieren wollen, auch Studienabgänger mit erster Berufserfahrung. Für Angehörige der letzteren Gruppe ist speziell das duale Studium oder das Fernstudienmodell eine passende Option, da sie hier optimal ihren aktuellen Arbeitgeber miteinbeziehen können und dieser direkt von dem Wissenszuwachs durch das Studium profitieren kann.

Der Komplexität einer sich stetig dynamisierenden Wirtschaftswelt mit komplexen Umweltbedingungen trägt der Studiengang durch die enge Verzahnung betriebswirtschaftlicher Erkenntnisse mit transdisziplinären Erklärungsansätzen und forschungsmethodischem Wissen Rechnung. Die Vermittlung von Kenntnissen des systemischen Managements und somit ganzheitlichen Denkens in den wichtigsten berufsrelevanten und berufsmöglichen Bereichen versetzt die Studierenden in die Lage, kritisch und sachgerecht mögliche Problemlagen im Kontext eines Gesamtunternehmens zu erfassen und effektive führungs- und organisationsbezogene Lösungen zu identifizieren und umzusetzen. Dabei werden auch die psychologischen und ethisch-kulturellen Aspekte der Organisationsgestaltung sowie notwendige Veränderungsprozesse und Methoden ganzheitlicher Führung im Sinne von Coaching und Beratung einbezogen. Fach- und Führungskräfte stehen vor immer komplexeren Strukturen und Aufgaben, die es in Unternehmen zu lösen gilt.

In den ersten drei Semestern des Studiengangs liegt der Schwerpunkt auf der Vermittlung betriebswirtschaftlicher Kenntnisse aus den Teildisziplinen Management dynamischer Märkte, während das vierte Semester zur Anfertigung der Master Thesis genutzt wird. Die studiumsintegrierte Förderung von Managerial Skills wird ergänzt durch Veranstaltungen zu psychologischen, sozialen, ethischen und interkulturellen Kompetenzen. Die Absolventen müssen in den spezifischen Funktionsbereichen des Managements nicht nur über die jeweils fachlichen Kompetenzen bei der Aufgabendurchführung verfügen, sondern auch wesentliche analytische Fähigkeiten zur Lösung von Problemen in Organisation, Planung und Kontrolle beherrschen. Durch die Zusammenarbeit mit kleinen und mittleren Unternehmungen bei der Entwicklung von Curriculum und Studienplan sowie der Kooperation und Verzahnung in den Praxispro-

<sup>1</sup> Alle verwendeten Begriffe und Funktionsbezeichnungen gelten für alle Geschlechter gleichermaßen.

jekten des Masterstudiengangs Business Management & Development sind auch deren anwendungsorientierten Anforderungen in den Studieninhalten berücksichtigt.

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sind überwiegend sowohl in etablierten Dienstleistungsbetrieben und kleinen und mittelständischen Unternehmen als auch in Start-Up Unternehmen tätig.

## **Qualifikationsziele des Masterstudiengangs Business Management & Development**

Der Masterstudiengang Business Management & Development befähigt die Absolventen zu einer theoriebasierten, praxisorientierten Analyse von Organisations- und Leitungsproblemen auf der Führungsebene von Unternehmen aus ganzheitlicher Sicht. Den Absolventen wird die Fähigkeit vermittelt, integrierte Lösungsstrategien für diese Probleme zu identifizieren und in unternehmerischen Entscheidungen umzusetzen. Der Komplexität dieser Aufgabe trägt der Studiengang durch eine ganzheitliche Betrachtung der Unternehmen aus ablauf- und aufbauorganisatorischer Perspektive Rechnung, unter Berücksichtigung der Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologie und der kulturellen Herausforderungen einer globalisierten Wirtschaft.

Die Studierenden lernen sich durch eine Vertiefung ihrer theoretischen Basis, branchenunabhängig in komplexen, strategischen und international ausgerichteten Handlungsfeldern der Unternehmensführung zu behaupten. Sie sind in der Lage, Aufgaben und Problemstellungen systemisch und zielorientiert zu erkennen und situationsadäquate Lösungen für das Management zu entwickeln.

### **Fachliche Qualifikationsziele**

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, funktionsübergreifende Beziehungen von Unternehmen und deren Ausgestaltung in Abhängigkeit von inner- und außerbetrieblichen Entscheidungen zu erfassen, sowie Interdependenzen zwischen dem System Unternehmen und anderen Systemen zu identifizieren. Sie werden befähigt, Aufgaben, Prozesse und Strukturen von Unternehmen und deren Funktionsbereiche zu analysieren und entlang der Wertschöpfungskette zu optimieren. Dementsprechend werden Instrumente der strategischen Unternehmensführung ebenso vermittelt, wie Methoden der ganzheitlichen Führung und Organisationsgestaltung, des Change Management und Aspekte nachhaltigen Managements. Dies sind wichtige Voraussetzungen, um identifizierte Wachstumspotentiale des Unternehmens in Konzepten des geplanten Organisationswandels zu mobilisieren. Solche ganzheitlichen Problemlösungsmethoden ermöglichen die Entwicklung neuer Unternehmensleitbilder und innovativer Strategien, um sich in einem schnell wandelnden Marktumfeld zu behaupten. Damit erweitern die Studierenden nicht nur ihr betriebswirtschaftliches Fachwissen, sondern auch ihre Kompetenzen und analytischen Fähigkeiten (Management Skills, Methoden- und Forschungskompetenz, soziale Kompetenz).

### **Überfachliche Qualifikationsziele**

Die Studierenden werden befähigt, betriebswirtschaftliche Lenkungs- und Leitungsprobleme auf der Führungsebene von Unternehmen zu identifizieren, mögliche Lösungsstrategien zu entwickeln, Handlungsalternativen kritisch zu beurteilen und auf dieser Grundlage eigenständige unternehmerische Entscheidungen zu treffen. In den Wahlpflichtmodulen wird Spezialwissen von Managementproblemen in dynamischen Märkten ausgewählter Bereiche vertieft. Darüber hinaus wird die Sozialkompetenz der Studierenden erweitert und dabei insbesondere die Fähigkeit zu Selbstmanagement und Teamarbeit ausgeprägt. Zudem verbreitern die Studierenden durch die Erweiterung wissenschaftlicher Inhalte ihre

Methodenkenntnisse und analytischen Fähigkeiten, etwa durch anwendungsorientierte und eigenständig durchgeführte Praxis- und Forschungsprojekte.

Indem die Studierenden zu interkultureller Kommunikation befähigt werden, erhalten sie die Kompetenz, adäquat auf sich schnell wandelnde wirtschaftliche Situationen im internationalen Kontext und auf daraus resultierende berufliche Herausforderungen globalisierter Arbeitsmärkte zu reagieren.

Durch die Vermittlung moderner Instrumente der Informations- und Kommunikationstechnologie zur Unterstützung des Managements ist es den Absolventen möglich, konkrete Lösungsansätze zu präsentieren und diese in strategische Entscheidungen und Maßnahmen effektiv und nachhaltig umzusetzen.

## Schlüsselkompetenzen

Durch die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen erhalten die Studierenden Kenntnisse, die sie zusätzlich zu dem erworbenen Fachwissen für ihre spätere Berufstätigkeit qualifizieren. Der Masterstudiengang Business Management & Development sieht für die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen folgende Kompetenzbereiche vor:

- Methodische Kompetenzen. Dazu zählen beispielsweise Methoden ganzheitlicher Führung, qualitative und quantitative Methodenkompetenz, IT-Kompetenz, die Kompetenz zur selbständigen Aneignung von Lerninhalten sowie die Fähigkeit zur Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte
- Forschungskompetenz durch Forschungsorientierung in der Lehre und eigenständige wissenschaftliche Forschung mit hoher Anwendungsorientierung.
- Fachübergreifende Zusatzqualifikationen, das heißt fachbezogene Kenntnisse, die in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen praktisch bedeutsam sind und interdisziplinäres Denken erlauben. Dazu zählen beispielsweise psychologische Perspektiven für das Management, Aspekte eines nachhaltigen Managements in Bezug auf CSR, Ethik und interkulturelle Kommunikation oder systemisches Denken.

## Ergänzende Hinweise

Die Literaturangaben entsprechen dem Stand bei der Veröffentlichung der Modulkataloge. Es gilt die jeweils aktuelle Auflage der Literaturempfehlungen in den Modulen. Die Literaturangaben sind nach grundlegender und weiterführender Literatur untergliedert. Die Reihenfolge der Literaturquellen reflektiert ihre Bedeutung für die jeweiligen Module und Teilmodule.

Ist die gewählte Lehrsprache Englisch, dann sind die entsprechenden englischsprachigen Literaturangaben aus dem in dieser Sprache bereitgestellten Modulkatalog maßgeblich.

Eine Rubrik „Häufigkeit des Angebots“ wurde nicht in die Modulkataloge aufgenommen, da hier durchgehend „nach Bedarf“ gilt.

Prüfungsleistungen sind in §§ 7 und 8 der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge der HWTK definiert. Umfang und Formalia der in schriftlichen Arbeiten zu erstellenden Prüfungsleistungen ergeben sich aus der „Anleitung zum Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten“ in der jeweiligen vom Prüfungsausschuss verabschiedeten Fassung.



## Abkürzungen

|      |  |
|------|--|
| BWL  | Betriebswirtschaftslehre                       |
| DE   | Deutsch  |
| ECTS | European Credit Point Transfer System          |
| EN   | Englisch                                       |
| K    | Klausur [mit Angabe der Dauer in Minuten]      |
| KOL  | Kolloquium                                     |
| MA   | Masterarbeit/Master Thesis                     |
| BMD  | Master of Business Management & Development    |
| PM   | Pflichtmodul                                   |
| PRÄ  | Präsentation                                   |
| PROA | Projektarbeit                                  |
| REF  | Referat  |
| SA   | Seminararbeit                                  |
| SE   | Seminar  |
| Sem. | Semester                                       |
| TM   | Teilmodul/Teilmodule                           |
| TU   | Tutorium                                       |
| Typ  | Art des Teilmoduls [Art der Lehrveranstaltung] |
| Ü    | Übung  |
| UE   | Unterrichtseinheit                             |
| VL   | Vorlesung                                      |
| WP   | Wahlpflicht                                    |
| WPM  | Wahlpflichtmodul                               |

## Modulübersichtstabelle

| Module<br>und zugehörige Teilmodule  | Semester | Prüfungsleis-<br>tungen<br>bzw. -formen | Studentische Arbeitsbelastung<br>(in Zeitstunden) |                            | ECTS-<br>Punkte | Modulbe-<br>auftragte |
|--|----------|---|---|----------------------------|-----------------|-----------------------|
|  |          |   | Kontaktzeit<br>(Lehrveranstaltungs-<br>stunden)   | Selbststudium<br>(Stunden) |                 |                       |
| <b>Organisationsgestaltung<br/>und Management</b>                            | 1        | K 90                                    | 60  | 120                        | 6               | P. Mantel             |
| Organisationstheorie   | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| Systemisches Management<br>und Organisationsberatung                         | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| <b>Methoden ganzheitlicher<br/>Führung im Management</b>                     | 1        | Kurzreferat<br>und Portfolio            | 60  | 120                        | 6               | G. Mielke             |
| Systemisches Coaching und<br>Führungskräfteentwicklung                       | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| Konfliktmanagement und<br>Mediation im Management                            | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| <b>Ganzheitliches Manage-<br/>ment von KMU</b>                               | 1        | Poster-<br>präsentation                 | 60  | 120                        | 6               | P. Mantel             |
| Management von KMU   | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| Praxisprojekt Dienstleis-<br>tungsmanagement                                 | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| <b>Forschungsmethoden<br/>für das Management</b>                             | 1        | –                                       | 60  | 120                        | 6               | G. Mielke             |
| Quantitative und qualitative<br>Methoden für Wirtschafts-<br>wissenschaftler | 1        | K 45                                    | 40  | 50                         |                 |                       |
| Statistische Methoden und<br>Instrumente                                     | 1        | Übungs-<br>aufgaben                     | 20  | 70                         |                 |                       |
| <b>Internationale Ökonomie<br/>und Management</b>                            | 1        | K 90                                    | 60  | 120                        | 6               | U. Ghose              |
| Internationale<br>Wettbewerbspolitik   | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| Unternehmen und Staat in<br>der globalisierten Wirtschaft                    | 1        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| <b>Marktorientierte Führung<br/>internationaler<br/>Unternehmen</b>          | 2        | Projektarbeit<br>und Präsen-<br>tation  | 60  | 120                        | 6               | G. Mielke             |
| Instrumente und Konzepte<br>des Marketing im internati-<br>onalen Kontext    | 2        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| Praxisprojekt Marktfor-<br>schung  | 2        |   | 30  | 60                         |                 |                       |
| <b>General Management</b>  | 2        | Fallstudie                              | 60  | 120                        | 6               | C. Schultz            |
| Strategisches Management   | 2        |   | 20  | 40                         |                 |                       |
| Management komplexer und<br>dynamischer Systeme                              | 2        |   | 20  | 40                         |                 |                       |
| Business Cases   | 2        |   | 20  | 40                         |                 |                       |

|   |          |                                       |           |            |          |                  |
|---|----------|---------------------------------------|-----------|------------|----------|------------------|
| <b>Qualitätsmanagement</b>  | <b>2</b> | <b>K 90</b>                           | <b>60</b> | <b>120</b> | <b>6</b> | <b>G. Mielke</b> |
| Qualitätsgerechte Organisation  | 2        |                                       | 30        | 60         |          |                  |
| Instrumente des Qualitätsmanagements  | 2        |                                       | 30        | 60         |          |                  |
| <b>Prozessorientiertes Management (WPM: 2 aus 3)</b>                            | <b>2</b> | <b>-</b>                              | <b>60</b> | <b>120</b> | <b>6</b> | <b>G. Mielke</b> |
| Prozessanalyse und -beschreibung (WP)   | 2        | <b>K 45</b>                           | 30        | 60         |          |                  |
| Operations und Supply Chain Management (WP)                                     | 2        | <b>K 45</b>                           | 30        | 60         |          |                  |
| Prozessmanagement für Dienstleistungen (WP)                                     | 2        | <b>K 45</b>                           | 30        | 60         |          |                  |
| <b>Wissensmanagement und -technologien (WPM: 2 aus 3)</b>                       | <b>2</b> | <b>-</b>                              | <b>60</b> | <b>120</b> | <b>6</b> | <b>U. John</b>   |
| IT-Unterstützung für das Management (WP)  | 2        | <b>Praktische Arbeit</b>              | 30        | 60         |          |                  |
| Web- und Mobile-Technologien (WP)   | 2        | <b>Praktische Arbeit</b>              | 30        | 60         |          |                  |
| Wissensmanagement und Big Data (WP)   | 2        | <b>Praktische Arbeit</b>              | 30        | 60         |          |                  |
| <b>Praxis Forschungswerkstatt</b>   | <b>3</b> | <b>-</b>                              | <b>40</b> | <b>140</b> | <b>6</b> | <b>G. Mielke</b> |
| Forschungskonzeptionen  | 3        | <b>Arbeitspapier</b>                  | 20        | 70         |          |                  |
| Forschungsprojekt   | 3        | <b>Kolloquium</b>                     | 20        | 70         |          |                  |
| <b>Change Management</b>  | <b>3</b> | <b>Präsentation und Seminararbeit</b> | <b>60</b> | <b>120</b> | <b>6</b> | <b>H. Bähre</b>  |
| Veränderungsprozesse und ihre Gestaltung  | 3        |                                       | 30        | 60         |          |                  |
| Seminar Change Management mit Fallstudien                                       | 3        |                                       | 30        | 60         |          |                  |
| <b>Angewandtes Projektmanagement</b>  | <b>3</b> | <b>Projektarbeit und Präsentation</b> | <b>60</b> | <b>120</b> | <b>6</b> | <b>G. Mielke</b> |
| Angewandtes Projektmanagement   | 3        |                                       | 60        | 120        |          |                  |
| <b>Psychologische Perspektive ausgewählter Managementaspekte (WPM: 2 aus 3)</b> | <b>3</b> | <b>-</b>                              | <b>60</b> | <b>120</b> | <b>6</b> | <b>D. Kluge</b>  |
| Organisationspsychologie (WP)   | 3        | <b>K 45</b>                           | 30        | 60         |          |                  |
| Arbeitspsychologie(WP)  | 3        | <b>K 45</b>                           | 30        | 60         |          |                  |
| Konsumpsychologie (WP)  | 3        | <b>K 45</b>                           | 30        | 60         |          |                  |

|   |   |                              |     |      |     |            |
|---|---|------------------------------|-----|------|-----|------------|
| Dynamische Entwicklung in IT und Gesellschaft | 3 | K 90                         | 60  | 120  | 6   | U. John    |
| E-Business und E-Commerce                     | 3 |                              | 30  | 60   |     |            |
| Management sozialer Medien                    | 3 |                              | 30  | 60   |     |            |
| Aspekte nachhaltigen Managements              | 4 | Referat                      | 40  | 140  | 6   | H. Knödler |
| Seminar: CSR, Ethik und Kultur                | 4 |                              | 40  | 140  |     |            |
| Master Thesis                                 | 4 | Master Thesis und Kolloquium | 18  | 702  | 24  | G. Mielke  |
| Master Thesis                                 | 4 |                              | 18  | 702  |     |            |
| Summe   |   |                              | 938 | 2662 | 120 |            |

## Studienablaufplan Master Business Management & Development (Vollzeit)

| Master Business Management & Development (Studienmodell: Vollzeitstudium) |   |   |                                  |
|---|---|---|----------------------------------|
| 1. Semester   | 2. Semester   | 3. Semester   | 4. Semester                      |
| Ganzheitliche Organisationsgestaltung und Management                      | Marktorientierte Führung im internationalen Kontext | Praxis Forschungswerkstatt                                      | Aspekte nachhaltigen Managements |
| Methoden ganzheitlicher Führung im Management                             | General Management                                  | Change Management   | Master Thesis                    |
| Ganzheitliches Management von KMU   | Qualitätsmanagement                                 | Angewandtes Projektmanagement                                   |                                  |
| Forschungsmethoden für das Management                                     | Prozessorientiertes Management (WPM)                | Dynamische Entwicklungen in IT und Gesellschaft                 |                                  |
| Internationale Ökonomie und Management                                    | Wissensmanagement und -technologien (WPM)           | Psychologische Perspektive ausgewählter Managementaspekte (WPM) |                                  |

| Ganzheitliche Organisationsgestaltung und Management  |         |                               |     | BMD-I001                  |           |
|---|---------|-------------------------------|-----|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b> BMD (Vollzeit)   |         |                               |     |                           |           |
| <b>ECTS</b>   | 6       | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 180 | <b>Modulbetreuer</b>      | P. Mantel |
| <b>Modus</b>  | Pflicht | <i>Präsenz:</i>               | 60  | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1       | <i>Selbststudium:</i>         | 120 |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>   |         |                               |     |                           | <b>ID</b> |
| Organisationstheorie  |         |                               |     |                           |           |
| Systemisches Management und Organisationsberatung   |         |                               |     |                           |           |
| <b>Prüfung</b>  | K 90    |                               |     |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   | Keine   |                               |     |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –       |                               |     |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>   | Keine   |                               |     |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>   |         |                               |     |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |         |                               |     |                           |           |
| <p>Die Studierenden sind mit organisationstheoretischen Entwicklungen vertraut. Sie kennen relevante Begrifflichkeiten und Konzepte der Organisationstheorie sowie ausgewählte Organisationstheorien im Detail. Sie kennen die Entwicklungslinien, Ansätze und Methoden des systemischen Managements und der systemischen Organisationsberatung. Sie wissen um die Bedeutung der Stärkung von Ressourcen und Kompetenzen von Organisation. Sie sind mit den Möglichkeiten und Grenzen der systemischen Organisationsberatung vertraut und können beurteilen, inwieweit deren einzelne Konzepte Relevanz für die praktische Arbeit im Unternehmen haben.</p> |         |                               |     |                           |           |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>   |         |                               |     |                           |           |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>  |         |                               |     |                           |           |
| <p>Die Studierenden können ihr organisationstheoretisches und -beratendes Wissen dazu nutzen, operative und strategische Lösungen für unternehmerische Herausforderungen zu finden. Sie können die grundlegenden Instrumente der Organisationsgestaltung zielgerichtet im Unternehmen einsetzen. Sie können Unternehmenssysteme analysieren und beherrschen die Methoden des systemischen Managements.</p>  |         |                               |     |                           |           |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>  |         |                               |     |                           |           |
| <p>Die Studierenden können mit Kollegen, Vorgesetzten und Fachvertretern fachkompetent über organisationsrelevante Fragestellungen diskutieren und im Team organisatorische Lösungen unternehmerischer Herausforderungen zu entwickeln. Sie sind in der Lage, mit den davon betroffenen über relevante Probleme zu kommunizieren und mit diesen systemische Lösungen zu entwickeln.</p>   |         |                               |     |                           |           |
| <i>Systemische Kompetenzen</i>  |         |                               |     |                           |           |
| <p>Die Studierenden erkennen die Bedeutung gesellschaftlicher Entwicklungen wie der „digitalen Revolution“ oder des demographischen Wandels und können deren Bedeutung für Organisationen analysieren. Sie sind sich darüber bewusst, dass es in komplexen Systemen zur Problemlösung nicht ausreicht, nur einzelne Systemelemente zu analysieren. Sie sind in der Lage, diese Erkenntnis zum Nutzen der Organisation einzusetzen.</p>  |         |                               |     |                           |           |

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE  |      |                               |           |
|--|------|-------------------------------|-----------|
| Organisationstheorie   |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>  | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>   | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>  | 1    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>   |      |                               |           |
| <i>Grundlagen:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklungslinien der Organisationstheorie</li> <li>▪ Wichtige Begrifflichkeiten</li> <li>▪ Herausforderungen</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Ausgewählte organisationstheoretische Ansätze, bspw.:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arbeitswissenschaftlicher Ansatz (Taylor)</li> <li>▪ Administrativer Ansatz (Fayol)</li> <li>▪ Bürokratieansatz (Weber)</li> <li>▪ Human-Relations-Bewegung und Organisationspsychologie</li> <li>▪ Motivationstheoretische Ansätze</li> <li>▪ Verhaltenswissenschaftliche Entscheidungstheorie</li> <li>▪ Situativer Ansatz</li> <li>▪ Neue Institutionenökonomik</li> <li>▪ Systemtheoretische Ansätze</li> <li>▪ Strukturierungstheorie</li> </ul> |      |                               |           |
| <i>Ausgewählte organisationsbezogene soziologische und managementtheoretische Ansätze, bspw.:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organizational Justice Theory</li> <li>▪ Prospect Theory</li> <li>▪ Resource Based Theory</li> <li>▪ Social Capital Theory</li> <li>▪ Social Exchange Theory</li> </ul>   |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>   |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kieser, A. &amp; Ebers, M. (2014). Organisationstheorien, 7. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer.</li> <li>▪ Bonazzi, G. (2014). Geschichte des organisatorischen Denkens, 2. Aufl. (Übersetzung gemäß 13. [italienischer] Aufl.), Wiesbaden: Springer.</li> <li>▪ Wolf, J. (2013). Organisation, Management, Unternehmensführung: Theorien, Praxisbeispiele und Kritik, 5. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.</li> </ul>                                    |      |                               |           |

*Weiterführende Literatur:*

- Peltonen, T. (2016). Organization Theory: Critical and Philosophical Engagements. Bingley: Emerald.
- Miles, J.A. (2012). Management and Organization Theory: A Jossey-Bass Reader. San Francisco: Jossey-Bass.
- Türk, K. (Hrsg.). (2000). Hauptwerke der Organisationslehre. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kühl, S. (Hrsg.). (2015). Schlüsselwerke der Organisationsforschung. Wiesbaden: Springer VS.
- Schreyögg, G., Sydow, J. & Holtmann, P. (2011). How History Matters in Organisations: The Case of Path Dependence. Management & Organizational History, 6 (1), 81–100.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine



| Systemisches Management und Organisationsberatung  |      |                               |    |
|--|------|-------------------------------|----|
| <b>ECTS</b>  | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 90 |
| <b>Typ</b>   | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30 |
| <b>Semester</b>  | 1    | <i>Selbststudium:</i>         | 60 |
| <b>Inhalte</b>   |      |                               |    |
| <i>Neuere Systemtheorie in der Managementwissenschaft</i>  |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Theorie sozialer Systeme</li> <li>▪ Theorie autopoietischer Systeme</li> <li>▪ Neuere Systemtheorie</li> </ul>  |      |                               |    |
| <i>Grundlagen systemischen Managements und systemischer Organisationsberatung:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die systemische Sichtweise</li> <li>▪ Entwicklungslinien</li> <li>▪ Systeme und Handeln in Systemen</li> </ul>  |      |                               |    |
| <i>Systemanalyse</i>   |      |                               |    |
| <i>Prozess der systemischen Organisationsberatung</i>  |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansätze</li> <li>▪ Phasen</li> <li>▪ Beziehung zum Klienten</li> <li>▪ Erfolgsfaktoren der systemischen Beratung</li> <li>▪ Reflexion und Feedback</li> </ul>   |      |                               |    |
| <i>Systemische Intervention: Drei Ebenen</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Architektur</li> <li>▪ Design</li> <li>▪ Werkzeuge und Techniken</li> </ul>   |      |                               |    |
| <i>Themen:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veränderungsmanagement</li> <li>▪ Kreativität und Innovation</li> <li>▪ Unternehmenskultur</li> <li>▪ Teamentwicklung</li> <li>▪ Stress-, Krisen- und Konfliktmanagement</li> </ul>   |      |                               |    |
| <b>Literatur</b>   |      |                               |    |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Malik, F. (2009). Systemisches Management, Evolution, Selbstorganisation. Grundprobleme, Funktionsmechanismen und Lösungsansätze für komplexe Systeme. Bern: Haupt.</li> <li>▪ Königswieser, R., Lang, E., Königswieser, U. &amp; Keil, M. (Hrsg.) (2013). Systemische Unternehmensberatung: Die wirksamsten Theorien, Modelle und Konzepte für die Praxis. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</li> <li>▪ Ellebracht, H., Lenz, G. &amp; Osterhold, G. (2011). Systemische Organisations- und Unternehmensberatung: Praxishandbuch für Berater und Führungskräfte, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler.</li> </ul> |      |                               |    |

*Weiterführende Literatur:*

- König, E. & Volmer, G. (2014). Handbuch systemische Organisationsberatung: Grundlagen und Methoden, 2. Aufl., Weinheim, Basel: Beltz.
- Achouri, C. (2011). Wenn Sie wollen, nennen Sie es Führung: Systemisches Management im 21. Jahrhundert. Offenbach: GABAL.
- Böder, S. (2012). Das Unternehmen als System. Einführung in das Systemdenken für Betriebswirte. Aachen: Shaker.
- Pinnow, D. (2011). Unternehmensorganisationen der Zukunft. Erfolgreich durch systemische Führung. Frankfurt: Campus.
- Baecker, D. (1994). Postheroisches Management. Ein Vademecum. Berlin: Merve.
- Senge, P. (2011). Die Fünfte Disziplin – Kunst und Praxis der lernenden Organisation, 11. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Schmid, B. (Hrsg.) (2014). Systemische Organisationsentwicklung: Change und Organisationskultur gemeinsam gestalten, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Leiner, L. (2007). Angewandte Systemtheorie: Was taugt die systemische Organisationsberatung? Sozialwissenschaften und Berufspraxis, 30 (1), 52–68.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Methoden ganzheitlicher Führung im Management   |                           |                               |            | BMD-I002                  |           |
|---|---------------------------|-------------------------------|------------|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b>  | BMD (Vollzeit)            |                               |            |                           |           |
| <b>ECTS</b>   | 6                         | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b>      | G. Mielke |
| <b>Modus</b>  | Pflicht                   | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1                         | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>   |                           |                               |            |                           | <b>ID</b> |
| Systemisches Coaching und Führungskräfteentwicklung<br>Konfliktmanagement und Mediation im Management   |                           |                               |            |                           |           |
| <b>Prüfung</b>  | Kurzreferat und Portfolio |                               |            |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   | Keine                     |                               |            |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –                         |                               |            |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>   | Keine                     |                               |            |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>   |                           |                               |            |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |                           |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden vertiefen ihre Kompetenzen im Human Resource Management insbesondere in den Bereichen Führung, Motivation und Führungskräfteentwicklung. Sie kennen Bedeutung des systemischen Managements im Coaching und der systemischen Methodik im Beratungsverfahren. Sie verstehen Coaching als Methode der Personalentwicklung und überblicken das Aufgabenspektrum sowie die zentralen Themenfelder personenorientierter Beratung. Die Studierenden kennen unterschiedliche Evaluationsverfahren und sind in der Lage, Coaching im Unternehmen zu implementieren. Die Studierenden bestimmen Modelle zur Analyse von Konflikten bzw. Konfliktverhalten in Gruppen und Teams und können auf dieser Basis analytisch begründete Entscheidungen zur Gestaltung von Setting und Verfahren der innerorganisatorischen Konfliktbearbeitung treffen. Sie verstehen Mediation als Teildisziplin des Konfliktmanagements.</p> |                           |                               |            |                           |           |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>   |                           |                               |            |                           |           |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>  |                           |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden können ihre Kenntnisse im Sinne ganzheitlicher Führung und Personalentwicklung zielgerichtet in Problemlösungsprozessen in Unternehmen anwenden und einbringen. Sie kennen innovative Methoden der Führungskräfteentwicklung und sind in der Lage, diese situationsadäquat auf praktische Fragestellungen anzuwenden. Sie verstehen, Beratungsverfahren sowie ein Konfliktmanagementsystem im Unternehmen umzusetzen.</p>   |                           |                               |            |                           |           |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>  |                           |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden entwickeln ihre Konflikt- und Verhandlungskompetenz weiter und können diese in der Gesprächsführung einsetzen. Sie können fachbezogen im Rahmen unternehmerischer Führungskräfteentwicklungsprozesse in Teams mitarbeiten. Sie sind in der Lage, eigene Standpunkte zu entwickeln und diese gegenüber Fachvertretern, Mitarbeitern und Vorgesetzten differenziert zu vertreten und diese Laien gegenüber verständlich zu vermitteln.</p>  |                           |                               |            |                           |           |

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden erkennen die Komplexität von Problemstellungen in der Führungskräfteentwicklung und sind sich der Interdependenzen von Mitarbeiterbeziehungen und Unternehmensführung bewusst. Sie sind in der Lage, Konflikte zu beurteilen und deren Bewältigung eigenständig mit innovativen Methoden umzusetzen.

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE   |    |                               |           |
|---|----|-------------------------------|-----------|
| Systemisches Coaching und Führungskräfteentwicklung   |    |                               |           |
| <b>ECTS</b>   | 3  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>  | SE | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>   | 1  | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>  |    |                               |           |
| <i>Aspekte und vertiefende Handlungsfelder des Human Resource Managements:</i>  |    |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Systemische Perspektive auf das Human Resource Management</li> <li>▪ Human Resource Management und Personal-/Führungskräfteentwicklung</li> <li>▪ Herausforderungen für das HRM</li> <li>▪ Vertiefung Motivations- und Führungstheorien</li> <li>▪ Wichtige Aspekte von Mitarbeiterbeziehungen, Teamführung und Selbstreflexion</li> </ul>         |    |                               |           |
| <i>Coaching Grundlagen und Theorie:</i>   |    |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entwicklungslinien des systemischen Coaching in der Führungskräfteentwicklung</li> <li>▪ Theoretische Ansätze und Konzeptionen (Systemischer Ansatz und Beratungsverfahren)</li> <li>▪ Coaching und Supervision als Methode der Personalentwicklung</li> </ul>   |    |                               |           |
| <i>Systemisches Coaching im Management:</i>   |    |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coaching und Supervision in der Personalwirtschaft</li> <li>▪ Coaching als Erfolgsfaktor in der Führungskräfteentwicklung</li> <li>▪ Talent Management</li> <li>▪ Interventionsebenen und Design im Coaching</li> <li>▪ Systemische Methodik</li> </ul>  |    |                               |           |
| <i>Coaching als Aufgabe und innovative Methode der Führungskräfteentwicklung:</i>   |    |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Coaching Prozesse führen und evaluieren</li> <li>▪ Aufgabenspektrum und zentrale Themenfelder personenorientierter Beratung</li> <li>▪ Evaluationsverfahren und Gesprächsführung</li> <li>▪ Implementierung von Coaching im Unternehmen</li> </ul>   |    |                               |           |
| <b>Literatur</b>  |    |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>  |    |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Loebbert, M. (2017). Coaching Theorie. Eine Einführung, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer.</li> <li>▪ Webers, T. (2015). Systemisches Coaching. Psychologische Grundlagen. Wiesbaden: Springer.</li> <li>▪ Möhn, H.-J. &amp; Siebel, A. (2014). Systemisches Coaching. Lehrbuch für die praxisorientierte Ausbildung. Göttingen: Cuvillier.</li> </ul> |    |                               |           |

*Weiterführende Literatur:*

- Berger, M. & Hardeland, H. (2017). Coaching und Beratung evaluieren. Weinheim: Beltz.
- Patzrek, A. (2016). Systemisches Fragen: Professionelle Fragetechnik für Führungskräfte, Berater und Coaches, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Migge, B. (2014). Handbuch Coaching und Beratung, 3. Aufl., Weinheim: Beltz.
- König, E. & Volmer, G. (2012). Handbuch Systemisches Coaching, 2. Aufl., Weinheim: Beltz.
- Loebbert, M. (2013). Professional Coaching. Konzepte, Instrumente, Anwendungsfelder. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Kühl, S. (2008). Coaching und Supervision. Zur personenorientierten Beratung in Organisationen. Wiesbaden: VS.
- Armbrüster, T. (2017). Der Führungs-Coach. Führungskräfteentwicklung nach dem 5-Stufen-Modell. München: Vahlen.
- Gmür, M. & Thommen, J.-P. (2011). Human Resource Management. Strategien und Instrumente für Führungskräfte und das Personalmanagement in 13 Bausteinen, 3. Aufl., Zürich: Versus.
- Stock-Homburg, R. (2010). Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Bartscher, T., Stöckl, J. & Träger, T. (2012). Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis. München: Pearson.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Konfliktmanagement und Mediation im Management  |    |                               |    |           |
|---|----|-------------------------------|----|-----------|
| <b>ECTS</b>   | 3  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 90 | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>  | SE | <i>Präsenz:</i>               | 30 |           |
| <b>Semester</b>   | 1  | <i>Selbststudium:</i>         | 60 |           |
| <b>Inhalte</b>  |    |                               |    |           |
| <i>Grundlagen des Konfliktmanagements:</i>  |    |                               |    |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begriffe und systemische Zugänge in der Organisationsentwicklung</li> <li>▪ Konfliktanalyse, Konfliktarten</li> <li>▪ Konfliktlösungen und -intervention (Modelle zur Analyse von Konflikten)</li> <li>▪ Organisationskonflikte</li> <li>▪ Methoden des Konfliktmanagement</li> <li>▪ Machtstrukturen und Hierarchien</li> <li>▪ Soziale Architektur von Arbeitsgruppen</li> <li>▪ Emotionsmanagement</li> <li>▪ Konflikt- und Verhandlungskompetenz</li> </ul>                      |    |                               |    |           |
| <i>Mediation als Teildisziplin des Konfliktmanagements:</i>   |    |                               |    |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mediation: Begriffe, Entstehung und Anwendung (Mediationsverfahren und -techniken)</li> <li>▪ Herausforderungen und Anforderungen für Mediation</li> <li>▪ Anforderungen Mediatoren</li> <li>▪ Mediation im interkulturellen Kontext</li> <li>▪ Einführung von Mediation im Unternehmen</li> </ul>   |    |                               |    |           |
| <i>Aufbau eines unternehmensinternen Konfliktmanagementsystems:</i>   |    |                               |    |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Konfliktmanagement im Unternehmen</li> <li>▪ Innerkulturelle Konfliktlösungen in der Wirtschaft</li> <li>▪ Herausforderungen des Konfliktmanagement in der Wirtschaft</li> </ul>   |    |                               |    |           |
| <i>Mediationsrecht:</i>   |    |                               |    |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mediation im Arbeitsrecht</li> <li>▪ Arbeitsrecht als Mittel zur Konfliktlösung</li> </ul>   |    |                               |    |           |
| <b>Literatur</b>  |    |                               |    |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>  |    |                               |    |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schwarz, G. (2014). Konfliktmanagement: Konflikte erkennen, analysieren, lösen, 9. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>▪ Trenczek, T., Berning, D. &amp; Lenz, C. (Hrsg.) (2017). Mediation und Konfliktmanagement, 2. Aufl., Baden-Baden: Nomos.</li> <li>▪ Faller, K., Baldt, C., Fechler, B. &amp; Kerntke, W. (Hrsg.) (2014). Systemisches Konfliktmanagement. Modelle und Methoden für Berater, Mediatoren und Führungskräfte. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</li> </ul> |    |                               |    |           |

*Weiterführende Literatur:*

- Proksch, S. (2014). Konfliktmanagement im Unternehmen: Mediation und andere Methoden für Konflikt- und Kooperationsmanagement am Arbeitsplatz, 2. Aufl., Berlin: Springer.
- Ferz, S. & Salicites, H. (Hrsg.) (2017). Mediation in Betrieben: Konfliktmanagement und Organisationsentwicklung im Arbeitsalltag. Wien: Verlag Österreich.
- Heymanns, M. (2011). Mediation als Mittel zur Konfliktlösung in internationalen Unternehmen. Göttingen: Optimus.
- Duve, C., Eidenmüller, H. & Hacke, A. (2011). Mediation in der Wirtschaft. Wege zum professionellen Konfliktmanagement, 2. Aufl., Köln: Schmidt.
- Koschany-Rohbeck, M. (2015). Praxishandbuch Wirtschaftsmediation. Grundlagen und Methoden zur Lösung innerbetrieblicher und zwischenbetrieblicher Konflikte. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Haft, F. & Schlieffen, K. (Hrsg.) (2016). Handbuch Mediation, 3. Aufl., München: Beck.
- Freitag, S. & Richter, J. (Hrsg.) (2015). Mediation. Ein Praxishandbuch. Denkmodelle, Methoden und Beispiel. Weinheim: Beltz.
- Harss, C., Liebich, D. & Michalka, M. (2011). Konfliktmanagement für Führungskräfte. Lösungsstrategien, Mediation und Arbeitsrecht. München: Vahlen.
- Eidenmüller, H. & Wagner, G. (Hrsg.) (2015). Mediationsrecht. Köln: Schmidt.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine



| Ganzheitliches Management von KMU  |                    |                               |            | BMD-I003                  |           |
|--|--------------------|-------------------------------|------------|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b>   | BMD (Vollzeit)     |                               |            |                           |           |
| <b>ECTS</b>  | 6                  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b>      | P. Mantel |
| <b>Modus</b>   | Pflicht            | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>  | 1                  | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>  |                    |                               |            |                           | <b>ID</b> |
| Management von KMU   |                    |                               |            |                           |           |
| Praxisprojekt Dienstleistungsmanagement  |                    |                               |            |                           |           |
| <b>Prüfung</b>   | Posterpräsentation |                               |            |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>  | Keine              |                               |            |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>   | –                  |                               |            |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>  | Keine              |                               |            |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>  |                    |                               |            |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>  |                    |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden wissen um die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von KMU. Sie kennen die Besonderheiten des Managements von KMU und einzelner Funktionsbereiche dieser. Sie wissen um die zunehmende Bedeutung der Internationalisierung der KMU sowie die Herausforderung des demographischen Wandels für diese. Sie wissen um Möglichkeiten, KMU zu bewerten, und kennen Lösungsmöglichkeiten für unternehmerische Krisensituationen. Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse und Besonderheiten des Managements von Dienstleistungen. Sie können diese Kenntnisse zielgerichtet in der Organisation und dem Management von Dienstleistungsbetrieben anbieten.</p> |                    |                               |            |                           |           |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>  |                    |                               |            |                           |           |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>   |                    |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden sind in der Lage, KMU-spezifische Herausforderungen zu identifizieren. Sie kennen alternative Instrumenten, diese zu begegnen, und sind in der Lage, deren Wirkungen situationsadäquat zu analysieren und das jeweils geeignete auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen grundlegende Möglichkeiten der praktischen Umsetzung von Führungstechniken in verschiedenen Funktionsbereichen von KMU-Bereich. Sie können Dienstleistungen managen, vermarkten und ein effektives Dienstleistungscontrolling betreiben.</p>  |                    |                               |            |                           |           |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>   |                    |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden können ihre Standpunkte zu den Themenfeldern Dienstleistungs- und KMU-Management fundiert begründen. Sie sind aufgrund ihres Fachwissens in der Lage, im Team an Managementprozessen in diesen Bereichen aktiv mitzuwirken und entsprechende betriebswirtschaftliche Zielsetzungen und Entscheidungen innerbetrieblich zu kommunizieren.</p>   |                    |                               |            |                           |           |

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden sind in der Lage, die Bedeutung der KMU wirtschaftspolitisch einzuordnen. Sie erkennen die weiter zunehmende Bedeutung von Dienstleistungen und sind in der Lage, aufbauend auf den entsprechenden Kenntnissen fundierte strategische Planungen durchzuführen. Die Studierenden können themenrelevante Informationen selbständig recherchieren, deren wissenschaftliche Fundierung beurteilen und eigenständig wissenschaftliche Erkenntnisse in den Bereichen KMU- sowie Dienstleistungsmanagement erlangen.

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE  |      |                               |           |
|--|------|-------------------------------|-----------|
| Management von KMU   |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>  | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>   | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>  | 1    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>   |      |                               |           |
| <i>Grundlagen:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begriffliche Abgrenzung</li> <li>▪ KMU-Forschung</li> <li>▪ Hidden Champions</li> <li>▪ Besonderheiten von Familienunternehmen</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Besonderheiten des Managements von KMU:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organisationsgestaltung</li> <li>▪ Finanzierung</li> <li>▪ Controlling</li> <li>▪ Personalmanagement</li> <li>▪ IT-Management</li> <li>▪ Innovationsmanagement</li> <li>▪ Unternehmensnachfolge</li> <li>▪ Strategisches Management</li> <li>▪ Diversity Management</li> <li>▪ Wissensmanagement</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Marketing von KMU</i>   |      |                               |           |
| <i>Internationalisierung und Internationalisierungsstrategien</i>  |      |                               |           |
| <i>Bewertung von KMU</i>   |      |                               |           |
| <i>Sanierung und Restrukturierung:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maßnahmen und Arten</li> <li>▪ Haftung</li> <li>▪ Sanierung im Insolvenzverfahren</li> <li>▪ Operatives und strategisches Sanierungsmanagement</li> </ul>   |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>   |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Becker, W. &amp; Ulrich, P. (Hrsg.) (2015). <i>BWL im Mittelstand. Grundlagen - Besonderheiten - Entwicklungen</i>. Stuttgart: Kohlhammer.</li> <li>▪ Picot, G. &amp; Brockmann, M. (Hrsg.) (2008). <i>Handbuch für Familien- und Mittelstandsunternehmen: Strategie, Gestaltung, Zukunftssicherung</i>. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</li> <li>▪ Reinemann, H. (2011). <i>Mittelstandsmanagement. Einführung in Theorie und Praxis</i>. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.</li> </ul> |      |                               |           |

*Weiterführende Literatur:*

- Letmathe, P. (Hrsg.). (2007). Management kleiner und mittlerer Unternehmen: Stand und Perspektiven der KMU-Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Offensive Mittelstand (Hrsg.) (2016). Unternehmensführung für den Mittelstand: Strategie, Liquidität, Risikobewertung, Führung, Kundenpflege, Organisation, Unternehmenskultur, Personalentwicklung, Prozesse, Beschaffung, Innovation, 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Dombrowski, U., Herrmann, C., Lacker, T. & Sonnentag, S. (Hrsg.). (2009). Modernisierung kleiner und mittlerer Unternehmen: Ein ganzheitliches Konzept. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Felden, B. & Hack, A. (2014). Management von Familienunternehmen: Besonderheiten - Handlungsfelder - Instrumente. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hohberger, S. & Damlachi, H.M. (2014). Praxishandbuch Sanierung im Mittelstand, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Ihlau, S., Duscha, H. & Goedecke, S. (2013). Besonderheiten bei der Bewertung von KMU: Planungsplausibilisierung, Steuern, Kapitalisierung. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kabst, R. (2004). Internationalisierung mittelständischer Unternehmen. München, Mering: Hampp.
- Kaschny, M., Nolden, M. & Schreuder, S. (2015). Innovationsmanagement im Mittelstand: Strategien, Implementierung, Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kohl, H., Mertins, K. & Seidel, H. (Hrsg.). (2016). Wissensmanagement im Mittelstand: Grundlagen - Lösungen - Praxisbeispiele, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer Gabler.
- Renker, C. (2007). Marketing im Mittelstand: Grundzüge des integrativen Management-Ansatzes, 2. Aufl., Dresden: Neisse.
- Schlitt, M. (Hrsg.). (2014). Finanzierungsstrategien im Mittelstand. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Ayyagari, M., Beck, T. & Demirguc-Kunt, A. (2007). Small and Medium Enterprises Across the Globe. Small Business Economics, 29 (4), 415–434.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

**Praxisprojekt Dienstleistungsmanagement**

|                 |   |                               |           |           |
|-----------------|---|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3 | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 1 | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

## Inhalte

### *Dienstleistungsmanagement: Begriffliche und theoretische Grundlagen:*

- Ökonomische Bedeutung von Dienstleistungen und theoretische Perspektiven
- Ökonomische Besonderheiten des Dienstleistungsmanagement
- Beschaffung und Produktion von Dienstleistungen
- Ansätze des Dienstleistungsmanagement: Wertschöpfungsmodelle, Service-Profit-Chain, Service Dominant Logic
- Strategische Ausrichtung des Dienstleistungsmanagement
- Operative Umsetzung des Dienstleistungsmanagement
- Probleme und Herausforderungen des Managements von Dienstleistungen

### *Dienstleistungsmarketing:*

- Grundlagen des Dienstleistungsmarketing
- Marketing-Mix im Dienstleistungsmarketing

### *Dienstleistungscontrolling und Qualitätsmanagement von Dienstleistungen:*

- Informationsgrundlagen für das Dienstleistungsmanagement
- Aspekte und Instrumente des Dienstleistungscontrolling
- Qualitätsmanagement für Dienstleister
- Messung der Dienstleistungsqualität

*Praxisprojekt Dienstleistungsmanagement in KMU anhand ausgewählten Problemstellungen (Einsatz des Dienstleistungsmanagements an praktischen Fallbeispielen durch Praxiskooperationen)*

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Haller, S. (2015). Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Corsten, H. & Roth, S. (Hrsg.) (2017). Handbuch Dienstleistungsmanagement. München: Vahlen.
- Corsten, H. & Gössinger, R. (2015). Dienstleistungsmanagement, 6. Aufl., München: De Gruyter Oldenbourg.

*Weiterführende Literatur:*

- Lusch, R. F. & Vargo, S. L. (2014). Service Dominant Logic. Premises, Perspectives, Possibilities. New York: Cambridge University Press.
- Pepels, W. (2012). Servicemanagement, 2. Aufl., München: Oldenbourg.
- Bruhn, M. & Stauss, B. (Hrsg.). (2007). Forum Dienstleistungsmanagement. Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Wiesbaden: Gabler.
- Meffert, H., Bruhn, M. & Hadwich, K. (2015). Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, 8. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Fließ, S. (2009). Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration gestalten und steuern. Wiesbaden: Gabler.
- Bruhn, M. & Stauss, B. (Hrsg.). (2006). Forum Dienstleistungsmanagement. Dienstleistungscontrolling. Wiesbaden: Gabler.
- Nini, M. (2011). Systemisches Dienstleistungsmanagement. Ein Ansatz für die hybride Wertschöpfung am Beispiel der Investitionsgüterindustrie. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Höck, M. (2005). Dienstleistungsmanagement aus produktionswirtschaftlicher Sicht. Wiesbaden: DUV.
- Bruhn, M. & Meffert, H. (2001). Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Die Studierenden bearbeiten ein ausgewähltes Praxisprojekt.

| Forschungsmethoden für das Management  |  |                               |            | BMD-I004                  |           |
|--|--|-------------------------------|------------|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b>   | BMD (Vollzeit)   |                               |            |                           |           |
| <b>ECTS</b>  | 6  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b>      | G. Mielke |
| <b>Modus</b>   | Pflicht  | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>  | 1  | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>  |  |                               |            | <b>ID</b>                 |           |
| Quantitative und qualitative Methoden für Wirtschaftswissenschaftler<br>Statistische Methoden und Instrumente  |  |                               |            |                           |           |
| <b>Prüfung</b>   | K 45 „Quantitative und qualitative Methoden für Wirtschaftswissenschaftler“ sowie Übungsaufgaben (unbenotet) „Statistische Methoden und Instrumente“   |                               |            |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>  | Keine  |                               |            |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>   | –  |                               |            |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>  | Im Teilmodul „Statistische Methoden und Instrumente“ müssen Übungsaufgaben bearbeitet werden, um zur Klausur im Teilmodul „Quantitative und qualitative Methoden für Wirtschaftswissenschaftler“ zugelassen zu werden. Die Gesamtnote ermittelt sich aus der Klausurnote, die Übungsaufgaben werden nicht benotet. |                               |            |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>  |  |                               |            |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>  |  |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden verfügen über detaillierte Kenntnisse der Analyse von Daten mit statistischen Mitteln und kennen unterschiedliche Erhebungsverfahren. Sie sind in der Lage, Hypothesen nach wissenschaftlichen Standards zu entwickeln und zu prüfen. Sie kennen die unterschiedlichen qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen und sind in der Lage, diese auf unterschiedliche Fragestellungen kontextadäquat anzuwenden. Die Studierenden können Informationen aus verschiedenen Quellen sammeln, analysieren, bewerten und darauf basierend Entscheidungen treffen. Sie verstehen den Einsatz unterschiedlicher Forschungsinstrumente im wissenschaftlichen Kontext und vertiefen Methoden und Instrumente wissenschaftlicher Forschung. Die Studierenden können die wesentlichen Schritte bei der Konzeption, Durchführung und Auswertung empirischer Untersuchungen selbstständig mit den üblichen Instrumenten der Statistik mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS umsetzen und diese praktisch anwenden.</p> |  |                               |            |                           |           |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>  |  |                               |            |                           |           |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>   |  |                               |            |                           |           |
| <p>Die Studierenden differenzieren die unterschiedlichen Forschungsmethoden sowohl quantitativer als auch qualitativer Forschung. Sie vertiefen ihr Methodenwissen in Bezug auf das wissenschaftliche Arbeiten und lernen neue Methoden kennen. Die Studierenden sind in der Lage, uni-, bi- und multivariate Verfahren zur Auswertung empirischer Daten anzuwenden. Sie können unternehmerische Aufgabenstellungen mittels wissenschaftlicher Methoden analysieren und so aufbereiten, dass sie ihre Kenntnisse zur Lösung darauf anwenden können.</p>  |  |                               |            |                           |           |

*Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen*

Die Studierenden sind in der Lage, methodische Fragestellungen und deren Lösungsmöglichkeiten zu diskutieren und ihren eigenen Standpunkt wissenschaftlich fundiert zu vertreten. Die erworbenen methodischen Kenntnisse können zielgerichtet auf statistische Methoden und Instrumente angewendet und eingesetzt werden. Die Studierenden können zur Problemlösung und Weiterentwicklung bezüglich unternehmerischer Entscheidungen beitragen und die gewonnenen Erkenntnisse präsentieren und kritisch reflektieren.

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden erkennen die Vorteile einer systematischen und zielorientierten Herangehensweise an Problemstellungen und können dieses Vorgehen auch auf übergreifende und fachfremde Aufgabenstellungen übertragen. Sie sind in der Lage, aus relevante Informationen wissenschaftlich fundierte Urteile abzuleiten und diese mittels statistischer Verfahren empirisch zu untermauern.

| Quantitative und qualitative Methoden für Wirtschaftswissenschaftler |    |                               |           |
|--|----|-------------------------------|-----------|
| <b>ECTS</b>  | 3  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>   | VL | <i>Präsenz:</i>               | 40        |
| <b>Semester</b>  | 1  | <i>Selbststudium:</i>         | 50        |



## Inhalte

### *Grundlagen:*

- Design und Durchführung empirischer Untersuchungen
- Qualitatives oder Quantitatives Forschungsdesign
- Methodologie und Standards qualitativer und quantitativer Forschung
- Auswahl und Wahl von Untersuchungsdesigns

### *Qualitative Forschungsmethoden:*

- Qualitative Einzelfallstudien
- Befragung und Interviewstudien
- Beobachtung
- Grounded Theory

### *Quantitative Forschungsmethoden:*

- Befragung als dominantes Datenerhebungsverfahren
- Formen der Befragung
- Standardisierte Befragung und Fragebogenkonstruktion
- Erwünschte und unerwünschte Einflussfaktoren bei der Durchführung von Befragungen
- Das Testen von Fragebögen (Pretest)

### *Datenaufbereitung und -auswertung:*

- Instrumente der qualitativen Datenauswertung
- Instrumente der quantitativen Datenauswertung

### *Uni-, bi- und multivariate Analysemethoden:*

- Analyse einer Variablen
- Analyse zweier Variablen
- Analyse multipler Variablen

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Kromrey, H. (2016). Empirische Sozialforschung, 13. Aufl., München: UVK/Lucius.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2016). Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 14. Aufl., Berlin: Springer.
- Bortz, J. & Döring, N. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Aufl., Berlin: Springer.

*Weiterführende Literatur:*

- Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung, 5. Aufl., Weinheim: Beltz.
- Schnell, R., Hill, P. B. & Esser, E. (2013). Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., München: Oldenbourg.
- Flick, U. (2007). Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 5. Aufl., Reinbek: Rohwolt.
- Raithel, J. (2008). Quantitative Forschung. Ein Praxiskurs, 2. Aufl., Wiesbaden: VS.
- Brüsemeister, T. (2008). Qualitative Forschung. Ein Überblick, 2. Aufl., Wiesbaden: VS.
- Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2014). Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch, 4. Aufl., München: Oldenbourg.
- Schwaiger, M. & Meyer, A. (Hrsg.) (2011). Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende. München: Vahlen.
- Bryman, A. & Bell, E. (2011). Business Research Methods, 3rd Ed., Oxford: Oxford University Press.
- Holton, E. F. & Swanson, Richard A. (Eds.) (2005). Research in Organizations. Foundations and Methods of Inquiry. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Töpfer, A. (2010). Erfolgreich Forschen. Ein Leitfaden für Bachelor-, Master-Studierende und Doktoranden, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.
- Hammond, M. & Wellington, J. (2012). Research Methods. The Key Concepts. London: Routledge.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

**BESCHREIBUNG DER TEILMODULE**

Statistische Methoden und Instrumente

|                 |   |                               |           |           |
|-----------------|---|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3 | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | Ü | <i>Präsenz:</i>               | 20        |           |
| <b>Semester</b> | 1 | <i>Selbststudium:</i>         | 70        |           |

## Inhalte

### *Empirische Sozialforschung*

- Grundlagen: Datenarten und ihre Verwendung
- Gütekriterien empirischer Forschung
- Grundbegriffe und statistische Verfahren

### *Statistische Methoden und Instrumente:*

- Einführung in multivariate statistische Verfahren und Instrumente
- Einführung in das Programmpaket SPSS
- Datenerfassung und -aufbereitung mittels SPSS
- Datenanalyse, -auswertung und -interpretation mittels SPSS
- Ergebnisdarstellung

### *Bearbeitung von Übungsaufgaben (SPSS Übungen am Computer)*

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Eckstein, P. P. (2015). Angewandte Statistik mit SPSS. Praktische Einführung für Wirtschaftswissenschaftler, 8. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schwetz, H., Beer, R., Benischek, I., Forstner-Ebhart, A. & Amtmann, E. (Hrsg.) (2016). Einführung in das quantitativ orientierte Forschen und erste Analysen mit SPSS, 4. Aufl., Wien: Facultas.
- Kohn, W. & Riza, Ö. (2017). Statistik für Ökonomen. Datenanalyse mit R und SPSS, 3. Aufl., Berlin: Springer Gabler.

### *Weiterführende Literatur:*

- Bühl, A. (2016). SPSS 23, 15. Aufl., München: Pearson.
- Borz, J. & Döring, N. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation, 5. Aufl., Berlin: Springer.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2016). Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 14. Aufl., Berlin: Springer.
- Backhaus, K., Erichson, B., & Weiber, R. (2015). Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 3. Aufl., Berlin: Springer.
- Hatzinger, R. & Nagel, H. (2013). Statistik mit SPSS. Methoden und Fallbeispiele, 2. Aufl., München: Pearson.
- Akremi, L. Baur, N. & Fromm, S. (2011). Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene 1: Datenaufbereitung und uni- und bivariate Statistik, 3. Aufl., Wiesbaden: VS.
- Albers, S., Klapper, D., Konradt, U., Walter, A. & Wolff, J. (Hrsg.) (2009). Methodik der empirischen Forschung, 3. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Fromm, S. (2010). Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene 2: Multivariate Verfahren für Querschnittsdaten. Wiesbaden: VS.
- Powner, L. C. (2015). Empirical Research and Writing. London: Sage.

## Besonderheiten

Keine

| Internationale Ökonomie und Management   |                |                               |            | BMD-I005                  |          |
|--|----------------|-------------------------------|------------|---------------------------|----------|
| <b>Studiengang</b>   | BMD (Vollzeit) |                               |            |                           |          |
| <b>ECTS</b>  | 6              | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b>      | U. Ghose |
| <b>Modus</b>   | Pflicht        | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN    |
| <b>Dauer (Sem.)</b>  | 1              | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                           |          |
| <b>Teilmodule</b>  |                |                               |            | <b>ID</b>                 |          |
| Internationale Wettbewerbspolitik  |                |                               |            |                           |          |
| Unternehmen und Staat in der globalisierten Wirtschaft   |                |                               |            |                           |          |
| <b>Prüfung</b>   | K 90           |                               |            |                           |          |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>  | Keine          |                               |            |                           |          |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>   | –              |                               |            |                           |          |
| <b>Besonderheiten</b>  | Keine          |                               |            |                           |          |
| <b>Kompetenzziele</b>  |                |                               |            |                           |          |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>  |                |                               |            |                           |          |
| <p>Die Studierenden verfügen über fundierte Kenntnisse über die Einflüsse von privatwirtschaftlichen und staatlichen Aktivitäten auf die wirtschaftliche Entwicklung und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Ländern in einem globalen Kontext. Sie kennen die Vor- und Nachteile von national wie auch international wettbewerbsfördernden und wettbewerbsbeschränkenden Maßnahmen in wirtschaftlichen Entwicklungsprozessen und sind in der Lage, Entwicklungsstrategien von Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländern differenziert beurteilen zu können. Darüber hinaus verfügen die Studierenden über solide Kenntnisse der Politischen Ökonomie im Rahmen internationaler Verhandlungen.</p> |                |                               |            |                           |          |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>  |                |                               |            |                           |          |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>   |                |                               |            |                           |          |
| <p>Die Studierenden sind befähigt, Maßnahmen von Staat und Privatwirtschaft und deren Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung im internationalen Kontext differenziert analysieren zu können. Sie sind in der Lage, selbständig weiterführende Lernprozesse zu initiieren, indem sie erkennen, dass sowohl die Handlungen des Staates wie auch der Privatwirtschaft auf Interessen von durchaus sehr heterogenen Interessengruppen beruhen.</p>   |                |                               |            |                           |          |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>   |                |                               |            |                           |          |
| <p>Die Studierenden können mit Fachvertretern und Laien fachkompetent über entwicklungsrelevante Maßnahmen und Strategien von Staaten und Unternehmen in einem nationalen wie auch globalen Kontext in differenzierte Weise kommunizieren und diskutieren.</p>   |                |                               |            |                           |          |
| <i>Systemische Kompetenzen</i>   |                |                               |            |                           |          |
| <p>Die Studierenden sind in der Lage, die weltwirtschaftlichen Verflechtungen und das Handeln der daran beteiligten höchst heterogenen Akteure und deren Interessen differenziert ökonomisch beurteilen zu können. Sie erkennen, dass Staat und Privatwirtschaft in einer Wechselbeziehung zueinander stehen, die sich je nach Ausgestaltung entwickeln fördern oder entwicklungs hemmend auswirken kann.</p>  |                |                               |            |                           |          |

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE   |      |                               |           |
|---|------|-------------------------------|-----------|
| Internationale Wettbewerbspolitik   |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>   | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>  | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>   | 1    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlagen:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Historische Entwicklung des wettbewerbspolitischen Leitbilds</li> <li>▪ Leitbilder der Wettbewerbspolitik</li> <li>▪ Möglichkeiten und Grenzen der Bestimmung des für den Wettbewerbsprozess relevanten Marktes</li> <li>▪ Messung von Marktmacht und Konzentration</li> <li>▪ Zielkonflikte zwischen der Aufrechterhaltung wirksamen Wettbewerbs und anderen Zielsetzungen</li> <li>▪ Wettbewerbsbeeinträchtigende Strategien</li> <li>▪ Historische Entwicklung und gegenwärtiger Stand der internationalen Wettbewerbspolitik</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Nationale und internationale Organisationen der Wettbewerbs- und Kartellpolitik</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ OECD und UNCTAD</li> <li>▪ WTO und International Competition Network (ICN)</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Wettbewerbsrecht:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Deutsches und europäisches Wettbewerbsrecht</li> <li>▪ Vereinheitlichung des Wettbewerbsrechts</li> </ul>  |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schmidt, I. (2013). Wettbewerbspolitik und Kartellrecht. Eine interdisziplinäre Einführung, 10. Aufl., München: Oldenbourg.</li> <li>▪ Elhauge, E. &amp; Geradin, D. (2011). Global Competition Law and Economics, 2nd Ed., Portland: Hart Publishing.</li> <li>▪ König, C. &amp; Schreiber, K. (2010). Europäisches Wettbewerbsrecht. Kartell- und Missbrauchsverbot, Fusionskontrolle, Beihilfen- und Vergaberecht. Stuttgart: UTB.</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Weiterführende Literatur:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oberender, P. (Hrsg.) (2006). Internationale Wettbewerbspolitik. Berlin: Duncker &amp; Humblot.</li> <li>▪ Feenstra, R. C. &amp; Taylor, A. M. (2011). International Economics, 2nd Ed., New York: Worth.</li> <li>▪ Baetge, D. (2009). Globalisierung des Wettbewerbsrechts. Eine internationale Wettbewerbsordnung zwischen Kartell- und Welthandelsrecht. Tübingen: Mohr Siebeck.</li> <li>▪ Guzman, A. T. (2011). Cooperation, Comity, and Competition Policy. Oxford: University Press.</li> <li>▪ Vogel, L. (2015). European Competition Law. Paris: LawLex.</li> <li>▪ Budzinski, O. (2008). The Governance of Global Competition. Competence Allocation in International Competition Policy. Cheltenham: Edward Elgar.</li> <li>▪ Utton, M. A. (2006). International Competition Policy. Maintaining Open Markets in the Global Economy. Cheltenham: Edward Elgar.</li> <li>▪ Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).</li> </ul> |      |                               |           |

**Besonderheiten**

Keine

| Unternehmen und Staat in der globalisierten Wirtschaft  |      |                               |           |
|---|------|-------------------------------|-----------|
| <b>ECTS</b>   | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>  | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>   | 1    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlagen wirtschaftlicher Entwicklung:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Akteure der Globalisierung: Unternehmen und Staaten in Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländer</li> <li>▪ Stufentheorien wirtschaftlicher Entwicklung (Marx und Rostow)</li> <li>▪ Perroux</li> <li>▪ Balanced-/Unbalanced-Growth</li> <li>▪ Harrod-Domar und Zwei-Sektoren-Modell von Lewis</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Globalisierungsaspekte:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importsubstitution und Exportförderung</li> <li>▪ Dependencia</li> <li>▪ Prebish-Singer</li> <li>▪ Washingtoner Konsens</li> <li>▪ Systemische Wettbewerbsfähigkeit</li> <li>▪ Geography vs. Institutions</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Staatliche Standort- und Direktinvestitionsförderungs politik:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wirtschaftspolitik</li> <li>▪ Harte und weiche Standortfaktoren</li> <li>▪ Formen und Motive von Direktinvestitionen</li> <li>▪ Chancen und Risiken von Direktinvestitionen</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Wohlfahrtsaspekte:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entstehung von Krisen und Bewältigungsstrategien</li> <li>▪ Strategien der Armutsbekämpfung</li> </ul>   |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Todaro, M. P. &amp; Smith (2015). Economic Development, 12th Ed., Harlow: Pearson.</li> <li>▪ Hemmer, H.-R. (2002). Wirtschaftsprobleme der Entwicklungsländer, 3. Aufl., München: Vahlen.</li> <li>▪ Krugman, P., Obstfeld, M. &amp; Melitz, M. (2015). Internationale Wirtschaft. Theorie und Politik der Außenwirtschaft, 10. Aufl., München: Pearson Studium.</li> </ul> |      |                               |           |

*Weiterführende Literatur:*

- Feenstra, R. C. & Taylor, A. M. (2011). International Economics, 2nd Ed., New York: Worth.
- Hill, C. (2011). International Business. Competing in the Global Marketplace, 8th Ed., New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Kutschker, M. & Schmid, S. (2011). Internationales Management, 7. Aufl., München: Oldenbourg.
- Sangmeister, H. & Schönstedt, A. (2009). Wege und Irrwege zum Wohlstand – Theorien und Strategien wirtschaftlicher Entwicklung. Baden-Baden: Nomos.
- Carbaugh, R. J. (2015). International Economics, 15th Ed., Boston: Cengage.
- Wall, S., Minocha, S. & Rees, B. (2015). International Business. Harlow: Pearson.
- De Melo, J. (2015). Developing Countries in the World Economy. New Jersey: World Scientific.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine



| Marktorientierte Führung internationaler Unternehmen  |  |                               |     | BMD-I006                  |           |
|---|--|-------------------------------|-----|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b>  |  | BMD (Vollzeit)                |     |                           |           |
| <b>ECTS</b>   | 6  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 180 | <b>Modulbetreuer</b>      | G. Mielke |
| <b>Modus</b>  | Pflicht  | <i>Präsenz:</i>               | 60  | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1  | <i>Selbststudium:</i>         | 120 |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>   |  |                               |     |                           | <b>ID</b> |
| Internationales Marketing   |  |                               |     |                           |           |
| Praxisprojekt Marktforschung  |  |                               |     |                           |           |
| <b>Prüfung</b>  | Projektarbeit und Präsentation   |                               |     |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   | Keine  |                               |     |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –  |                               |     |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>   | Die Gesamtnote ermittelt sich aus den Teilleistungen Projektarbeit und Präsentation. Für das Bestehen müssen beide Teilleistungen mindestens mit „ausreichend“ (Note 4) bewertet werden. |                               |     |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>   |  |                               |     |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |  |                               |     |                           |           |
| <p>Aufbauend auf allgemeinen Marketing-Grundlagen überblicken die Studierenden das Marketingmanagement in einem internationalen Kontext. Sie kennen die wesentlichen Motive für eine internationale Ausrichtung der Marketingaktivitäten und sind in der Lage, internationale Aspekte in die Marketingaufgaben im Unternehmen einzubeziehen. Sie können durch ihr Wissen über den Einsatz von Marketinginstrumenten im internationalen Kontext effektive Handlungsalternativen zur Realisierung von Marketingzielen aufzeigen. Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse der Marktforschung. Sie sind in der Lage, diese im internationalen Kontext einzuordnen und sind befähigt, ihre erworbenen Marktforschungskennntnisse unter Berücksichtigung der besonderen Erhebungstechnischen Komplexität, anzuwenden. Sie kennen die unterschiedlichen Methoden der Marktforschung und sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse im Rahmen von eigenen Fallstudien anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und vor einer Gruppe zu präsentieren.</p> |  |                               |     |                           |           |

*Überfachliche Kompetenz:*

*Instrumentale Kompetenzen*

Die Studierenden verstehen die Instrumente und Konzepte des Marketings im internationalen Umfeld kontextadäquat einzusetzen. Sie verstehen die Notwendigkeit, Kundenbedürfnisse zu erkennen und im Rahmen internationaler Marketingstrategien angemessen zu berücksichtigen. Die Studierenden nutzen ihr Marketingwissen als Entscheidungsgrundlage eines zielorientierten Marketingmanagement und beherrschen dessen Anwendung. Die Studierenden kennen quantitative und qualitative Methoden der Marktforschung und sind in der Lage, differente Forschungsstrategien sowie Herausforderungen in der Datenerhebung, -analyse und -interpretation zu bewältigen. Sie können mit einem vorliegenden Befragungsinstrument eigenständig und/oder in Gruppen aktiv eine Befragung umsetzen und valide Aussagen mittels eines standardisierten Fragebogens erheben. Die Studierenden kennen die Vielfältigkeit der Anwendungsmöglichkeiten von Marktforschungsmethoden bei der Analyse von Fragestellungen der Konsumforschung und des Marketingmanagement. Sie erwerben fundierte Entscheidungsgrundlagen auf Basis der Marktforschung und sind in der Lage, Befragungsergebnisse zu reflektieren.

*Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen*

Die Studierenden sind in der Lage, Fragen des Marketings im internationalen Kontext mit Fachvertretern und Vorgesetzten zu diskutieren und ihren eigenen Standpunkt wissenschaftlich fundiert zu vertreten. Die erworbenen Marktforschungskenntnisse können zielgerichtet auf unterschiedliche Fragestellungen angewendet und im Management des Unternehmens eingesetzt werden. Die Studierenden können zur Problemlösung und Weiterentwicklung bezüglich absatzpolitischer Fragen beitragen Sie besitzen die Fähigkeit, wissenschaftliche Methoden der Evaluation bei der Lösung praktischer Marketingprobleme in Form von Fallstudien anzuwenden und die gewonnenen Erkenntnisse kritisch zu reflektieren.

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden erkennen die Bedeutung marketingrelevanter Informationen für die internationale Marktbearbeitung und können diese selbstständig recherchieren. Sie begreifen, dass sich Unternehmen kontinuierlich an sich ändernde Marktsituationen und Konsumentenbedürfnisse anpassen müssen. Sie kennen den Rückkopplungscharakter von Marketingentscheidungen im Zusammenhang der Unternehmenssteuerung. Sie sind in der Lage, durch den Einsatz von Marketinginstrumenten Entwicklungsprozesse in Gang zu bringen, die zum ökonomischen Erfolg des Unternehmens beitragen können.

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE  |      |                               |           |
|--|------|-------------------------------|-----------|
| Instrumente und Konzepte des Marketing im internationalen Kontext  |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>  | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>   | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>  | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>   |      |                               |           |
| <i>Vertiefung Marketingmanagement:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marketing-Management</li> <li>▪ Ansätze der modernen Marketingtheorie</li> <li>▪ Global Marketing Management</li> <li>▪ Herausforderungen und Bedeutung des internationalen Marketing</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Theorie der Internationalisierung :</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Theoretische Grundlagen und Perspektiven des internationalen Marketing</li> <li>▪ Managementperspektiven des internationalen Marketing</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Grundausrichtung des Internationalen Marketing:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Neue Märkte und Herausforderungen im Marketing</li> <li>▪ Internationales Marketingmanagement</li> <li>▪ Determinanten des internationalen Marketing</li> <li>▪ Internationale Marktforschung</li> <li>▪ Marktsegmentierung</li> <li>▪ Entscheidungsfelder der internationalen Marketingstrategie</li> <li>▪ Markteintrittsstrategien</li> <li>▪ Marktbearbeitungsstrategien</li> </ul> |      |                               |           |
| <i>Einsatz von Marketinginstrumenten im internationalen Kontext:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Standardisierung und Differenzierung</li> <li>▪ Ausgestaltung des internationalen Marketing-Mix</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Case Analysis/Fallstudien</i>   |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>   |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Berndt, R., Fantapié Altobelli, C. &amp; Sander, M. (2016). Internationales Marketing-Management, 5. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.</li> <li>▪ Zentes, J., Swoboda, B. &amp; Schramm-Klein, H. (2013). Internationales Marketing, 3. Aufl., München: Vahlen.</li> <li>▪ Kotabe, M. &amp; Helsen, K. (2010). Global Marketing Management, 5th Ed., Danvers: Wiley.</li> </ul>      |      |                               |           |

**Weiterführende Literatur:**

- Homburg, C. (2017). Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Keegan, W. J.; M. C. Green (2011). Global marketing, 6th Ed., Boston [u.a.]: Pearson.
- Kuß, A. (2013). Marketing-Theorie. Eine Einführung, 3. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Müller, S. & Gelbrich, K. (2015). Interkulturelles Marketing, 2. Aufl., München: Vahlen.
- Backhaus, K. & Voeth, M. (2010). Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Johnson, N. (2015). Future of Marketing: The Strategies from 15 Leading Brands on How Authenticity, Relevance, and Transparency Will Help You Survive the Age of the Customer. Upper Saddle River: Pearson.
- Roemer, E. (2014). Internationales Marketing-Management. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Heilmann, T. (2006). Praxishandbuch Internationales Marketing. Wiesbaden: Gabler.
- Doole, I. & Lowe, R. (2012). International Marketing Strategy. Analysis, Development and Implementation, 6th Ed., London: Cengage Learning EMEA.
- Kotler, P., Keller, K. L. & Bliemel, F. (2016). Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln, 16. Aufl., München: Pearson.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

**Praxisprojekt Marktforschung**

|                 |   |                               |           |           |
|-----------------|---|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3 | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 2 | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

**Inhalte**

*Theoretische Grundlagen der Marktforschung:*

- Aufgaben und wissenschaftstheoretische Grundzüge der Marktforschung
- Bedeutung von Information im Marketing
- Marktforschungsprozess

*Methoden der Marktforschung: Informationsgewinnung und Auswertung:*

- Datenerhebung und -aufbereitung
- Datenanalyse und -auswertung

*Angewandte Marktforschung bei ausgewählten Problemstellungen als Praxisprojekt Marktforschung in Zusammenarbeit mit Praxispartnern sowie Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Marketingpraxis im nationalen und internationalen Kontext*

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Gansser, O. & Krol, B. (2017). Moderne Methoden der Marktforschung. Kunden besser verstehen. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Magerhans, A. (2016). Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer.
- Berekoven, L., Eckert, W. & Ellenrieder, P. (2009). Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Aufl., Wiesbaden: Gabler.

*Weiterführende Literatur:*

- Grunwald, G. & Hempelmann, B. (2012). Angewandte Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung. München: Oldenbourg.
- Grunwald, G. & Hempelmann, B. (2013). Übungen zur angewandten Marktforschung. München: Oldenbourg.
- Theobald, A. (2017). Praxis Online-Marktforschung. Grundlagen, Anwendungsbereiche, Durchführung. Wiesbaden: Springer.
- Ottawa, M. & Rietz, C. (2015). Betriebliche Marktforschung. Mehrwert für Marketing, Steuerung und Strategie. Berlin: De Gruyter/Oldenbourg.
- Burns, A. C. & Bush, R. F. (2014). Marketing Research, 7th Ed., Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Takhar-Lail, A. & Ghorbani, A. (2015). Market Research Methodologies. Multi-Method and Qualitative Approaches. Hershey: Business Science Reference.
- Buber, R. & Holzmüller, H. H. (Hrsg.) (2009). Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methoden – Analysen, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Olbrich, R., Battenfeld, D. & Buhr, C.-C. (2012). Marktforschung. Ein einführendes Lehr- und Übungsbuch. Berlin: Springer.
- Herrmann, A., Homburg, C. & Klarmann, M. (Hrsg.) (2008). Handbuch-Marktforschung. Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, 3. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Bauer, E. (2009). Internationale Marketingforschung. Informationsgewinnung für das internationale Marketing, 4. Aufl., München: Oldenbourg.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Die Studierenden bearbeiten ein ausgewähltes Praxisprojekt.

| General Management  |   |                               |     | BMD-I007                  |            |
|---|---|-------------------------------|-----|---------------------------|------------|
| <b>Studiengang</b>  | BMD (Vollzeit)  |                               |     |                           |            |
| <b>ECTS</b>   | 6   | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 180 | <b>Modulbetreuer</b>      | C. Schultz |
| <b>Modus</b>  | Pflicht   | <i>Präsenz:</i>               | 60  | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN      |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1   | <i>Selbststudium:</i>         | 120 |                           |            |
| <b>Teilmodule</b>   |   |                               |     | <b>ID</b>                 |            |
| Strategisches Management  |   |                               |     |                           |            |
| Management komplexer und dynamischer Systeme  |   |                               |     |                           |            |
| Business Cases  |   |                               |     |                           |            |
| <b>Prüfung</b>  | Fallstudie  |                               |     |                           |            |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   | Keine   |                               |     |                           |            |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –   |                               |     |                           |            |
| <b>Besonderheiten</b>   | In das Modul können Gastvorträge und/oder Exkursionen integriert werden, um den Studierenden die Möglichkeit zur eigenen Netzwerkbildung zu bieten. |                               |     |                           |            |
| <b>Kompetenzziele</b>   |   |                               |     |                           |            |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |   |                               |     |                           |            |
| <p>Die Studierenden kennen die klassischen Ansätze des strategischen Managements sowie deren Verfahren und Instrumente. Sie können wirtschaftsbezogene Systeme identifizieren, modellieren und gezielt analysieren. Sie wissen um die Bedeutung von Feedbackstrukturen und sind mit Managementansätzen vertraut, die für den Umgang mit Herausforderungen komplexer und dynamischer Systeme geeignet sind. Sie kennen und beherrschen die Instrumente des Systemdenkens zur Abbildung der dynamischen Komplexität der Entscheidungsprozesse in Systemen, Organisationen und Unternehmen. Die Studierenden kennen die Wettbewerbsdynamiken des Systemdenkens und können diese zur Lösung der betrieblichen Probleme anwenden. Sie verfügen über ein Instrumentarium zur Unterstützung von Planung, Entscheidung und theoriegeleiteter Lösungsfindung und sind mit realen Fällen, die die Notwendigkeit und Sinnhaftigkeit des entsprechenden Instrumentariums zeigen, vertraut.</p>  |   |                               |     |                           |            |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>   |   |                               |     |                           |            |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>  |   |                               |     |                           |            |
| <p>Die Studierenden können ihre Kenntnisse der Teilbereiche des strategischen Managements sowie von System und Strategy Dynamics zielgerichtet in Problemlösungsprozessen in Unternehmen anwenden und einbringen. Sie können die ihnen bekannten Instrumente des strategischen Managements situationsadäquat auf praktische Fragestellungen anwenden. Ebenso sind sie in der Lage, die Prinzipien des Systemdenkens in Problemlösungsprozessen anzuwenden. Sie können Probleme in dynamischer Perspektive formulieren, Schlüsselvariablen identifizieren, Zeitverläufe für diese skizzieren und Feedbackdiagramme entwickeln. Sie sind in der Lage, Feedbackstrukturen und Zeitverhalten einander zuzuordnen. Die Studierenden sind durch die Bearbeitung von Fallstudien befähigt, Problembereiche im Unternehmen detailliert abzubilden und im Hinblick auf Verbesserungspotentiale zu analysieren. Sie wissen Instrumente und Strategien zum Herstellen von Wettbewerbsvorteilen in dynamischen Märkten zu implementieren.</p> |   |                               |     |                           |            |

#### *Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen*

Die Studierenden können im Rahmen unternehmerischer Planungs- und Entscheidungsprozesse fachbezogen in interdisziplinären Teams mitarbeiten. Sie sind in der Lage, eigene Standpunkte zu entwickeln und diese gegenüber Fachvertretern und Vorgesetzten differenziert zu vertreten. Die Studierenden können grafische Feedback-Modelle und einfache bis mittelkomplexe Computersimulationsmodelle gezielt in teambasierten Problemlösungsprozessen als Grundlage zur Verbesserung von Entscheidungsregeln und Entscheidungen in Unternehmen und Organisationen einsetzen.

#### *Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden wissen, dass das Strategische Management maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen beiträgt. Sie sind in der Lage, die Bedeutung der Dynamik von Systemen zu verstehen und wissen um die Bedeutung einer feedbackorientierten und ressourcenbasierten Sichtweise komplexer wirtschaftlicher und außerwirtschaftlicher Systeme. Sie verfügen über geeignete Instrumente zur Abbildung und Analyse von Problemen und können die grundlegenden Ideen des Systemdenkens auf vielfältige Problembereiche im Unternehmen, aber auch außerhalb der Unternehmenswelt auf soziale, ökonomische und ökologische Fragestellungen übertragen.

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE   |      |                               |           |
|---|------|-------------------------------|-----------|
| Strategisches Management  |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>   | 2    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>60</b> |
| <b>Typ</b>  | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 20        |
| <b>Semester</b>   | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 40        |
| <b>Inhalte</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlagen:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gegenstand und disziplinäre Einbettung des strategischen Managements</li> <li>▪ Aufgaben des strategischen Managements</li> <li>▪ Strategisches Management auf Geschäftsfeld- und Unternehmensebene</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Ansätze des strategischen Managements:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rational-entscheidungsorientierte Ansätze</li> <li>▪ Ökonomische Perspektiven</li> <li>▪ Ressourcen- und wissensbasierte Ansätze</li> <li>▪ Organisationsökologische Ansätze</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Prozess des strategischen Managements:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Strategische Zielplanung</li> <li>▪ Strategische Analyse und Prognose</li> <li>▪ Strategieformulierung und -bewertung</li> <li>▪ Strategiewahl und -implementierung</li> <li>▪ Strategische Kontrolle</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>St. Galler Business-Innovation Modell:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dimensionen</li> <li>▪ Strategie</li> <li>▪ Methoden und Instrumente</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Kontinuierliche Business Innovation:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innovation Strategy: systematische Weiterentwicklung komplexer Geschäftslösungen</li> <li>▪ Reifegradmodellbasiertes Management</li> <li>▪ Neue Formen der Zusammenarbeit</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Digitale Transformation:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Digital Business: Digitalisierung und Wandel</li> <li>▪ Digitalisierungsprozess und Transformationsaktivitäten</li> <li>▪ Agile Organisation</li> <li>▪ Chancen und Herausforderungen</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Ausgewählte analyse- und entscheidungsunterstützende Methoden und Instrumente</i>  |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Welge, M. &amp; Al-Laham, A. (2016). Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung, 7. Aufl., Wiesbaden: Gabler.</li> <li>▪ Lombriser, R. &amp; Abplanalp, P. A. (2015). Strategisches Management. Visionen entwickeln. Erfolgspotenziale aufbauen. Strategien umsetzen, 6. Aufl., Zürich: Versus.</li> <li>▪ Grant, R. M. (2010). Contemporary Strategy Analysis [Text and Cases Edition], 7th ed., Hoboken: Wiley.</li> </ul> |      |                               |           |



*Weiterführende Literatur:*

- Hoffmann, C., Lennerts, S., Schmitz, C., Stölzle, W. & Uebernickl, F. (Hrsg.) (2016). Business Innovation. Das St. Gallener Modell. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hungenberg, H. (2014). Strategisches Management in Unternehmen. Ziele, Prozesse, Verfahren, 8. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Baum, H.-G., Coenenberg, A. G. & Günther, T. (2007). Strategisches Controlling, 4. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Jannesson, E., Nilsson, F. & Rapp, B. (2016). Strategy, Control and Competitive Advantage: Case Study Evidence, 2nd ed., Berlin: Springer.
- Müller-Stewens, G. & Lechner, C. (2011). Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 4. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Hungenberg, H. & Meffert, J. (Hrsg.) (2015). Handbuch Strategisches Management, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Dess, G. G. , Lumpkin, G. T. & Eisner, A. B. (2016). Strategic Management. Text and Cases, 8th ed., New York: McGraw-Hill.
- Carpenter, M. & Sanders, G. (2014). Strategic Management. Concepts and Cases. Harlow: Pearson.
- Kreutzer, R., Neugebauer, T. & Pattloch, A. (2016). Digital Business Leadership. Digitale Transformation, Geschäftsmodell-Innovation, agile Organisation, Change Management. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Management komplexer und dynamischer Systeme   |      |                               |    |
|--|------|-------------------------------|----|
| <b>ECTS</b>  | 2    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 60 |
| <b>Typ</b>   | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 20 |
| <b>Semester</b>  | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 40 |
| <b>Inhalte</b>   |      |                               |    |
| <i>Einführung: Beergame</i>  |      |                               |    |
| <i>Grundlagen:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Systemtheorie und systemisches Denken</li> <li>▪ Systemanalyse</li> <li>▪ Systemmodelle</li> <li>▪ Systemisches Denken in der Anwendung</li> </ul>  |      |                               |    |
| <i>Komplexität und Dynamik als Herausforderung für das Management:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Komplexität als Herausforderung</li> <li>▪ Dynamik als Herausforderung</li> </ul>   |      |                               |    |
| <i>Feedback-Strukturen:</i>  |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Feedback-Loops zur Erklärung des Verhaltens von Systemen</li> <li>▪ Selbstverstärkendes und zielsuchendes Feedback</li> <li>▪ Feedback-Diagramme als Ausgangspunkt der organisationalen Verbesserung</li> <li>▪ Lernen aus Feedback-Diagrammen</li> </ul>   |      |                               |    |
| <i>System-Dynamics-Simulationen:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen System-Dynamics-basierter Computersimulation</li> <li>▪ Bestands- und Flussgrößen als zentrale Beschreibungselemente von Systemen</li> <li>▪ Modellieren von Verhaltens- und Entscheidungsregeln</li> <li>▪ Verzögerungsglieder in Realsystemen und System-Dynamics-Modelle</li> <li>▪ Validierung von Computersimulationsmodellen</li> <li>▪ Erwartungen und Prognosen bei der Entscheidungsfindung</li> <li>▪ Computersimulationen mit Hilfe von Vensim</li> </ul> |      |                               |    |
| <b>Literatur</b>   |      |                               |    |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sterman, J. D. (2010). Business Dynamics – System Thinking and Modeling for a Complex World. Boston: McGraw-Hill.</li> <li>▪ Warren, K. (2008). Strategic Management Dynamics. Chichester: John Wiley &amp; Sons.</li> <li>▪ Morecroft, J. D. W. (2007). Strategic Modelling and Business Dynamics: A Feedback Systems Approach. Hoboken: Wiley.</li> </ul>   |      |                               |    |

*Weiterführende Literatur:*

- Forrester, J.W. (1961). Industrial Dynamics. Portland: Productivity Press.
- Dörner, D. (1989). Die Logik des Misslingens: Strategisches Denken in komplexen Situationen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- García, J.M. (2006). Theory and Practical Exercises of System Dynamics. Barcelona: Juan Martín García.
- Strohhecker, J. & Sehnert, J. (Hrsg.). (2008). System Dynamics für die Finanzindustrie: Simulieren und Analysieren dynamisch-komplexer Probleme. Frankfurt: Frankfurt-School-Verlag.
- Baecker, D. (1994). Postheroisches Management. Ein Vademecum. Berlin: Merve.
- Senge, P.M. (2006). The Fifth Discipline. The Art and Practice of the Learning Organization. New York, London, Toronto, Sydney, Aukland: Doubleday/Currency.
- McGarvey, B. & Hannon, B. (2004). Dynamic Modeling for Business Management. An Introduction. New York: Springer.
- Warren, K. (2002). Competitive Strategy Dynamics. Chichester: Wiley.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).
- Studienbrief der HWTK

**Besonderheiten**

Keine

Business Cases

|                 |   |                               |           |           |
|-----------------|---|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3 | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>60</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | Ü | <i>Präsenz:</i>               | 20        |           |
| <b>Semester</b> | 2 | <i>Selbststudium:</i>         | 40        |           |

**Inhalte**

- *Vertiefte Bearbeitung ausgewählter Fallstudien (Harvard Business Cases) zum General Management.*

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Janovsky, J. (Hrsg.) (2006). Management-Kompetenz durch Fallstudientechnik. Talente erkennen und entwickeln. Wiesbaden: Gabler.
- Ridder, H.-G. (2016). Case Study Research. Approaches, Methods, Contribution to Theory. Mering: Hampp.
- Jannesson, E., Nilsson, F. & Rapp, B. (2016). Strategy, Control and Competitive Advantage: Case Study Evidence, 2nd Ed., Berlin: Springer.

*Weiterführende Literatur:*

- Grant, R. M. (2010). Contemporary Strategy Analysis [Text and Cases Edition], 7th ed., Hoboken: Wiley.
- Barney, J. B. & Hesterly, W. S. (2012). Strategic Management and Competitive Advantage, 4th ed., Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Warren, K. (2002). Competitive Strategy Dynamics. Chichester: Wiley.
- Morecroft, J. D. W. (2007). Strategic Modelling and Business Dynamics: A Feedback Systems Approach. Hoboken: Wiley.
- Sterman, J. D. (2010). Business Dynamics – System Thinking and Modeling for a Complex World. Boston: McGraw-Hill.
- Bhaduri, S. & Fogarty, D. (2016). Advanced Business Analytics. Essentials for Developing a Competitive Advantage. Puchong: Springer.
- North, K. & Varvakis, G. (Eds.) (2016). Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises. Increasing Crisis Resilience, Agility and Innovation in Turbulent Times. Cham: Springer.
- Dess, G. G. , Lumpkin, G. T. & Eisner, A. B. (2016). Strategic Management. Text and Cases, 8th ed., New York: McGraw-Hill.
- Carpenter, M. & Sanders, G. (2014). Strategic Management. Concepts and Cases. Harlow: Pearson.
- Ausgewählte Fallstudien der Harvard Business Cases (General Management)
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Bei der Bearbeitung der Fallstudien sind entsprechende Branchenspezifika explizit zu berücksichtigen. Der zu analysierenden Fallstudien sollen wirklichkeitsnah sein und mehrere Lösungsmöglichkeiten zulassen.

| Qualitätsmanagement   |                |                               |            | BMD-I008                        |
|---|----------------|-------------------------------|------------|---------------------------------|
| <b>Studiengang</b>  | BMD (Vollzeit) |                               |            |                                 |
| <b>ECTS</b>   | 6              | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b> G. Mielke  |
| <b>Modus</b>  | VL + Ü         | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> DE/EN |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1              | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                                 |
| <b>Teilmodule</b>   |                |                               |            | <b>ID</b>                       |
| Qualitätsgerechte Organisation  |                |                               |            |                                 |
| Instrumente des Qualitätsmanagements  |                |                               |            |                                 |
| <b>Prüfung</b>  | K 90           |                               |            |                                 |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   | Keine          |                               |            |                                 |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –              |                               |            |                                 |
| <b>Besonderheiten</b>   | Keine          |                               |            |                                 |
| <b>Kompetenzziele</b>   |                |                               |            |                                 |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden kennen die Grundlagen des Qualitätsmanagements und wissen um dessen Bedeutung in Unternehmen. Sie verfügen – je nach gewähltem Teilmodul – über vertiefte Kenntnisse über Qualitätsmanagementsysteme, branchenspezifische QM-Lösungen oder ausgewählte Instrumente des Qualitätsmanagements. Sie sind sich der Anforderungen an betriebliche Qualitätsmanagementsysteme bewusst und kennen so die Prozess- und Informationsschnittstellen zu operationalisierten Qualitätskriterien in der Organisation und von Projekten. |                |                               |            |                                 |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>   |                |                               |            |                                 |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>  |                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden sind in der Lage, durch Integration von Qualitäts- und Projektmanagement sowie die Nutzung ausgewählter Instrumente des Qualitätsmanagements die Anforderungen an qualitätsgerechte Organisationsarbeit effektiv und zielorientiert zu erfüllen. Sie verstehen es, Organisations- und Projektmerkmale an allgemeinen Kriterien eines Qualitätsmanagementsystems auszurichten.  |                |                               |            |                                 |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>  |                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden können mit Kollegen, Vorgesetzten und Fachvertretern fachkompetent über qualitätsrelevante Fragestellungen diskutieren und im Team Antworten auf diese finden.   |                |                               |            |                                 |
| <i>Systemische Kompetenzen</i>  |                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden können die Bedeutung eines konsequenten Qualitätsmanagements beurteilen. Sie sind in der Lage, betriebliche QM-Anstrengungen in einen größeren Zusammenhang einzubetten.   |                |                               |            |                                 |

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE   |      |                               |           |
|---|------|-------------------------------|-----------|
| Qualitätsgerechte Organisation  |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>   | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>  | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>   | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>  |      |                               |           |
| <i>Qualitätsmanagement – Anforderungen an Unternehmen:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen und Perspektiven der Qualität: Begriffe und theoretische Konzepte</li> <li>▪ Qualitätsplanung und -kontrolle</li> <li>▪ Ermittlung der Produkthanforderungen/Quality Function Management</li> <li>▪ Modelle des Qualitätsmanagements und deren Bedeutung</li> <li>▪ Qualitätsmanagementsysteme entsprechend DIN EN ISO 9001:2015</li> <li>▪ Qualitätsmanagement Grundsätze</li> </ul> |      |                               |           |
| <i>Qualitätsmanagement aus internationaler Perspektive:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Internationale Qualitätskonzepte</li> <li>▪ Historische und geographische Entwicklung der Qualitätsmanagement-Konzepte</li> <li>▪ Europäischen Normung</li> <li>▪ Kulturelle Einflüsse auf die Qualität</li> <li>▪ Nationale und internationale Qualitätsnormen und Richtlinien</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Qualitätsmanagementsysteme und -methoden:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Integration anderer Management-Systeme</li> <li>▪ TQM</li> <li>▪ Modell eines prozessorientierten QM-System</li> <li>▪ EFQM</li> <li>▪ Kontinuierliche Verbesserungsprogramme</li> <li>▪ Kaizen</li> <li>▪ Six Sigma, DMAIC</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Kundenmanagement als Aufgabe von Qualitätsmanagement:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Messung der Kundenzufriedenheit</li> <li>▪ Kundenmanagement</li> <li>▪ Beschwerdemanagement</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Integrierte Qualitätsmanagementsysteme:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufbau und Einführung eines QM-Systems</li> <li>▪ Management von Ressourcen</li> <li>▪ Produktrealisierung</li> <li>▪ Organisations- und Führungsstrukturen</li> <li>▪ Qualitätskostenmanagement</li> <li>▪ Qualitätscontrolling</li> <li>▪ Dokumentation des QM-Systems</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Qualitätsmanagement in Projekten:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufgaben des Projektmanagements zur Einführung von QM-Systemen</li> <li>▪ Kriterien des QM in Projekten: Projektinitialisierung und -durchführung</li> <li>▪ Integration des PM in betriebliche Qualitätsmanagementsysteme</li> </ul>  |      |                               |           |

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Herrmann, J. (2016). Qualitätsmanagement. Lehrbuch für Studium und Praxis, 2. Aufl. München: Hanser.
- Pfeifer, T. & Schmitt, R. (Hrsg.) (2014). Masing. Handbuch Qualitätsmanagement , 6. Aufl., München: Hanser.
- Benes, G. M. E. & Groh, P. E. (2014). Grundlagen des Qualitätsmanagements, 3. Aufl., München: Hanser.

*Weiterführende Literatur:*

- Bruhn, M. (2016). Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen, Konzepte, Methoden, 10 Aufl., Berlin: Springer Gabler.
- Zollondz, H.-D. (2011). Grundlagen Qualitätsmanagement: Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme und Konzepte, 3. Aufl., München: Oldenbourg.
- Brunner, F. J. & Wagner, K. W. (2016). Qualitätsmanagement. Leitfaden für Studium und Praxis, 6. Aufl., München: Hanser.
- Goetsch, D. L. & Davis, S. (2016). Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality, 8th Ed., Harlow: Pearson.
- Mitra, A. (2016). Fundamentals of Quality Control and Improvement, 4th Ed., Hoboken: Wiley.
- Juran, J. M. & De Feo, J. A. (2010). Juran's Quality Handbook. The Complete Guide to Performance Excellence, 6th Ed., New York: McGraw-Hill.
- Brüggemann, H. & Bremer, P. (2015). Grundlagen Qualitätsmanagement. Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Graebig, K. (Hrsg.) (2016). DIN EN ISO 9001:2015. Vergleich mit DIN EN ISO 9001:2008. Änderungen und Auswirkungen mit den deutschen Texten und Normen. Berlin: Beuth.
- Lapschies, R. & Lembke, R. (2016). Praxishandbuch Qualitätsmanagement. Änderungen und Anforderungen der DIN EN ISO 9001:2015. Merching: Forum.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

**Instrumente des Qualitätsmanagements**

|                 |      |                               |           |           |
|-----------------|------|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

## **Inhalte**

### *Grundlagen:*

- Qualität als Wettbewerbsfaktor
- Gründe für steigende Qualitätsanforderungen
- Wirkungsfelder der Qualität
- Qualitätsniveau als Wettbewerbsstrategie
- Deming'sche Reaktionskette

### *Qualitätsmanagement:*

- Begrifflichkeiten
- Strategieelemente des QM
- Konzepte des QM
- TQM

### *Qualitätstechniken/-instrumente:*

- Fehlermöglichkeits- und Einflussanalyse/FMEA
- Quality Function Deployment
- Benchmarking
- Poka Yoke
- Genichi-Taguchi-Methode



*Ausgewählte elementare Qualitätswerkzeuge, z.B.:*

- Fehlersammelliste, Fehlerbaumanalyse, FMEA
- Histogramm
- Qualitätsregelkarten
- Pareto-Diagramm
- Ishikawa-Diagramm
- Korrelationsdiagramm
- Ursache-Wirkungs-Diagramm
- Flussdiagramm
- Prozessschritt-/Abteilungsmatrix
- Deming Zirkel
- Balanced Scorecard

*Sieben Management-Werkzeuge des Kontinuierlichen Verbesserungsprozesses:*

- Affinitätsdiagramm
- Relationsdiagramm
- Portfolio
- Matrixdiagramm
- Baumdiagramm
- Netzplan
- Problementscheidungsplan

*Zertifizierung und Auditing:*

- Grundlagen der Auditierung
- Zertifizierung
- Gründe für Zertifizierung
- Ablaufschema
- QM-Handbuch

*Qualität im Dienstleistungsmanagement:*

- Determinanten und Erfolgsfaktoren
- Messung der Dienstleistungsqualität: Methoden und Instrumente
- Kundenanforderungen
- Kundenzufriedenheit
- Beschwerdemanagement

*Integrierte Managementsysteme:*

- Grundlagen
- Normen
- Aufbau eines integrierten Managementsystems
- Konzepte (TQM, EFQM, St. Gallen)

*Aktuelle, branchenbezogene Fallstudien zum Qualitätsmanagement*

## Literatur

### Grundlegende Literatur:

- Pfeifer, T. & Schmitt, R. (Hrsg.) (2014). Masing. Handbuch Qualitätsmanagement , 6. Aufl., München: Hanser.
- Benes, G. M. E. & Groh, P. E. (2014). Grundlagen des Qualitätsmanagements, 3. Aufl., München: Hanser.
- Kamiske, G. E. (Hrsg.) (2012). Handbuch QM-Methoden. Die richtige Methode auswählen und erfolgreich umsetzen. München: Hanser.

### Weiterführende Literatur:

- Herrmann, J. (2016). Qualitätsmanagement. Lehrbuch für Studium und Praxis, 2. Aufl. München: Hanser.
- Zollondz, H.-D. (2011). Grundlagen Qualitätsmanagement: Einführung in Geschichte, Begriffe, Systeme und Konzepte, 3. Aufl., München: Oldenbourg.
- Goetsch, D. L. & Davis, S. (2016). Quality Management for Organizational Excellence: Introduction to Total Quality, 8th Ed., Harlow: Pearson.
- Mitra, A. (2016). Fundamentals of Quality Control and Improvement, 4th Ed., Hoboken: Wiley.
- Juran, J. M. & De Feo, J. A. (2010). Juran's Quality Handbook. The Complete Guide to Performance Excellence, 6th Ed., New York: McGraw-Hill.
- Brüggemann, H. & Bremer, P. (2012). Grundlagen Qualitätsmanagement. Von den Werkzeugen über Methoden zum TQM. Wiesbaden: Vieweg+Teubner.
- Pfeifer, T. & Schmitt, R. (Hrsg.) (2014). Masing. Handbuch Qualitätsmanagement , 6. Aufl., München: Hanser.
- Seghezzi, H. D., Fahrni, F. & Herrmann, F. (2007). Integriertes Qualitätsmanagement: Der St. Galler Ansatz. München: Hanser.
- Bruhn, M. (2016). Qualitätsmanagement für Dienstleistungen. Handbuch für ein erfolgreiches Qualitätsmanagement. Grundlagen, Konzepte, Methoden, 10 Aufl., Berlin: Springer Gabler.
- DIN Deutsches Institut für Normung e.V. DIN EN ISO 9004: 2009. Leiten und Lenken für den nachhaltigen Erfolg einer Organisation - Ein Qualitätsmanagementansatz. Berlin: Beuth.
- DIN Deutsches Institut für Normung e.V.. DIN ISO 26000. Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010). Berlin: Beuth.
- EFQM Excellence Modell (2013). EFQM Publications. Brüssel: EFQM.
- Liesegang, D. G. (Hrsg.) (1999). Integrierte Managementsysteme für Qualität, Umweltschutz und Arbeitssicherheit. Berlin/Heidelberg: Springer.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

## Besonderheiten

Keine

| Prozessorientiertes Management   |   |                               |     | BMD-I009                  |           |
|--|---|-------------------------------|-----|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b> BMD (Vollzeit)  |   |                               |     |                           |           |
| <b>ECTS</b>  | 6   | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 180 | <b>Modulbetreuer</b>      | G. Mielke |
| <b>Modus</b>   | WPM   | <i>Präsenz:</i>               | 60  | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>  | 1   | <i>Selbststudium:</i>         | 120 |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>  |   |                               |     |                           | <b>ID</b> |
| Prozessanalyse und -beschreibung (WP)<br>Operations und Supply Chain Management (WP)<br>Prozessmanagement für Dienstleistungen (WP)  |   |                               |     |                           |           |
| <b>Prüfung</b>   | Jeweils K 45  |                               |     |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>  | Keine   |                               |     |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>   | –   |                               |     |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>  | Es sind zwei der drei Teilmodule zu belegen. Wahlpflichtfächer werden erst ab einer Mindestgröße von vier Studierenden angeboten. |                               |     |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>  |   |                               |     |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>  |   |                               |     |                           |           |
| Die Studierenden kennen die wesentlichen Konzepte des Prozessmanagement sowie des Service und Supply Chain Management. Sie wissen um die Bedeutung der effektiven Gestaltung von innerbetrieblichen und überbetrieblichen Prozessen und der Supply Chain in Fertigungs- und Dienstleistungsunternehmen. Sie sind in der Lage, angemessene Instrumente zur Analyse von Problemen, zur Planung und Beurteilung von alternativen Problemlösungen und der Umsetzung von Entscheidungen. Die Studierenden beherrschen Produktions- und Dienstleistungsprozesse so zu managen, dass sie optimal auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtet sind und somit Wettbewerbsvorteile für Unternehmen eröffnen.  |   |                               |     |                           |           |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>  |   |                               |     |                           |           |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>   |   |                               |     |                           |           |
| Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsprozesse zu analysieren, zu bewerten, zu strukturieren und optimal zu gestalten. Sie verstehen es, geeignete Tools auszuwählen, diese anzuwenden und als Basis für Verbesserung in der unternehmerischen Organisation zu verwenden. Sie können unterschiedliche Tools der Geschäftsprozessmodellierung zur Problemlösung effizient und effektiv einsetzen. Sie sind befähigt konkrete (Teil-)Prozesse aus dem Kooperationsunternehmen detailliert abzubilden und im Hinblick auf Optimierungspotentiale zu analysieren. Sie können zwischen unternehmensinternen Kernprozessen und Supportprozessen differenzieren und spezifische Beschaffungsentscheidungen in Unternehmen unter Berücksichtigung vorhandener Supply Chain- und Service-Chain-Netzwerke treffen. |   |                               |     |                           |           |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>   |   |                               |     |                           |           |
| Die Studierenden können mit Fachvertretern und Laien fachkompetent über die effektive Gestaltung von inner- und überbetrieblichen Prozessen in differenzierter Weise kommunizieren und diskutieren.  |   |                               |     |                           |           |

### *Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden sind in der Lage, die inner- und außerbetrieblichen Verflechtungen auf ihre Effektivität hin beurteilen zu können. Sie erkennen, dass eine effiziente Prozessgestaltung maßgeblich zur Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, die an der Supply oder Service Chain beteiligt sind, beiträgt. Sie erkennen, dass die Integration aller an der Wertschöpfungskette beteiligten Stakeholder Wettbewerbsvorteile ermöglicht, von denen alle Beteiligte profitieren können.

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE  |      |                               |           |
|--|------|-------------------------------|-----------|
| Prozessanalyse und –beschreibung   |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>  | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>   | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>  | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>   |      |                               |           |
| <i>Grundlagen des Prozessmanagements:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begriffliche Abgrenzungen</li> <li>▪ Prozessarten</li> <li>▪ Prozessorganisation: von funktionaler Organisation zur Prozessorientierung</li> <li>▪ Prozessmanagement zur kontinuierlichen Verbesserung</li> <li>▪ Prozessmanagement in KMU</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Prozessmanagement und Geschäftsprozessmanagement:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abgrenzung PM und GPM</li> <li>▪ Aufgaben und Ziele</li> <li>▪ Problemfelder</li> <li>▪ Phasen des Prozessmanagement</li> <li>▪ Beziehungen zwischen anderen Managementkonzepten (Bedeutung und strategische Ansätze)</li> </ul>  |      |                               |           |
| <i>Prozessanalyse und -beschreibung:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prozesse realisieren</li> <li>▪ Vorgehen zum Prozessdesign</li> <li>▪ Spezifikation und Gestaltungsmöglichkeiten von Prozessen</li> <li>▪ Beschreibung und Analyse der Ist-Prozesse</li> <li>▪ Prozessmodellierung</li> <li>▪ Lösungsansätze zur Optimierung von Prozessen (Gestaltung der Soll-Prozesse)</li> <li>▪ Prozessverbesserung und Reorganisation</li> <li>▪ Problemfelder und Implementierung</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Prozesscontrolling:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prinzip und Aufgaben der Prozesskontrolle</li> <li>▪ Vorgehensweise zur Auswahl von Prozesskennzahlen und KPIs</li> <li>▪ Risikoanalyse, Prozessüberwachung und -steuerung mittels Balanced Score Card</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Ausgewählte Beispiele anhand von Fallstudien zum Prozessmanagement</i>  |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>   |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>   |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Krampf, P. (2016). Strategisches Prozessmanagement. Instrumente und Philosophien für mehr Effizienz, Qualität und Kundenzufriedenheit. München: Vahlen.</li> <li>▪ Schmelzer, H.J. &amp; Sesselmann, W. (2013). Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Kunden zufrieden stellen – Produktivität steigern – Wert erhöhen, 8. Aufl., München: Carl Hanser.</li> <li>▪ Gaitanides, M. (2013). Prozessorganisation. Entwicklung, Ansätze und Programme des Managements von Geschäftsprozessen, 3. Aufl., München: Vahlen.</li> </ul> |      |                               |           |

*Weiterführende Literatur:*

- Moser, S. (2015). Geschäftsprozessmanagement aus ganzheitlicher Sicht. Nachhaltige Optimierungsmethoden als strategischer Erfolgsfaktor zur horizontalen und vertikalen Prozessintegration. Stuttgart: Steinbeis.
- Obermeier, S., Fischer, H., Fleischmann, A. & Dirndorfer, M. (2014). Geschäftsprozesse realisieren. Ein praxisorientierter Leitfaden von der Strategie bis zur Implementierung, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Binner, H. F. (2016). Methoden-Baukasten für ganzheitliches Prozessmanagement. Systematische Problemlösungen zur Organisationsentwicklung und -gestaltung. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Fischermanns, G. (2013). Praxishandbuch Prozessmanagement, 11. Aufl., Gießen: Schmidt.
- Becker, J., Kugeler, M. & Rosemann, M. (2008). Prozessmanagement. Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung (6. Aufl.). Berlin: Springer.
- Fürmann, T. & Dammasch, C. (2012). Prozessmanagement, 3. Aufl., München: Hanser.
- Vom Brocke, J. & Rosemann, B. (Hrsg.) (2010). Handbook on Business Process Management 1. Introduction, Methods, and Information Systems. Heidelberg, Dordrecht, London & New York: Springer.
- Ahlrichs, F. & Knuppertz, T. (2010). Controlling von Geschäftsprozessen. Prozessorientierte Unternehmenssteuerung umsetzen, 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., Johnston, R. & Betts, A. (2012). Operations and Process Management. Principles and Practice for Strategic Impact, 3rd Ed., Harlow: Pearson.
- Kern, E.-M. (2012). Prozessmanagement individuell umgesetzt. Erfolgsbeispiele aus 15 privatwirtschaftlichen und öffentlichen Organisationen. Berlin und Heidelberg: Springer.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Operations und Supply Chain Management |      |                               |           |
|--|------|-------------------------------|-----------|
| <b>ECTS</b>                            | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>                             | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>                        | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |

## Inhalte

### *Grundlagen des Operations und Supply Chain Management:*

- Begriffe, Einordnung, theoretische Ansätze
- Operation Management und der Funktionalbereich Operations
- Operations- und Supply Chain Strategie und Unternehmensstrategie
- Einfluss von Führungskonzepten auf die Gestaltung des Operations Management und Nutzenpotentiale

### *Integrationskonzepte des Operations Management:*

- Horizontale Integration
- Vertikale Integration
- Hierarchische Integration
- SCOR Modell

### *Informations- und planungszentriertes Operations- und Bestandsmanagement:*

- Prognose, Bedarf, Kapazitäten
- Bestandsmanagement
- Standort- und Produktionsplanung und -steuerung
- Werkzeuge
- Disposition und Lagermanagement
- Traveling Salesman Problem

### *Analyse und Instrumente des Operations und Supply Chain Management:*

- Analysetools im SCM: Supply Chain Modelle und Planung
- Analyse von Transportnetzwerken
- Materialflussanalyse
- Instrumente zur Bestandsreduzierung
- Instrumente zur Frachtkostenreduzierung
- Instrumente zur Qualitätssicherung
- Instrumente des Controllings: Kennzahlenmanagement

### *Operations und Supply Chain Management in kleinen und mittleren Unternehmen:*

- Kooperationen und Unternehmensnetzwerke
- SCM Systeme für KMU

### *Neue Herausforderungen für das Operations und Supply Chain Management*

- Digitalisierung
- Informationsbasiertes Operations und SCM

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Chopra, S. & Meindl, P. (2012). Supply Chain Management. Strategy, Planning, and Operation, 5th Ed., Harlow: Pearson/Prentice Hall.
- Werner, H. (2013). Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Thonemann, U. (2015). Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, 3. Aufl., München: Pearson.

*Weiterführende Literatur:*

- Simchy-Levi, D., Kaminsky, P. & Simchi-Levi, E. (2007). Managing the Supply Chain. Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies & Case studies, 3rd Ed., New York: McGraw-Hill.
- Schönsleben, P. (2011). Integrales Logistikmanagement. Operations und Supply Chain Management, 6. Aufl., Heidelberg: Springer.
- Wisner, J. D., Tan, K-C. & Leong, G. K. (2008). Principles of Supply Chain Management. A Balanced Approach, 3rd Ed., Mason: South-Western Cengage Learning.
- Engelhardt-Nowitzki, C., Nowitzki, O. & Zsifkovits, H. (Hrsg.) (2010). Supply Chain Network Management. Gestaltungskonzepte und Stand der praktischen Anwendung. Wiesbaden: Gabler.
- Reese, J. (2013). Operations Management. Optimale Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen im Unternehmen. München: Vahlen.
- Kurbel, K, (2010). Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, 7. Aufl., München: Oldenbourg.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J. & Cooper, M. B. (2013). Supply Chain Logistics Management, 4th Ed., New York: Mc-Graw-Hill.
- Krajewski, L. J., Malhotra, M. K. & Ritzman, L. P. (2016). Operations Management: Process and Supply Chains, 11th Ed., Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Fandel, G., Fistek, A. & Stütz, S. (2010). Produktionsmanagement, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.
- Arndt, H. (2010). Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse, 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., Johnston, R. & Betts, A. (2012). Operations and Process Management. Principles and Practice for Strategic Impact, 3rd Ed., Harlow: Pearson.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Prozessmanagement für Dienstleistungen |      |                               |           |
|--|------|-------------------------------|-----------|
| <b>ECTS</b>                            | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>                             | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>                        | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |



## Inhalte

### *Grundlagen des Prozessmanagement für Dienstleistungen:*

- Dienstleistungsbezogenes Prozessmanagement
- Begriffe, Einordnung, theoretische Ansätze
- Bedeutung, Elemente und Aufgaben des Prozessmanagement für Dienstleistungen
- Identifikation von Prozessen in Dienstleistungsbetrieben

### *Gestaltungsmodelle und Instrumente des Prozessmanagements für Dienstleistungen:*

- Motive für die Prozessorientierung bei Dienstleistungen und Service Operations Management
- Service Chain Management im Dienstleistungs- und Servicemanagement
- Service Supply Chain Design und Gestaltung
- Qualitätsbezogene Instrumente des Prozessmanagement für Dienstleistungen
- Zeitbezogene Instrumente des Prozessmanagement für Dienstleistungen
- Kostenbezogene Instrumente des Prozessmanagement für Dienstleistungen

### *Service Management:*

- Service Management: Begriffe, theoretische Ansätze
- Service Design und Operations
- Agiles Service Management

### *Service Chain Management in kleinen und mittleren Dienstleistungsunternehmen:*

- Kooperationen und Unternehmensnetzwerke
- Prozessmanagement in KMU bei Dienstleistungsanbietern: Bedeutung und Herausforderung

### *Neue Herausforderungen für das Service Chain Management im Dienstleistungssektor:*

- Digitalisierung
- Informationsbasiertes Prozessmanagement
- Service Innovation Management

### *Ausgewählte Beispiele anhand von Fallstudien zum Prozessmanagement in Dienstleistungsbetrieben*

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Haller, S. (2015). Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, 6. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Corsten, H., Gössinger, R. & Meyer, A, (Hrsg.) (2014). Service Management. UVK.
- Pepels, W. (2012). Service Management, 2. Aufl., München: Oldenbourg.

*Weiterführende Literatur:*

- Corsten, H. & Roth, S. (Hrsg.) (2017). Handbuch Dienstleistungsmanagement. München: Vahlen.
- Voudouris, C., Owusu, G., Dorne, R. & Lesaint, D. (2008). Service Chain Management. Berlin: Springer.
- Grabner, T. (2012). Operations Management. Auftragserfüllung bei Sach- und Dienstleistungen. Wiesbaden: Gabler.
- Bruhn, M. & Meffert, H. (2013). Handbuch Dienstleistungsmanagement. Von der strategischen Konzeption zur praktischen Umsetzung, 3. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Werner, H. (2013). Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Engelhardt-Nowitzki, C., Nowitzki, O. & Zsifkovits, H. (Hrsg.) (2010). Supply Chain Network Management. Gestaltungskonzepte und Stand der praktischen Anwendung. Wiesbaden: Gabler.
- Lusch, R. F. & Vargo, S. L. (2014). Service Dominant Logic. Premises, Perspectives, Possibilities. New York: Cambridge University Press.
- Bruhn, M. & Stauss, B. (Hrsg.). (2007). Forum Dienstleistungsmanagement. Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen. Wiesbaden: Gabler.
- Meffert, H., Bruhn, M. & Hadwich, K. (2015). Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, 8. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Fließ, S. (2009). Dienstleistungsmanagement. Kundenintegration gestalten und steuern. Wiesbaden: Gabler.
- Nini, M. (2011). Systemisches Dienstleistungsmanagement. Ein Ansatz für die hybride Wertschöpfung am Beispiel der Investitionsgüterindustrie. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Wissensmanagement und -technologien  |   |                               |     | BMD-I010                  |         |
|--|---|-------------------------------|-----|---------------------------|---------|
| <b>Studiengang</b>   |   | BMD (Vollzeit)                |     |                           |         |
| <b>ECTS</b>  | 6   | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 180 | <b>Modulbetreuer</b>      | U. John |
| <b>Modus</b>   | WPM   | <i>Präsenz:</i>               | 60  | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN   |
| <b>Dauer (Sem.)</b>  | 1   | <i>Selbststudium:</i>         | 120 |                           |         |
| <b>Teilmodule</b>  |   |                               |     | <b>ID</b>                 |         |
| IT-Unterstützung für das Management (WP)   |   |                               |     |                           |         |
| Web- und Mobile-Technologien (WP)  |   |                               |     |                           |         |
| Wissensmanagement und Big Data (WP)  |   |                               |     |                           |         |
| <b>Prüfung</b>   | Jeweils Praktische Arbeit   |                               |     |                           |         |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>  | Keine   |                               |     |                           |         |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>   | –   |                               |     |                           |         |
| <b>Besonderheiten</b>  | Es sind zwei der drei Teilmodule zu belegen. Wahlpflichtfächer werden erst ab einer Mindestgröße von vier Studierenden angeboten. |                               |     |                           |         |
| <b>Kompetenzziele</b>  |   |                               |     |                           |         |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>  |   |                               |     |                           |         |
| <p>Die Studierenden, die das Wahlpflichtmodul „IT-Unterstützung für das Management“ belegt haben, verstehen wesentliche Grundlagen von betriebswirtschaftlichen Softwaresystemen und erkennen die Potenziale, die sich aus der Nutzung solcher Systeme für das Management von Organisationen ergeben. Sie haben wesentliche Aspekte bezüglich der Konzeption, Realisierung, Auswahl und Einführung von IT-Systemen kennengelernt und diskutiert und sind mit den Aspekten der Digitalen Transformation/ Unternehmensdigitalisierung vertraut. Sie verstehen, wie umfassende Softwaresysteme prinzipiell funktionieren und haben Aspekte der System-konfiguration und der Systemwartung kennen gelernt. Sie verfügen sowohl über grundlegende Kenntnisse als auch einige praktische Fertigkeiten zur Anwendung und Erstellung von Werkzeugen bzw. Programmen für die IT-Unterstützung von Unternehmensfunktionalitäten. Das Verständnis der zur Einführung von IT-Systemen und deren Anwendungen notwendigen organisatorischen Prozesse und Prozessänderungen ist vorhanden. Die Studierenden, die das Wahlpflichtmodul „Web- und Mobiltechnologien“ belegt haben, beherrschen entsprechende Internetanwendungen und die zugehörigen Technologien. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse des Designs und der Implementierung verteilter Internet-Anwendungen. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse ausgewählter Internettechnologien und können kleinere Programme selbst entwickeln. Die Studierenden des WPM „Wissensmanagement und Big Data“ kennen die Bedeutung und wichtige Ansätze, Instrumente sowie Vorgehensweisen des modernen Wissensmanagements.</p> |   |                               |     |                           |         |

*Überfachliche Kompetenz:*

*Instrumentale Kompetenzen*

Die Studierenden sind befähigt, fundierte Analysen von Unternehmens- und Organisationsprozessen durchzuführen und funktionale Ziel-Anforderungen sowie konkrete Änderungsmaßnahmen durch den Einsatz von Informationstechnologien abzuleiten. Sie haben einen fundierten Überblick über Funktionsbereiche von Organisationen und Unternehmen und wissen um die Anforderungen und technologischen Möglichkeiten einer leistungsstarken und zukunftsfähigen IT-Unterstützung. Darüber hinaus sind sie in der Lage, Projekt zur IT-Unterstützung aus Sicht der „IT-kundigen BWL“ zu begleiten oder gar zu leiten. Die Studierenden erkennen Potentiale von Webpräsentationen und webbasierten IT-Systemen und können entsprechende Anforderungen an Zielsysteme und die Einbettung in die IT-Systemlandschaft ableiten. Sie gestalten und konzipieren einfache Webpräsentationen selbst. Die Studierenden sind in der Lage, die Wissensbasen von Unternehmen zu analysieren, mögliche Problemfelder zu identifizieren und darauf aufbauend ein produktives Wissensmanagement zu implementieren.

*Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen*

Die Studierenden haben (in der Tendenz) ihre kommunikativen Fähigkeiten und emotionalen Kompetenzen herausbilden bzw. entwickeln können, mit denen es ihnen einerseits möglich ist, korrekte Analysen in interdisziplinären Umfeldern durchzuführen. Andererseits sollen diese Fähigkeiten die erfolgreiche Durchführung von IT-, Web- und Wissensmanagementprojekten verschiedenster Art ermöglichen.

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden können ihr erworbenes Methodenwissen aus dem Bereich des Informations- und Servicemanagements auf Aufgabenstellungen aus anderen Fachgebieten übertragen, was insbesondere für Aufgaben des Managements gilt. Sie sind in der Lage, Informationen über neue Technologien und Möglichkeiten auch perspektivisch in ihr professionelles Handeln sachgerecht einfließen zu lassen. Ihnen ist die große und weiter wachsende Bedeutung von Wissen und dessen Management bewusst.

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE         |      |                               |           |
|-------------------------------------|------|-------------------------------|-----------|
| IT-Unterstützung für das Management |      |                               |           |
| <b>ECTS</b>                         | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>                          | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>                     | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |

## Inhalte

### *IT-Unterstützung für das Management:*

- Grundlagen, Begriffe, Entwicklungslinien
- IT Service Management
- Workflow Management Systeme
- Customer Relationship Management Systeme
- Cloud Computing und Supply Chain Management

### *Digitalisierung von Unternehmensprozessen/Digitales Transformation*

- Begrifflichkeiten im Kontext der Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft
- Ausgewählte Applikationsgebiete und deren Verknüpfung
- Tendenzen und Herausforderungen an Wirtschaftsunternehmen
- Neuartige Funktionalitäten/Services
- Industrie 4.0

### *Enterprise Resource Planning (ERP):*

- Entwicklung, Funktion, Nutzen
- Aufbau und Weiterentwicklung von ERP-Systemem

### *Entwicklung von MRP zu MRPII, PPS- und ERP-Systemen:*

- Entwicklung in Abhängigkeit der Möglichkeiten der IT
- PPS, APS, ERP, ...: Begrifflichkeiten im europäischen und amerikanischen Raum
- Future ERP

### *Technologische Grundlagen von ERP-Systemen:*

- Programmierparadigmen für ERP Systeme
- Konformität und Flexibilität von Prozessen und IT
- Bedeutung von Service-orientierten Architekturen (SOA) und Cloud Computing
- Wesentliche ERP Anwendungen

### *Standard-ERP vs. Individualentwicklung & Open Source ERP, Erweiterungen:*

- Funktionsbereiche von Unternehmen und Organisationen
- Möglichkeiten und Funktionalitäten von ERP
- Analyse-, Ziel- und Maßnahmenbestimmung
- Aspekte der Realisierung und Einführung von ERP-Software
- CRM und SCM Funktionalitäten

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Kurbel, K. (2016). Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, 8. Aufl., München: De Gruyter Oldenbourg.
- Grammer, P. A. (2011). Der ERP-Kompass. ERP-Projekte zum Erfolg führen. Heidelberg et al.: mitp.
- Gronau, N. (2014). Enterprise Resource Planning. Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen, 3. Aufl., München: Oldenbourg.

*Weiterführende Literatur:*

- Gronau, N. (2016). Handbuch der ERP-Auswahl, 2. Aufl., Berlin: Gito.
- Gronwold, K.-D. (2015). Integrierte Business-Informationssysteme. Berlin: Springer.
- Monk, E. & Wagner, B. (2012). Concepts in Enterprise Resource Planning, 4th Ed., Independence: Course Technology.
- Mertens, P. (2009). Integrierte Informationsverarbeitung 1. Operative Systeme in der Industrie, 17. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Mertens, P. (2009). Integrierte Informationsverarbeitung 2. Planungs- und Kontrollsysteme in der Industrie, 10. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Kemper, H.-G., Baars, H. & Mehanna, W. (2010). Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, 3. Aufl., Wiesbaden: Vieweg+Teubner.
- Görtz, M. & Hesseler, M. (2007). Basiswissen ERP-Systeme. Auswahl, Einführung & Einsatz betriebswirtschaftlicher Standardsoftware. Herdecke und Witten: W3L.
- Samara, T. (2015). ERP and Information Systems: Integration or Disintegration. Hoboken: Wiley.
- Mora, M., Marx Gómez, J. Garrido, L. & Pérez, F. C. (Hrsg.) (2016). Engineering and Management of IT-based Service Systems. An Intelligent Decision-Making Support Systems Approach. Berlin: Springer.
- Pelphrey, M. W. (2015). Directing the ERP Implementation: A Best Practice Guide to Avoiding Program Failure Traps while Tuning System Performance. Boca Raton: CRC Press.
- Singh, S. (2014). ERP Implementation in SMEs. Saarbrücken: Lambert.
- Kees, A. (2015). Open Source Enterprise Software. Grundlagen, Praxistauglichkeit und Marktübersicht quelloffener ERP-Systeme. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

Web- und Mobile-Technologien

|                 |      |                               |           |           |
|-----------------|------|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

## Inhalte

### *Grundlagen:*

- Bedeutung und Potentiale von Web-basierten IT-Applikationen
- Geschäftsmodelle und Success Stories fürs/im Internet, digitale Unternehmen
- Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0
- Technische Voraussetzungen für die Realisierung, das Roll-Out und das Betreiben von Internetapplikationen und für Apps
- Das Internet der Dinge, BIG DATA, Datability

### *Softwaretechnologien für die Webprogrammierung und Tools:*

- HTML/XHTML
- CSS
- JavaScript
- PHP
- JSP
- Überblick über weitere Technologien

### *Mobile Business:*

- Bedeutung, Begrifflichkeiten, Relevanz
- Komponenten mobilen Internets
- Einsatzmöglichkeiten im Unternehmenskontext
- Mobile Business Solutions
- Mobile IT und Technologien
- Technische Lösungsansätze zur Gestaltung eines mobilen Internets
- Webbasierte Anwendungen als Form des Server-based Computing

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Meinel, C. & Sack, H. (2009). Web Technologien. Grundlagen, Web Programmierung, Suchmaschinen, Semantic Web. Berlin: Springer.
- Nixon, R. (2015). Learning PHP, MySQL, and JavaScript. A Step-By-Step Guide to Creating Dynamic Websites, 4th Ed., Sebastopol: O'Reilly.
- Mülder, W. & Karla, J. (2014). Grundkurs Mobile Business. Anwendungen, Technologien, Geschäftsfelder. Wiesbaden: Springer.



*Weiterführende Literatur:*

- Christmann, S. (2012). Mobiles Internet im Unternehmenskontext. Webtechnologien als technische Basis für Geschäftsanwendungen auf mobilen Endgeräten. Göttingen: Univ.-Verl.
- Castro, E. (2009). HTML, XHTML & CSS. Der Meisterkurs: Lernen Sie HTML, XHTML & CSS auf dem schnellsten und einfachsten Weg!. München: Markt+Technik.
- Gaston, P. (2014): Moderne Webentwicklung. Heidelberg: dpunkt.
- Hammer, N. (2011). Webdesign für Studium und Beruf, 2. Aufl., Berlin: Springer.
- Rohles, B. (2013). Grundkurs - Gutes Webdesign. Bonn: Galileo Press.
- Krüger, G. & Hansen, H. (2011). Handbuch der Java-Programmierung, 7. Aufl., München: Addison-Wesley.
- Goldberg, K. H. (2009). XML. Learn XML the Quick and Easy Way!, 2nd Ed., Berkeley: Peachpit.
- Balzert, H. (2011). Basiswissen Web-Programmierung. XHTML, CSS, JavaScript, XML, PHP, JSP, ASP.NET, Ajax, 2. Aufl., Herdecke und Witten: W3L.
- Papazoglou, M. P. (2012). Web Services and SOA: Principles and Technology, 2nd Ed., Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Cameron, D. (2015). HTML5, JavaScript und jQuery: Der Crashkurs für Softwareentwickler. Dpunkt.
- Nolan, D. & Lang, D. T. (2014). XML and Web Technologies for Data Science with R. New York: Springer.
- Turban, E. & Volonino, L. (2011). Information Technology Management, 8th Ed., Hoboken: Wiley.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

**Wissensmanagement und Big Data**

|                 |      |                               |           |           |
|-----------------|------|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 2    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

## Inhalte

### *Grundlagen:*

- Bedeutung von Wissen und Wissensmanagement
- Grundbegriffe: Daten – Information – Wissen
- Wissensarten
- Wissensmanagement und seine Referenzdisziplinen: Organisationswissenschaft, Managementwissenschaft, Personalwissenschaft, Informatik
- Wissensbasis der Unternehmen

### *Modelle des Wissensmanagements, z.B.:*

- SECI-Modell von Nonaka/Takeuchi
- Wissensmarktmodell (North)
- Know-Net-Framework

### *Wissenskreislauf:*

- Bausteine des Wissensmanagements
- Wissensziele
- Wissensidentifikation
- Wissenserwerb
- Wissensentwicklung
- Wissens(ver)teilung
- Wissensnutzung
- Wissensbewahrung
- Wissensbewertung
- Verlernen von Wissen

### *Messung und Bewertung von Wissen:*

- Möglichkeiten der Messung von Wissen
- Wissensbilanz

### *Repräsentation, Verarbeitung und Gewinnung von Wissen, Werkzeuge und Technologien, z.B.:*

- Wikis
- Web 2.0
- Semantisches Web
- Logische Programmierung/ Prolog für Wissensmanagement
- Protégé
- Web mining
- Process mining
- BIG Data, Smart Data
- Cloud Computing
- Internet der Dinge
- Experience Factory

### *Business Intelligence und Big Data:*

- BI und BD Abgrenzung
- Analyse und Integration von BD
- OLAP und OLTP
- ETL Prozess
- Data-Mining
- Big Data im Spannungsfeld zwischen Business und IT
- Data Management

### *Fallbeispiele*

## Literatur

### Grundlegende Literatur:

- Al-Laham, A. (2016). Organisationales Wissensmanagement. München: Vahlen (eBook).
- Probst, G., Raub, S. & Romhardt, K. (2013). Wissen managen, 7. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Fasel, D. & Meier, A. (2016). BIG Data: Grundlagen, Systeme und Nutzungspotenziale. Wiesbaden: Springer Gabler.

### Weiterführende Literatur:

- Willke, H. (2011). Einführung in das systemische Wissensmanagement, 3. Aufl., Heidelberg: Carl-Auer.
- Gronau, N. (2016). Wissensmanagement im Zeitalter der Digitalisierung. Berlin: Gito.
- Razmerita, L., Phillips-Wren, G. & Jain, L. C. (Eds.) (2016). Innovations in Knowledge Management. The Impact of Social Media, Semantic Web and Cloud Computing. Berlin: Springer.
- Kemper, H.-G., Baars, H. & Mehanna, W. (2010). Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, 3. Aufl., Wiesbaden: Vieweg+Teubner.
- Lehner, F. (2014). Wissensmanagement. Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung. München: Hanser.
- North, K. & Kumta, G. (2014). Knowledge Management. Value Creation Through Organizational Learning. Cham: Springer.
- Chilton, M. A. & Bloodgood, J. M. (2014). Knowledge Management and Competitive Advantage. Issues and Potential Solutions. Hershey: Information Science Reference.
- Milton, N. & Lambe, P. (2016). The Knowledge Manager's Handbook. A step by step guide to embedding effective knowledge management in your organization. London: Kogan Page.
- Sary, C., Maroscher, M. & Sary, E. (2013). Wissensmanagement in der Praxis. Methoden, Werkzeuge, Beispiele. München: Hanser.
- Dean, J. (2014). Big Data, Data Mining, and Machine Learning: Value Creation for Business Leaders and Practitioners. Hoboken: Wiley.
- Sommer, K. (2016). Wiki-Technologie als Instrument des kollaborativen Wissensmanagement. Hamburg: Tredition.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

## Besonderheiten

Keine

| Praxis Forschungswerkstatt  |         |  |     | BMD-I011                  |           |
|---|---------|--|-----|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b>  |         | BMD (Vollzeit)   |     |                           |           |
| <b>ECTS</b>   | 6       | <b>Workload gesamt (Std.)</b>  | 180 | <b>Modulbetreuer</b>      | G. Mielke |
| <b>Modus</b>  | Pflicht | <i>Präsenz:</i>  | 40  | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1       | <i>Selbststudium:</i>  | 140 |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>   |         |  |     | <b>ID</b>                 |           |
| Forschungskonzeptionen  |         |  |     |                           |           |
| Forschungsprojekt   |         |  |     |                           |           |
| <b>Prüfung</b>  |         | Arbeitspapier und Kolloquium   |     |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   |         | Keine  |     |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  |         | –  |     |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>   |         | Im Teilmodul „Forschungskonzeptionen“ erarbeiten die Studierenden – vorbereitend auf die Master Thesis – eigenständig kleinere Forschungsvorhaben und stellen diese in einem schriftlichen Arbeitspapier (Forschungskonzept) dar. Im Teilmodul „Forschungsprojekt“ werden eigene praxisrelevante Forschungsprojekte geplant und umgesetzt. Die Ergebnisse werden im Kolloquium präsentiert und reflektiert. Die Gesamtnote ermittelt sich aus den Teilleistungen Arbeitspapier und Kolloquium. Für das Bestehen müssen beide Teilleistungen mindestens mit „ausreichend“ (Note 4) bewertet werden. |     |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>   |         |  |     |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |         |  |     |                           |           |
| Die Studierenden verfügen über detaillierte Kenntnisse der Analyse von Daten mit statistischen Mitteln. Sie sind in der Lage, Hypothesen nach wissenschaftlichen Standards zu entwickeln und zu prüfen. Sie können eine empirische Forschungsarbeit von der Fragestellung ausgehend planen, organisieren und durchführen. Sie kennen die unterschiedlichen qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen und sind in der Lage, diese auf unterschiedliche Fragestellungen kontextadäquat anzuwenden. Die Studierenden können Untersuchungspläne im Hinblick auf die Lösung entsprechender Fragestellungen aufstellen, anwenden und verstehen. Sie sind in der Lage, ein eigenständiges Forschungsvorhaben, durchzuführen, auszuwerten und zu präsentieren. |         |  |     |                           |           |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>   |         |  |     |                           |           |

*Instrumentale Kompetenzen*

Die Studierenden sind in der Lage, eigene wissenschaftlich fundierte und methodisch korrekte Untersuchungen in Studium und Beruf zu planen und durchzuführen. Sie erweitern ihre forschungsmethodischen Kenntnisse und beherrschen die selbstständige Planung und Konzeption quantitativer und qualitativer wissenschaftlicher Untersuchungen. Die Studierenden können eine empirische Untersuchung als Längsschnitt- und Querschnittuntersuchungen gestalten. Sie beherrschen die Anwendung multivariater Methoden zur Auswertung empirischer Daten. Sie sind in der Lage, unternehmerische Aufgabenstellungen mittels wissenschaftlicher Methoden zu analysieren und so aufzubereiten, dass sie ihre Kenntnisse zur Lösung darauf anwenden können. Sie können die relevante Literatur effizient recherchieren und aus den relevanten Informationen wissenschaftlich fundierte Urteile ableiten.

*Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen*

Die Studierenden sind in der Lage, methodische Fragestellungen und deren Lösungsmöglichkeiten zu diskutieren und ihren eigenen Standpunkt wissenschaftlich fundiert zu vertreten. Die erworbenen methodischen Kenntnisse können zielgerichtet auf unterschiedliche Fragestellungen angewendet und im Management des Unternehmens eingesetzt werden. Die Studierenden können zur Problemlösung und Weiterentwicklung bezüglich unternehmerischer Entscheidungen beitragen und die gewonnenen Erkenntnisse präsentieren und kritisch reflektieren.

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden erkennen die Vorteile einer systematischen und zielorientierten Herangehensweise an Problemstellungen und können dieses Vorgehen auch auf übergreifende und fachfremde Aufgabenstellungen übertragen sowie wechselseitige Beziehungen zwischen Theorie und Praxis herstellen.

BESCHREIBUNG DER TEILMODULE

Forschungskonzeptionen

|                 |   |                               |           |           |
|-----------------|---|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3 | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | Ü | <i>Präsenz:</i>               | 20        |           |
| <b>Semester</b> | 3 | <i>Selbststudium:</i>         | 70        |           |

## Inhalte

### *Theoretische Grundlagen wissenschaftlicher Forschungsarbeiten:*

- Einordnung und Systematik der Wissenschaft
- Wissenschaftstheorie

### *Gestaltung und Durchführung empirischer Untersuchungen (Forschungsprozess)*

- Von der Fragestellung zum Forschungskonzept/Entwicklung einer Forschungs idee
- Planung und Strukturierung eines Forschungskonzepts
- Konzeptspezifikation, Operationalisierung und Messung
- Gestaltung des Untersuchungsdesigns/Untersuchungsplans
- Untersuchungsformen und Datenerhebungstechniken
- Datenanalyse und -aufbereitung
- Evaluation und Interpretation der Daten
- Ableitung von Handlungsimplicationen für Wissenschaft und Praxis
- Ergebnisdarstellung

### *Konkretisierung von Forschungsprojekten und Forschungsmethoden anhand eigener Forschungskonzepte und -projekte.*

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeiten, 17. Aufl., München: Vahlen.
- Kromrey, H. (2016). Empirische Sozialforschung, 13. Aufl., München: UVK/Lucius.
- Hammond, M. & Wellington, J. (2012). Research Methods. The Key Concepts. London: Routledge.

*Weiterführende Literatur:*

- Thomas, A. B. (2006). Research Concepts for Management Studies. London: Routledge.
- Borz, J. & Döring, N. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation, 5. Aufl., Berlin: Springer.
- Schwaiger, M. & Meyer, A. (Hrsg.) (2011). Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende. München: Vahlen.
- Schnell, R., Hill, P. B. & Esser, E. (2013). Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., München: Oldenbourg.
- Bryman, A. & Bell, E. (2011). Business Research Methods, 3rd Ed., Oxford: Oxford University Press.
- Holton, E. F. & Swanson, Richard A. (Eds.) (2005). Research in Organizations. Foundations and Methods of Inquiry. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Töpfer, A. (2010). Erfolgreich Forschen. Ein Leitfaden für Bachelor-, Master-Studierende und Doktoranden, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.
- Stoetzer, M. (2012). Erfolgreich recherchieren. München: Pearson.
- Brockhoff, K. (2011). Betriebswirtschaftslehre in Wissenschaft und Geschichte. Eine Skizze, 3. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Oehlich, M. (2015). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin: Springer Gabler.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2016). Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 14. Aufl., Berlin: Springer.
- Backhaus, K., Erichson, B., & Weiber, R. (2015). Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung, 3. Aufl., Berlin: Springer.
- Chmielewicz, K. (1994). Forschungskonzeptionen der Wirtschaftswissenschaft, 3. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

**Besonderheiten**

Keine

**Forschungsprojekt**

|                 |   |                               |           |           |
|-----------------|---|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3 | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | Ü | <i>Präsenz:</i>               | 20        |           |
| <b>Semester</b> | 3 | <i>Selbststudium:</i>         | 70        |           |

**Inhalte**

*Durchführung empirischer Untersuchungen:*

- Selbstständige Planung und Durchführung konkreter Untersuchungen
- Design und Durchführung eigener empirischer Untersuchungen (Forschungsideen)
- Praxis quantitativer und/oder qualitativer Forschung: Erstellung von Erhebungsinstrumenten
- Durchlaufen eines Forschungsprozesses/Ablauf von Forschungsprojekten
- Empirische Auswertung
- Ergebnisdarstellung in einer mündlichen Präsentation (Kolloquium)

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Kromrey, H. (2016). Empirische Sozialforschung, 13. Aufl., München: UVK/Lucius.
- Powner, L. C. (2015). Empirical Research and Writing. London: Sage.
- Bortz, J. & Döring, N. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Aufl., Berlin: Springer.

*Weiterführende Literatur:*

- Parthey, H., Boni, M. & Umstätter, W. (2014). Forschung und Publikation in der Wissenschaft. Berlin: wvb.
- Schnell, R., Hill, P. B. & Esser, E. (2013). Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. Aufl., München: Oldenbourg.
- Lamnek, S. (2010). Qualitative Sozialforschung, 5. Aufl., Weinheim: Beltz.
- Schwaiger, M. & Meyer, A. (Hrsg.) (2011). Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende. München: Vahlen.
- Flick, U. (2007). Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 5. Aufl., Reinbek: Rohwolt.
- Langenbahn, C.-M. (2009). Quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften. Ein Mathematik-Lehrbuch, 2. Aufl., München: Oldenbourg.
- Raithel, J. (2008). Quantitative Forschung. Ein Praxiskurs, 2. Aufl., Wiesbaden: VS.
- Brüsemeister, T. (2008). Qualitative Forschung. Ein Überblick, 2. Aufl., Wiesbaden: VS.
- Przyborski, A. & Wohlrab-Sahr, M. (2014). Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch, 4. Aufl., München: Oldenbourg.
- Oehrich, M. (2015). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin: Springer Gabler.
- Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeiten, 17. Aufl., München: Vahlen.

**Besonderheiten**

Keine



| Change Management   |                                |                               |            | BMD-I012                        |
|---|--------------------------------|-------------------------------|------------|---------------------------------|
| <b>Studiengang</b>  | BMD (Vollzeit)                 |                               |            |                                 |
| <b>ECTS</b>   | 6                              | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b> H. Bähre   |
| <b>Modus</b>  | Pflicht                        | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> DE/EN |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1                              | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                                 |
| <b>Teilmodule</b>   |                                |                               |            | <b>ID</b>                       |
| Veränderungsprozesse und ihre Gestaltung<br>Seminar Change Management mit Fallstudien   |                                |                               |            |                                 |
| <b>Prüfung</b>  | Präsentation und Seminararbeit |                               |            |                                 |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   | Keine                          |                               |            |                                 |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –                              |                               |            |                                 |
| <b>Besonderheiten</b>   |                                |                               |            |                                 |
| <b>Kompetenzziele</b>   |                                |                               |            |                                 |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |                                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden begreifen den organisatorischen Wandel von Unternehmen als kontinuierlichen Prozess, kennen vielfältige Modelle des Wandels in Organisationen und können diese in der Praxis anwenden. Sie kennen typische Barrieren bei der Umsetzung organisatorischer Gestaltungsmaßnahmen und können diese ergebnisorientiert bei der Umsetzung von Maßnahmen ansprechen und so eventuelle Widerstände änderungsaverser Beteiligter abbauen. |                                |                               |            |                                 |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>   |                                |                               |            |                                 |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>  |                                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden sind in der Lage, im Rahmen aktueller, branchenbezogener Fallstudien den Einsatz geeigneter Instrumente zur Gestaltung organisatorischer Veränderungsprozesse effektiv und zielorientiert aufzuzeigen und dabei auch mögliche Widerstandspotentiale zu berücksichtigen. Sie verstehen, dass nur eine Unternehmenskultur, die den ganzen Menschen im Blick hat, die Zukunft gewinnt.  |                                |                               |            |                                 |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>  |                                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden können mit Fachvertretern und Laien fachkompetent über veränderungsrelevante Ursachen, Veränderungsprozesse und beteiligte Akteure in differenzierter Weise kommunizieren und diskutieren.   |                                |                               |            |                                 |
| <i>Systemische Kompetenzen</i>  |                                |                               |            |                                 |
| Die Studierenden sind in der Lage, organisatorischen Wandel und kontinuierliche adaptive Veränderungen als Teil der Evolutionsfähigkeit von Unternehmen zu erkennen. Sie verstehen und berücksichtigen, dass eine qualitative, betriebliche Gesundheitsförderung zur Erhaltung der Vitalität und Leistung gerade bei Veränderungsprozessen eine zentrale Aufgabe von Unternehmen ist.   |                                |                               |            |                                 |

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE              |    |                               |           |           |
|--|----|-------------------------------|-----------|-----------|
| Veränderungsprozesse und ihre Gestaltung |    |                               |           |           |
| <b>ECTS</b>                              | 3  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>                               | SE | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b>                          | 3  | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

## Inhalte

### *Veränderungsprozesse in Unternehmen:*

- Grundlagen und Methoden (theoretische und methodische Grundannahmen)
- Herausforderungen
- Planung von Veränderungsprozessen
- Umsetzung von Veränderungsprozessen
- Evaluation von Veränderungsprozessen

### *Unternehmenswandel als kontinuierlicher Prozess:*

- Stabilität und Wandel
- Veränderung als Prozess

### *Handlungsfelder des Change Managements:*

- Veränderungsprozesse verstehen
- Gestaltung von Veränderungsprozessen
- Führen von Veränderungen

### *Konzepte des organisatorischen Wandels:*

- Organisationsentwicklung und -beratung
- Lernen in Organisationen
- Systemischer Ansatz
- Chaostheorie
- Selbstorganisation

### *Konfliktmanagement:*

- Methoden und Instrumente des Konfliktmanagements
- Umgang mit Widerständen
- Widerstände bewältigen (Partizipation, Einbeziehung, Empowerment)
- Überwindung von Änderungswiderständen der Mitarbeitern

### *Erfolgs- und Misserfolgskriterien des organisatorischen Wandels:*

- Erfolgsfaktoren beim Change Management
- Misserfolgskriterien beim Change Management
- Einflüsse von Organisationsberatern

### *Bedeutung von Projektmanagement im Veränderungsmanagement:*

- Veränderungsmanagement als Projektmanagement
- Change Management in Projektteams

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Doppler, K. & Lauterburg, C. (2014). Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten, 13. Aufl., Frankfurt am Main: Campus.
- Vahs, D. & Weiland, A. (2013). Workbook Change Management. Methoden und Techniken, 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Lauer, T. (2014). Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, 2. Aufl., Berlin: Springer Gabler.

*Weiterführende Literatur:*

- Wippermann, F. (2016). Change Management in komplexen Situationen. Berlin: Erich Schmidt.
- Wöhrle, A. (2016). Change Management. Organisationen zwischen Hamsterlaufrad und Kulturwandel. Regensburg: Walhalla.
- Schiersmann, C. & Thiel, H.-U. (2014). Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen, 4. Aufl., Wiesbaden: Springer.
- Kostka, C. (2017). Change Management. Das Praxishandbuch für Führungskräfte. München: Hanser.
- Stolzenberg, K. & Heberle, K. (2013). Change Management. Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren, 3. Aufl., Heidelberg: Springer.
- Gareth, R. J. & Bouncken, R. B. (2008). Organisation. Theorie, Design und Wandel, 5. Aufl., München: Pearson.
- Burke, W. W. (2014). Organization Change. Theory and Practice, 4th Ed., Thousand Oaks und London: SAGE.
- Graetz, F., Rimmer, M., Smith, A. & Lawrence, A. (2015). Managing Organisational Change, 3rd Ed., Hoboken: Wiley.
- Harvard Business Review (Hrsg.) (2011). HBR's 10 Must Reads on Change Management. Boston: Harvard Business School Publishing.
- Doppler, K., Fuhrmann, H., Lebbe-Waschke, B. & Voigt, B. (2013). Unternehmenswandel gegen Widerstände. Change Management mit den Menschen, 3. Aufl., Frankfurt: Campus.
- Senge, P. (2011). Die Fünfte Disziplin – Kunst und Praxis der lernenden Organisation, 11. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

**Seminar zum Change Management mit Fallstudien**

|                 |    |                               |           |           |
|-----------------|----|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | SE | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 3  | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

**Inhalte**

*Aktuelle, branchenbezogene Fallstudien zum Change Management*

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Berner, W. (2015). Change! 20 Fallstudien zu Sanierung, Turnaround, Prozessoptimierung, Reorganisation und Kulturveränderung, 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Berner, W. (2012). Cultural Change: Unternehmenskultur als Wettbewerbsvorteil. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Malik, F. (2015). Navigieren in Zeiten des Umbruchs. Die Welt neu denken und gestalten. Frankfurt a. M.: Campus.

*Weiterführende Literatur:*

- Keuper, F. & Groten, H. (2007). Nachhaltiges Change Management. Interdisziplinäre Fallbeispiele und Perspektiven. Wiesbaden: Gabler.
- Meyerding, S. G. H. (2016). Change Management in KMU. Aachen: Shaker.
- Keuper, F. & Groten, H. (Hrsg.) (2007). Nachhaltiges Change Management. Interdisziplinäre Fallbeispiele und Perspektiven. Berlin: Springer.
- Berger, M., Chalupsky, J. & Hartmann, F. (2008). Change Management (Über-) Leben in Organisationen, 6. Aufl., Gießen: Götz Schmidt.
- Albach, H., Meffert, H., Pinkwart, A. & Reichwald, R. (2014). Management of Permanent Change. New York: Springer Gabler.
- Smith, R., King, D. Sidhu, R. & Skelsey, D. (2014). The Effective Change Manager's Handbook: Essential guidance to the change management body of knowledge. London: Kogan Page.
- Kotter, J. P. (2012). Leading Change. Boston: Harvard Business Review Press.
- Maula, M. (2006). Organizations as Learning Systems: Living Composition as an Enabling Infrastructure. Bingley: Emerald.
- Franklin, M. (2014). Agile Change Management. A Practical Framework for Successful Change Planning and Implementation. London: Kogan Page.
- Hayes, J. (2014). The Theory and Practice of Change Management. New York: McMillan.
- Lewis, L. K. (2011). Organizational Change. Creating Change Through Strategic Communication. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Buchholz, L. (2013). Strategisches Controlling. Grundlagen – Instrumente – Konzepte, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer.
- Vahs, D. & Weiland, A. (2013). Workbook Change Management, 2. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).
- Reader zum Seminar

**Besonderheiten**

Keine

| Angewandtes Projektmanagement   |   |                               |            | BMD-I013                  |           |
|---------------------------------|---|-------------------------------|------------|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b>              | BMD (Vollzeit)  |                               |            |                           |           |
| <b>ECTS</b>                     | 6   | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b>      | G. Mielke |
| <b>Modus</b>                    | Pflicht   | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>             | 1   | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>               | Angewandtes Projektmanagement   |                               |            |                           | <b>ID</b> |
| <b>Prüfung</b>                  | Projektarbeit und Präsentation  |                               |            |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b> | Keine   |                               |            |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –   |                               |            |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>           | Neben der Erstellung der Projektarbeit halten die Studierenden Meilensteinpräsentationen sowie eine Abschlusspräsentation. Die Gesamtnote ermittelt sich aus den Teilleistungen Projektarbeit und Präsentation. Für das Bestehen müssen beide Teilleistungen mindestens mit „ausreichend“ (Note 4) bewertet werden.   |                               |            |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>           | <p><i>Fachliche Kompetenz:</i></p> <p>Die Studierenden kennen die theoretische Basis des Projektmanagements und sind mit grundlegenden und weiterführenden Instrumenten zum Managen von Projekten vertraut. Sie überblicken das gesamte Aufgabenspektrum des Projektmanagement und sind in der Lage, ihr Wissen auf ein vorgegebenes Projekt situationsadäquat anzuwenden. Sie erkennen die Vielfalt der Managementaufgaben im Zusammenhang mit der Realisierung von Projekten und können diese kontextspezifisch umsetzen. Sie können komplexe Projekte in einzelne Projektphasen unterteilen und kennen geeignete Methoden, diese Phasen zu planen, durchzuführen sowie deren Erfolg zu kontrollieren. Die Studierenden erkennen Ansatzpunkte zur systematischen Analyse, Planung und Durchführung der Projektaufgabe und können innovative Lösungsansätze entwickeln. Die Instrumente und Methoden des Projektmanagement setzen sie wirkungsvoll ein und sind in der Lage, ihr Projektergebnis zieladäquat zu bewerten.</p> <p><i>Überfachliche Kompetenz:</i></p> |                               |            |                           |           |

*Instrumentale Kompetenzen*

Die Studierenden können die zeitliche Entwicklung des Projektfortschritts simulieren und darauf basierend Steuerungsmaßnahmen ergreifen, die sicherstellen, dass Projekte zum geplanten Zeitpunkt, in der geplanten Qualität und zu den geplanten Kosten fertiggestellt werden. Am Beispiel eines eigenen Projektes sind die Studierenden in der Lage, das in den Lehrveranstaltungen zum Projektmanagement erworbene projektspezifische Wissen systematisch auf eine komplexe Projektaufgabe zu übertragen und praktisch umzusetzen. Sie können ihre praktischen Erfahrungen in Managementkonzepte einordnen und kritisch bewerten. Das Projekt wird von den Studierenden als Gesamt ereignis organisiert, implementiert und dokumentiert. Sie sind in der Lage, ihren Projektauftrag unter Berücksichtigung der Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten in Form einer Projektarbeit darzustellen bzw. zu dokumentieren. Sie verfügen über die Fähigkeit, Ressourcen und Kosten für die effiziente Durchführung und effektive Kontrolle von Projekten zu planen sowie die Abwicklung von Projekten aufgabenadäquat zu gestalten. Sie sind in der Lage, Projektrisiken zu erkennen und einzuschätzen sowie adäquat mit diesen umzugehen

*Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen*

Auf Basis der Erfolgs- und Misserfolgserlebnisse im Rahmen der praktischen Arbeit mit Kollegen und Kunden reflektieren die Studierenden ihre Stärken und Schwächen in Teilbereichen ihrer personalen und sozialen Kompetenzen. Ihr Wissen versetzt sie in die Lage, ihre Kompetenzen in Gruppen- und Teamarbeit einzubringen und konstruktives Feedback zu formulieren. Die Studierenden sind in der Lage, in Projektteams mitzuarbeiten, und in diesem Rahmen fachlich fundiert mit Projektteam-Mitgliedern, Auftraggebern sowie sonstigen Projektbeteiligten über die Planung, die Chancen und Risiken sowie den Stand des Projektes zu diskutieren. Sie sind in der Lage, die Stakeholder über Probleme im Projekt situationsadäquat zu informieren und mit diesen fachlich fundiert über notwendige Steuerungsmaßnahmen zu diskutieren. Am Ende des Projekts verstetigen die Studierende im Umgang mit Projektauftraggebern ihre personalen und sozialen Kompetenzen.

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden wissen um die Notwendigkeit situations- und kontextadäquater Planung von Projekten und können ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse auf projektbezogene Fragestellungen anwenden. Sie können in Problemsituationen kreative Lösungsoptionen entwickeln und in komplexen Situationen handlungsfähig bleiben. In Konfliktsituationen beherrschen sie durch ihr Fachwissen Strategien, um je nach Situation die Interessen verschiedener Akteure zu erkennen und integrative Managementlösungen zu erarbeiten.

| BESCHREIBUNG DER TEILMODULE   |    |                               |            |
|-------------------------------|----|-------------------------------|------------|
| Angewandtes Projektmanagement |    |                               |            |
| <b>ECTS</b>                   | 3  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> |
| <b>Typ</b>                    | SE | <i>Präsenz:</i>               | 60         |
| <b>Semester</b>               | 3  | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |
|                               |    | <b>ID</b>                     |            |

## Inhalte

### *Grundlagen:*

- Begriff und Bedeutung von Projekten
- Projektmanagement als Führungskonzeption
- Projektmanagement-Methoden
- Agiles Projektmanagement als Zukunftsmodell

### *Projektauswahl und -ziele:*

- Projektauftrag und -auswahl
- Zielpräzisierung

### *Kernbereiche der Projektplanung:*

- Projektstrukturplanung
- Projektablaufplanung
- Projektterminplanung
- Projektressourcenplanung
- Projektkostenplanung

### *Projektsteuerung*

- Stakeholder- und Risikomanagement
- Projektkontrolle

### *Projektabschluss und Nachbereitung*

*Projektimplementierung: Vertiefte Bearbeitung ausgewählter Projektthemen in Form einer angewandten Projektarbeit mittels Instrumenten des Projektmanagements.*

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Bea, F. X., Scheurer, S. & Hesselmann, S. (2011). Projektmanagement, 2. Aufl., Stuttgart: UTB.
- Schelle, H. (2014). Projekte zum Erfolg führen – Projektmanagement systematisch und kompakt, 7. Aufl., München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A., Schneider, E., Witschi, U. & Wüst, R. (2011). Handbuch Projektmanagement, 3. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.



*Weiterführende Literatur:*

- Alam, D. & Gühl, U. (2016). Projektmanagement für die Praxis. Ein Leitfaden und Werkzeugkasten für erfolgreiche Projekte. Berlin: Springer.
- Litke, H.-D. & Kunow, I. & Schulz-Wimmer, H. (2015). Projektmanagement, 3. Aufl., München: Haufe.
- Kerzner, H. (2014). Project Management Best Practices: Achieving Global Excellence, 3rd Ed., Hoboken: Wiley.
- Project Management Institute (Hrsg.) (2015). A Guide to the Project Management Body of Knowledge [PMBOK Guide], 5th Ed., Pennsylvania: Project Management Institute Inc.
- Gray, C. F. & Larson, E. W. (2014). Project Management: The Managerial Process, 6th Ed., New York: McGraw-Hill.
- Olfert, K. (2010). Projektmanagement, 7. Aufl., Herne: NWB.
- Patzak, G. & Rattay, G. (2008). Projektmanagement. Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, 5. Aufl., Wien: Linde.
- Kerzner, H. (2009). Project Management. Case Studies, 3rd Ed., Hoboken: Wiley.
- Kerzner, H. (2013). Project Management. A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. Hoboken: Wiley.
- Meredith, J. A. & Mantel, S. J. (2011). Project Management. A Managerial Approach, 8th Ed., New York: Wiley.
- Cleland, D. & Gareis, R. (2006). Global Project Management Handbook. Planning, Organizing and Controlling International Projects, 2nd Ed., New York: McGraw-Hill.

**Besonderheiten**

Die Studierenden bearbeiten lehrveranstaltungsbegleitend ein selbstgewähltes Projekt.

| Psychologische Aspekte ausgewählter Managementbereiche   |   |                               |     | MBO-I014                       |
|--|---|-------------------------------|-----|--------------------------------|
| <b>Studiengang</b>   | MBO (Vollzeit)  |                               |     |                                |
| <b>ECTS</b>  | 6   | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 180 | <b>Modulbetreuer</b> D. Kluge  |
| <b>Modus</b>   | WPM   | <i>Präsenz:</i>               | 60  | <b>Unterrichtssprache</b> DE/E |
| <b>Dauer (Sem.)</b>  | 1   | <i>Selbststudium:</i>         | 120 |                                |
| <b>Teilmodule</b>  |   |                               |     | <b>ID</b>                      |
| Organisationspsychologie (WP)  |   |                               |     |                                |
| Arbeitspsychologie (WP)  |   |                               |     |                                |
| Konsumpsychologie (WP)   |   |                               |     |                                |
| <b>Prüfung</b>   | Pro Teilmodul jeweils K45   |                               |     |                                |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>  | Keine   |                               |     |                                |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>   | –   |                               |     |                                |
| <b>Besonderheiten</b>  | Es sind zwei der drei Teilmodule zu belegen. Wahlpflichtfächer werden erst ab einer Mindestgröße von vier Studierenden angeboten. |                               |     |                                |
| <b>Kompetenzziele</b>  |   |                               |     |                                |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>  |   |                               |     |                                |
| Die Studierenden erkennen und verstehen Veränderungen von Organisationsumwelt, Arbeits- und Konsummärkten. Sie sind in der Lage organisationales und individuelles Verhalten als psychologische Sachverhalte zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten. Ihre Kenntnisse umfassen sowohl Theorien als auch den empirischen Stand der jeweiligen psychologischen Teildisziplin. Aktuelle Forschungsergebnisse der Wirtschaftswissenschaften, der Psychologie und der Soziologie, welche die Studierenden unter Einbezug von Beiträgen aus Fachzeitschriften und Journals kennen lernen, sollen sie dazu anregen konkrete Fälle der betrieblichen Praxis interdisziplinär zu analysieren und zu evaluieren. Aktuelle Herausforderungen der Organisations-, Arbeits- und Konsumpsychologie werden als solche identifiziert und können bewertet werden. |   |                               |     |                                |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>  |   |                               |     |                                |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>   |   |                               |     |                                |
| Die Studierenden sind befähigt ihre theoretischen Kenntnisse anzuwenden, indem sie Lösungen für Sachverhalte der organisationalen Gestaltung, der Individualführung und des Marketings generieren können. Sowohl in Standardsituationen als auch in ihnen bis dato nicht vertrauten Situationen sind sie in der Lage die jeweilige Problematik zu erkennen, diese auf ihren verhaltenswissenschaftlichen Hintergrund zu prüfen und adäquate Lösungsansätze zu erarbeiten. Dabei vermögen sie sich kritisch gegenüber bestehenden Lehr- und Forschungsmeinungen zu positionieren, um letztlich selbstständig ihr Wissen in die Praxis zu transferieren.   |   |                               |     |                                |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>   |   |                               |     |                                |
| Die Studierenden sind in der Lage Erkenntnisse des Faches mit Laien und mit Fachvertretern zu diskutieren und dabei ihre eigene Position darzulegen, zu fundieren und zu verteidigen ggf. in einer Diskussion zu korrigieren. Sie können Sachverhalte der Praxis differenziert betrachten und ebenso kommunizieren. Interdisziplinäre Zusammenhänge werden gegenüber anderen Personen aufgezeigt und mit ihnen diskutiert.   |   |                               |     |                                |

**Systemische Kompetenzen**

Die Studierenden erfassen die gesellschaftliche Relevanz und die ethischen Dimensionen der organisations-, arbeits- und marktpsychologischen Sachverhalte. Sie können wissenschaftlich fundierte Urteile fällen und innovative Ideen für Lösungen praktischer Fragestellungen entwickeln. Sie sind zum ganzheitlichen, interdisziplinären und selbstständigen Denken und Handeln befähigt.

**BESCHREIBUNG DER TEILMODULE**

**Organisationspsychologie**

|                 |      |                               |           |           |
|-----------------|------|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 3    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

**Inhalte**

*Grundlagen der Organisationspsychologie:*

- Transformationen in der Organisationsumwelt: gesellschaftliche Veränderungen, Globalisierung, Interkulturalität, Digitalisierung
- Gegenstand der Organisationspsychologie: Kriterien/Ziele und Bedingungen organisationswissenschaftlichen Handelns
- Situationen: Genese, Charakteristika und Spielräume zur Situationsgestaltung
- Person: Fähigkeiten und Motivation
- Wechselwirkung von Situationen und Person: Arbeitstätigkeit, Zufriedenheit, Bindung an die Organisation/Organizational Commitment

*Gestaltungsansätze für ausgewählte Managementbereiche der Organisation:*

- Organisationskonzept und Arbeitsorganisation: Arbeitsteilung versus Arbeitskombination/Kooperation
- Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Teamführung und Teamentwicklung – Vertrauensaufbau, Kohäsionsförderung und Lernprozesse
- Organisationskultur und organisationale Entwicklung
- Konfliktmanagement
- Diversitätsmanagement und multikulturelle Führung
- Organisationale Innovationsförderung

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Nerdinger, Friedemann W., Blickle, G. & Schaper N. (2014). Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. Aufl., Berlin: Springer.
- Landy, F.J. & Conte, J. M. (2013). Work in the 21st Century. An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, 4th Ed., Hoboken: Wiley.
- Schuler, H. & Moser, K. (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie, 5. Aufl., Bern: Hans Huber.

*Weiterführende Literatur:*

- Kirchner, E. (Hrsg.) (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. Aufl., Wien: Facultas.
- McKenna, E. (2012). Business Psychology and Organisational Behaviour, 5th Ed., Hove: Psychology Press.
- Reisman, G. D. (2013). Neuro-Organisationskultur. Moderne Führung orientiert an Hirn- und Emotionsforschung. Berlin: Springer.
- Spieß, E. & von Rosenstiel, L. (2010). Organisationspsychologie. Basiswissen, Konzepte und Anwendungsfelder. München: Oldenbourg.
- Brechtel, C. (2015). Führungsverantwortung. Psychologie und Unternehmenskultur. Hamburg: tredition.
- Gabriel, Y., Fineman, S. & Sims, D. (2012). Organizing & Organizations, 4th Ed., Los Angeles: Sage Publications.
- Anderson, N. (Eds.) (2017). Handbook of Industrial, Work and Organizational Psychology. Vol. 2: Organizational Psychology, 2nd Ed., London: Sage Publications.
- Ghadiri, A., Habermacher, A. & Peters, T. (2013). Neuroleadership – Grundlagen, Konzepte, Beispiele. Erkenntnisse der Neurowissenschaften für die Mitarbeiterführung, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Glaesner, K. (2012). Was Führungskräfte antreibt. Innere Bilder und kreative Methoden im Praxistest, Marburg: Tectum.
- Vollmar, J., Becker, R. & Hoffend, I. (Hrsg.) (2013). Macht des Vertrauens. Perspektiven und aktuelle Herausforderungen im unternehmerischen Kontext. Wiesbaden: Springer.
- Von Rosenstiel, L. & Nerdinger, F. W. (2011). Grundlagen der Organisationspsychologie. Basiswissen und Anwendungshinweise, 7. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Weibler, J. (2016). Personalführung. 3. Aufl., München: Vahlen.
- Weinert, A. B. (2015). Organisations- und Personalpsychologie, 6. Aufl., Weinheim: Beltz.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C-Journals).

**Besonderheiten**

Keine

**Arbeitspsychologie**

|                 |      |                               |           |           |
|-----------------|------|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 3    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

## Inhalte

### *Grundlagen der Arbeitspsychologie:*

- Transformation des Arbeitsmarktes: Substitutions- und Fragmentierungsprozesse, Tertiärisierung der Wirtschaft, demographische Veränderungen
- Arbeitsprozesse: Arten und Bestandteile
- Veränderungen innerhalb der Erwerbsarbeitsprozesse
- Arbeitstätigkeiten und Arbeitsbedingungen als psychologische Sachverhalte

### *Teilaspekte der Arbeitspsychologie als Herausforderungen für das Personalmanagement:*

- Arbeitsgestaltung: Arbeitsinhalt und Arbeitsbedingungen
- Bewertung von Arbeitstätigkeiten und Arbeitsnormung
- Psychische Leistungsvoraussetzungen der Arbeitenden: Antriebs- und Ausführungsregulation durch Motivation, Wissen, Denken und Fertigkeiten
- Personalauswahl und Personalmarketing
- Individualführung und Individualentwicklung – Vertrauensaufbau, Motivationsförderung und Lernprozesse
- Wirkung von Arbeit: Aspekte der Gesundheit und Sicherheit
- Technologischer Wandel und Arbeitsgestaltung
- Systematische Personalbeurteilung

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Hacker, W. & Sachse, P. (2014). Allgemeine Arbeitspsychologie. Psychische Regulation von Tätigkeiten, 3. Aufl., Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Ulich, E. (2011). Arbeitspsychologie, 7. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Wickens, Ch. D., Hollands, J., Banbury, S. & Parasuraman, R. (2013). Engineering Psychology and Human Performance, 4th Ed., Boston u.a.: Pearson.

*Weiterführende Literatur:*

- Arnold, J. & Randall, R. (Eds.) (2016). Work Psychology. Understanding Human Behaviour in the Workplace, 6th Ed., Harlow: Pearson.
- Bergh, Z. & Theron, A. (2013). Psychology in the work context, 5th Ed., Cape Town: Oxford University Press Southern Africa.
- Gebert, D. & von Rosenstiel, L. (2002). Organisationspsychologie. Person und Organisation, 5. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer.
- Anderson, N. (Eds.) (2017). Handbook of Industrial, Work and Organizational Psychology. Vol. 1: Personnel Psychology and employee performance, 2nd Ed., London: Sage Publications.
- Antoniou, A.-S. G. (Eds.) (2009). Handbook of Managerial Behavior and Occupational Health. Cheltenham: Edward Elgar.
- Bakker, A. B. & Leiter, M. P. (Eds.) (2015). Work Engagement. A Handbook of Essential Theory and Research. Hove: Psychology Press.
- Hartmann, E. A. (2005). Arbeitssysteme und Arbeitsprozesse. Zürich: vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich.
- Hoyos, C. & Frey, D. (Hrsg.) (1999). Arbeits- und Organisationspsychologie. Ein Lehrbuch. Weinheim: Psychologie Verlags Union.
- Kirchler, E. (Hrsg.) (2011). Arbeits- und Organisationspsychologie, 3. Aufl., Wien: Facultas.
- Schuler, H. & Moser, K. (2014). Lehrbuch Organisationspsychologie, 5. Aufl., Bern: Hans Huber.
- Stock-Homburg, R. (2013). Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Weibler, J. (2016). Personalführung, 3. Aufl., München: Vahlen.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C-Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Konsumpsychologie   |      |                               |           |
|---|------|-------------------------------|-----------|
| <b>ECTS</b>   | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> |
| <b>Typ</b>  | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |
| <b>Semester</b>   | 3    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |
| <b>Inhalte</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlagen der Konsumpsychologie:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begriffsbestimmung und Gegenstände von Markt- und Konsumpsychologie</li> <li>▪ Aktivierende Prozesse: Aktivierung, Emotionen, Motivation, Einstellung</li> <li>▪ Kognitive Prozesse: Informationssuche, -aufnahme, -verarbeitung, -speicherung und -abruf</li> <li>▪ Entscheidungsverhalten von Konsumenten als Zusammenwirken von aktivierenden und kognitiven Prozessen</li> <li>▪ Externe Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens</li> </ul> |      |                               |           |
| <i>Psychologische Theorien</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kognitionstheorien: Theorie sozialer Vergleiche, Theorie kognitiver Dissonanz, Theorie psychologischer Reaktanz, Attributionstheorien, Urteilsheuristiken</li> <li>▪ Wahrnehmungspsychologie und Lerntheorien</li> <li>▪ Theorien zu Macht, Kontrolle und Austausch</li> </ul>   |      |                               |           |
| <i>Ausgewählte Anwendungsbereiche der Markt- und Konsumpsychologie</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marktsegmentierung</li> <li>▪ Produktwahl</li> <li>▪ Preiswahrnehmung und -beurteilung</li> <li>▪ Werbung: Konzeptentwicklung und Gestaltung</li> <li>▪ Persönlicher Verkauf</li> <li>▪ Verkaufsraumgestaltung</li> <li>▪ Marktforschung</li> <li>▪ Funktionsweisen von Märkten</li> <li>▪ Gerechtigkeit im leistungsbezogenen Austausch</li> <li>▪ Verbraucherschutz</li> </ul>   |      |                               |           |
| <b>Literatur</b>  |      |                               |           |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>  |      |                               |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Foscht, T., Swoboda, B. &amp; Schramm-Klein, H. (2015). Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen, 5. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>▪ Kroeber-Riel, W. &amp; Gröppel-Klein, A. (2013). Konsumentenverhalten, 10. Aufl., München: Vahlen.</li> <li>▪ Sethna, Z. &amp; Blythe, J. (2016). Consumer behaviour, 3rd Ed., Los Angeles: Sage.</li> </ul>  |      |                               |           |

*Weiterführende Literatur:*

- Evans, M., Jamal, A. & Foxal, G. (2009). Consumer Behaviour, 2nd Ed., Chichester: Wiley.
- Raab, G., Unger, A. & Unger, F. (2016). Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung, 4. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M. K. (2016). Consumer Behaviour. A European Perspective, 6th Ed., Harlow: Prentice Hall.
- Balderjahn, J. (2013). Nachhaltiges Management und Konsumentenverhalten. Konstanz: UVK.
- Bauer, H. H., Rösger, J. & Neumann, M. M. (Hrsg.) (2004). Konsumentenverhalten im Internet. München: Vahlen.
- East, R. (2017). Consumer behaviour. Applications in Marketing, 3rd Ed., Los Angeles: Sage.
- Felser, G. (2015). Werbe- und Konsumentenpsychologie, 4. Aufl., Berlin und Heidelberg: Springer.
- Gröppel-Klein, A. (Hrsg.) (2004). Konsumentenverhaltensforschung im 21. Jahrhundert. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Häusel, H.-G. (Hrsg.) (2014). Neuromarketing. Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf, 3. Aufl., Freiburg und München: Haufe.
- Kuß, A. & Tomczak, T. (2016). Käuferverhalten. Eine marktorientierte Einführung, 5. Aufl., Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Oudshoorn, N. & Pinch, T. (Eds.) (2003). How Users Matter. The Co-Construction of Users and Technologies. Cambridge: The MIT Press.
- Pepels, W. (2013). Käuferverhalten. Basiswissen für Kaufentscheidungen von Konsumenten und Organisationen, 2. Aufl., Berlin: Erich Schmidt.
- Trommsdorff, V. & Teichert, T. (2011). Konsumentenverhalten, 8. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer.
- Weinberg, P., Diehl, S. & Terlutter, R. (2003). Konsumentenverhalten angewandt. München: Vahlen.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C-Journals).

**Besonderheiten**

Keine



| Dynamische Entwicklungen in IT und Wirtschaft  |                |                               |            | BMD-I015                  |         |
|--|----------------|-------------------------------|------------|---------------------------|---------|
| <b>Studiengang</b>   | BMD (Vollzeit) |                               |            |                           |         |
| <b>ECTS</b>  | 6              | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>Modulbetreuer</b>      | U. John |
| <b>Modus</b>   | Pflicht        | <i>Präsenz:</i>               | 60         | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN   |
| <b>Dauer (Sem.)</b>  | 1              | <i>Selbststudium:</i>         | 120        |                           |         |
| <b>Teilmodule</b>  |                |                               |            | <b>ID</b>                 |         |
| E-Business und E-Commerce  |                |                               |            |                           |         |
| Management Sozialer Medien   |                |                               |            |                           |         |
| <b>Prüfung</b>   | K 90           |                               |            |                           |         |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>  | Keine          |                               |            |                           |         |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>   | –              |                               |            |                           |         |
| <b>Besonderheiten</b>  | Keine          |                               |            |                           |         |
| <b>Kompetenzziele</b>  |                |                               |            |                           |         |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>  |                |                               |            |                           |         |
| <p>Die Studierenden verstehen Bedeutung, Potentiale und Notwendigkeit des E-Business für das Wirtschaften in dynamischen Wettbewerbskontexten. Sie kennen die Voraussetzungen, Grundlagen und Tools des sinnvollen Einsatzes von E-Business und E-Commerce-Lösungen und können unterschiedliche Geschäftsmodelle im E-Business und E-Commerce-Bereich beurteilen. Sie wissen um die Anforderungen an ein E-Business-basiertes Unternehmen und können die mit dem Einsatz von E-Business verbundenen Risiken identifizieren und bewerten. Sie verstehen die technischen Entwicklungen im Umfeld des E-Business. Die Studierenden kennen die wichtigen Social-Media-Plattformen und wissen um die stetig zunehmende Bedeutung von Social Media. Sie können Potentiale und Risiken des Einsatzes von Social-Media-Instrumenten einschätzen und wissen um die Zukunftschancen und -risiken, die dem Bereich mobiles E-Business innewohnen.</p> |                |                               |            |                           |         |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>  |                |                               |            |                           |         |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>   |                |                               |            |                           |         |
| <p>Die Studierenden sind in der Lage, die Möglichkeiten des E-Business und E-Commerce für Unternehmen und Projekte zu erkennen und für Produkt- und Prozessinnovationen zu nutzen. Sie können bestehende Social-Media-Plattformen für die Erreichung der unternehmerischen Zielsetzungen nutzen sowie eigene Plattformen entwickeln. Sie sind in der Lage, situationsadäquat auch komplexere Social-Media-Strategien zu entwickeln. Sie können die Instrumente des Social-Media-Monitorings zielführend einsetzen und auf akute operative Herausforderungen im Bereich Social Media schnell und kompetent reagieren.</p>   |                |                               |            |                           |         |
| <i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i>   |                |                               |            |                           |         |
| <p>Die Studierenden sind in der Lage, Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kunden gegenüber technische und gesellschaftliche Trends und Dynamiken sowie deren Auswirkungen auf das eigene Unternehmen sowie die eigene Branche darzustellen.</p>   |                |                               |            |                           |         |

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden erkennen Trends und Dynamiken in sozialen, kulturellen, technischen und finanziellen Bereichen des Kultur- und Medienmanagement und können deren mögliche Auswirkungen auf unternehmerische Entscheidungen analysieren. Sie sind in der Lage, mit der Digitalisierung verbundene komplexe neue Stakeholderallianzen zu erkennen und mit Funktionsbereichen des Unternehmens in Beziehung zu setzen. Die Studierenden sind befähigt, Managementwissen und -erkenntnisse zu transferieren und in die Vorbereitung konkreter unternehmerischer Entscheidungen einzubringen. Sie wissen um die enormen Chancen, aber auch großen Risiken, die den technisch-gesellschaftlichen Veränderungen, die unter dem Stichwort „digitale Revolution“ subsumiert werden, innewohnen.

**BESCHREIBUNG DER TEILMODULE**

E-Business und E-Commerce

|                 |      |                               |           |           |
|-----------------|------|-------------------------------|-----------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>90</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30        |           |
| <b>Semester</b> | 3    | <i>Selbststudium:</i>         | 60        |           |

## Inhalte

### *Einführung:*

- Grundbegriffe
- E-Business & E-Commerce
- Entwicklungslinien des Internets und der „New Economy“
- Relevante Akteure
- Wirtschaftlich-gesellschaftliche Auswirkungen der „digitalen Revolution“
- Digitale Transformation
- Digitale Unternehmen
- Organisatorische Umsetzung

### *Ausgewählte technische Grundlagen und Potentiale des E-Business:*

- E-Shops
- Cloud Computing
- E-Payment
- Data Mining
- Semantic Web
- Smart Data
- Social und Business Networks

### *Ökonomische Grundlagen des E-Business*

#### *Geschäftsmodelle im E-Business:*

- Grundlagen
- B2C-Geschäftsmodelle
- B2B-Geschäftsmodelle
- B2A-Geschäftsmodelle
- Branchenspezifische Besonderheiten

#### *E-Procurement:*

- Potentiale des E-Procurement
- Strategischer und operativer Beschaffungsprozess
- Strukturrahmen
- Implementierung

*E-Marketing:*

- E-Distribution
- E-Pricing
- E-Products und E-Services
- E-Communication
- E-Customer-Relationship-Management
- E-Customer
- E-Branding

*Mobile Business:*

- Mobile Kommunikation
- Mobile Applikationen
- Wichtige Akteure
- Geschäftsmodelle
- Ausblick

*Rechtliche Aspekte des E-Business:*

- Wichtige Rechtsnormen
- Datenschutz und IT-Sicherheit
- Haftung
- Netzneutralität

*E-Commerce:*

- Online Marktplatz
- Voraussetzungen für einen Online Shop
- Bezahlssysteme
- Logistikmanagement
- Marketingstrategien

*Concurrent Engineering & Collaborative Planning:*

- Inhalte
- Bedeutung

*Fallstudien zum E-Business und E-Commerce, unter anderem Analyse ausgewählter Start-ups und etablierter Unternehmen, wie Google, Amazon etc.*

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Wirtz, B. W. (2013). Electronic Business, 4. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kollmann, T. (2016). E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, 6. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Meier, A. & Stormer, H. (2012). eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette, 3. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.

*Weiterführende Literatur:*

- Clement, R. & Schreiber, D. (2013). Internet-Ökonomie. Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Laudon, K. & Traver, C. G. (2013). E-Commerce 2013. Business, Technology, Society, 8th Ed., Harlow: Pearson.
- Chaffey, D. (2011). E-Business and E-Commerce Management. Strategy, Implementation and Practice, 5th Ed., Harlow: Pearson.
- Maaß, C. (2008). E-Business Management – Gestaltung von Geschäftsmodellen in der digitalen Wirtschaft. Stuttgart: UTB.
- Krcmar, H. (2009). Informationsmanagement, 5. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.
- Schneider, P. G. (2015). Electronic Commerce, 11th ed., Stamford: Cengage.
- Jelassi, T., Enders, A. & Martinez-Lopez, F. J. (2014). Strategies for E-Business: Creating Value Through Electronic and Mobile Commerce Concepts and Cases, 3rd ed., Harlow: Pearson.
- Schneider, G. P. (2013). E-Business, 10th ed., Stamford: Cengage.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

**Besonderheiten**

Keine

| Management Sozialer Medien   |      |                               |    |
|--|------|-------------------------------|----|
| <b>ECTS</b>  | 3    | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 90 |
| <b>Typ</b>   | VL+Ü | <i>Präsenz:</i>               | 30 |
| <b>Semester</b>  | 3    | <i>Selbststudium:</i>         | 60 |
| <b>Inhalte</b>   |      |                               |    |
| <i>Grundlagen:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Herausforderung Social Media</li> <li>▪ Grundbegriffe</li> <li>▪ Einsatzgebiete</li> <li>▪ Wirtschaftlich-gesellschaftliche Auswirkungen Sozialer Medien</li> <li>▪ Aktuelle Entwicklungen</li> </ul> |      |                               |    |
| <i>Wichtige Akteure:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anbieter</li> <li>▪ Nachfrager</li> </ul>   |      |                               |    |
| <i>Rahmenbedingungen:</i>  |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>▪ Organisatorische Rahmenbedingungen</li> </ul>   |      |                               |    |
| <i>Social Media Monitoring:</i>  |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen</li> <li>▪ Methoden</li> <li>▪ Instrumente</li> </ul>  |      |                               |    |
| <i>Social-Media-Managementkreislauf:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Social-Media-Ziele</li> <li>▪ Strategische und operative Planung im Bereich Social Media</li> <li>▪ Implementierung</li> <li>▪ Social Media Controlling</li> </ul>                                    |      |                               |    |
| <i>Social Media Marketing</i>  |      |                               |    |
| <i>Social Recruiting</i>   |      |                               |    |
| <i>Management von Social-Media-Krisen:</i>   |      |                               |    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Krisenarten und -verläufe</li> <li>▪ Krisenbewältigung</li> <li>▪ Krisenprävention</li> </ul>   |      |                               |    |
| <i>Fallstudien zum Management Sozialer Medien</i>  |      |                               |    |

## Literatur

### *Grundlegende Literatur:*

- Back, A., Gronau, N. & Tochtermann, K. (2013). Web 2.0 und Social Media in der Unternehmenspraxis. Grundlagen, Anwendungen und Methoden mit zahlreichen Fallstudien, 3. Aufl., München: Oldenbourg.
- Friedrichsen, M. & Mühl-Benninghaus, W. (Hrsg.) (2012). Handbook of Social Media Management. Value Chain and Business Models in Changing Media Markets. Berlin: Springer.
- Smith, N. & Wollan, R. (2011). The Social Media Management Handbook. Everything You Need to Know to Get Social Media Working in Your Business, Hoboken: John Wiley & Sons.

### *Weiterführende Literatur:*

- Goderbauer-Marchner, G. & Büschin, T. (2015). Social Media Content. Konstanz: UVK.
- Assmann, S. & Röbbeln, S. (2013). Social Media für Unternehmen. Das Praxisbuch für KMU. Bonn: Galileo Press.
- Albarran, A. B. (2013). The Social Media Industries. New York et al.: Routledge.
- Mergel, I. (2013). Social Media in the Public Sector. A Guide to Participation, Collaboration, and Transparency in the Networked World. San Francisco: Jossey-Bass.
- Beyreuther, T. (2012). Consumers Work. Zum neuen Verhältnis von Unternehmen und Usern im Web 2.0. Frankfurt am Main et al.: Campus.
- Li, C. (2010). Open Leadership. How Social Technology can Transform the Way you Lead. San Francisco: Jossey Bass.
- Luttrell, R. (2015). Social Media. How to Engage, Share and Connect. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Ryan, D. (2015). Understanding Social Media. How to create a plan for your business that works. London: Kogan Page.
- Gonzales, D. (2015). Managing Online Risk: Apps, Mobile, and Social Media Security. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).

## Besonderheiten

Keine

| Aspekte nachhaltigen Managements  |  |                               |     | BMD-I016                  |           |
|---|--|-------------------------------|-----|---------------------------|-----------|
| <b>Studiengang</b> BMD (Vollzeit)   |  |                               |     |                           |           |
| <b>ECTS</b>   | 6  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 180 | <b>Modulbetreuer</b>      | G. Mielke |
| <b>Modus</b>  | Pflicht  | <i>Präsenz:</i>               | 40  | <b>Unterrichtssprache</b> | DE/EN     |
| <b>Dauer (Sem.)</b>   | 1  | <i>Selbststudium:</i>         | 140 |                           |           |
| <b>Teilmodule</b>   |  |                               |     | <b>ID</b>                 |           |
| Seminar: CSR, Ethik und Kultur  |  |                               |     |                           |           |
| <b>Prüfung</b>  | Referat  |                               |     |                           |           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>   | Keine  |                               |     |                           |           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>  | –  |                               |     |                           |           |
| <b>Besonderheiten</b>   | Die Studierenden bereiten ihre ausgewählten Referatsthemen in einem 1 ½ -stündigen Referat auf und stellen diese im Seminar vor. Es besteht Anwesenheitspflicht, da eine aktive Mitarbeit im Seminar erforderlich ist und entsprechend in die Bewertung eingeht. |                               |     |                           |           |
| <b>Kompetenzziele</b>   |  |                               |     |                           |           |
| <i>Fachliche Kompetenz:</i>   |  |                               |     |                           |           |
| <p>Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Nachhaltigkeit in Wirtschaftsprozessen. Sie können ökonomische, ökologische soziale und kulturelle Determinanten in Wirtschaftsprozessen identifizieren und deren Einfluss auf wirtschaftliche Entscheidungen von Individuen und Organisationen analysieren. Sie sind in der Lage, diese Faktoren in synchroner und diachroner Sichtweise zu erfassen. Die Studierenden verfügen über theoretische, empirische und anwendungsorientierte Kenntnisse, die Fragen ethischer und kultureller Unterschiede, interkultureller Verständigung und Kooperation betreffen. Die Studierenden kennen den aktuellen Stand der für dieses Modul fachlich relevanten wirtschaftswissenschaftlichen Forschung durch Einbeziehung ausgewählter Beiträge aus Fachzeitschriften und Journals. Sie sind in der Lage, eigene Fragestellungen situationsadäquat auf Problemstellungen in Bezug auf ein nachhaltiges Management anzuwenden. Sie können aktuelle Herausforderungen für Organisation und das Management identifizieren und analysieren und verfügen über theoretische, empirische und anwendungsorientierte Kenntnisse die Fragestellungen in diesem Kontext betreffen.</p> |  |                               |     |                           |           |
| <i>Überfachliche Kompetenz:</i>   |  |                               |     |                           |           |
| <i>Instrumentale Kompetenzen</i>  |  |                               |     |                           |           |
| <p>Die Studierenden können die Inhalte der im Studium vermittelten Module sachgerecht anwenden und sind in der Lage, Kenntnisse und Fähigkeiten auf die betriebliche Praxis im Sinne eines nachhaltigen Managements zu transferieren. In ihren Darstellungen zeigen sie die Fähigkeit, kritisch mit einem Thema umzugehen und verschiedene wissenschaftliche Aspekte, Lehrmeinungen und Forschungsrichtungen unterscheiden und beurteilen zu können. Sie können ihre Kenntnisse auf Managementtätigkeiten anwenden, praktizierte Problemlösungen kritisch einschätzen und selbstständig Problemlösungen erarbeiten. Die Studierenden sind zur Anwendung praxisorientierten Wissens über ethische und kulturelle Unterschiede in der Lage, das in den multikulturellen Gesellschaften einer globalisierten Welt unabdingbar geworden ist.</p>  |  |                               |     |                           |           |



*Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen*

Die Studierenden können mit Fachvertretern und Laien über Praxisprobleme des Nachhaltigkeitsmanagements in differenzierter Weise kommunizieren und diskutieren. Sie sind in der Lage, eigene Positionen im Fachgebiet argumentativ zu begründen und zu verteidigen. Die Studierenden können mit Fachvertretern und Laien über ethische und kulturelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Akteuren in Wirtschaftsprozessen in differenzierter Weise kommunizieren und diskutieren.

*Systemische Kompetenzen*

Die Studierenden sind in der Lage, zu erkennen, dass spezifische Problemlösungen aus einer ganzheitlichen Perspektive zu betrachten sind und diese in Wechselwirkung mit wirtschaftlichem Handeln stehen.

**BESCHREIBUNG DER TEILMODULE**

Seminar: CSR, Ethik, Kultur

|                 |    |                               |            |           |
|-----------------|----|-------------------------------|------------|-----------|
| <b>ECTS</b>     | 3  | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | <b>180</b> | <b>ID</b> |
| <b>Typ</b>      | SE | <i>Präsenz:</i>               | 40         |           |
| <b>Semester</b> | 4  | <i>Selbststudium:</i>         | 140        |           |

**Inhalte**

*Ausgewählte aktuelle praxisrelevante Themen ganzheitlichen und nachhaltigen Managements in den Themenfeldern Corporate Social Responsibility, Business Ethics und kulturellen bzw. interkulturellen Aspekten in Wirtschaftsprozessen*

**Literatur**

*Grundlegende Literatur:*

- Bruton, J. (2017). Corporate Social Responsibility und wirtschaftliches Handeln. Konzepte, Maßnahmen, Kommunikation. Berlin: Erich Schmidt.
- Trevino, L. K. & Nelson, K. A. (2014). Managing Business Ethics. Straight Talk about How to Do It Right, 6th Ed., Hoboken: Wiley.
- Schüz, M. (2016). Angewandte Unternehmensethik. Grundlagen für Studium und Praxis. Halbergmoos: Pearson.

*Weiterführende Literatur:*

- Wunder, T. (Hrsg.) (2016). CSR und strategisches Management: Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb gewinnt. Berlin: Springer Gabler.
- Trompenaars, F. & Hampden-Turner, C. (2012). Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Business, 3rd Ed., New York: McGraw-Hill.
- Deresky, H. (2010). International Management. Managing Across Borders and Cultures, 7th Ed., Harlow: Pearson/Prentice Hall.
- Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2012). Strategic Management and Business Policy. Toward Global Sustainability, 13th Ed., Upper Saddle River: Pearson.
- Ehnert, I., Wes, H. & Zink, K. J. (2014). Sustainability and Human Resource Management. Developing Sustainable Business Organizations. Berlin: Springer.
- Steinkeller, V. (Hrsg.) (2015). CSR und Kultur. Corporate Cultural Responsibility als Erfolgsfaktor in Ihrem Unternehmen. Berlin: Springer Gabler.
- Lang, R. & Baldauf, N. (2016). Interkulturelles Management. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Themenspezifische betriebswirtschaftliche Fachliteratur (A-, B- und C- Journals).
- Textsammlung zum Seminar.

**Besonderheiten**

Keine

| Master Thesis                      |  |                               |     | BMD-I017                  |
|------------------------------------|--|-------------------------------|-----|---------------------------|
| <b>Studiengang</b>                 | BMD (Vollzeit)   |                               |     |                           |
| <b>ECTS</b>                        | 24   | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 720 | <b>Modulbetreuer</b>      |
| <b>Modus</b>                       | Pflicht  | <i>Präsenz:</i>               | 18  | <b>Unterrichtssprache</b> |
| <b>Dauer (Sem.)</b>                | 1  | <i>Selbststudium:</i>         | 702 | DE/EN                     |
| <b>Teilmodule</b>                  | Master Thesis  |                               |     | <b>ID</b>                 |
| <b>Prüfung</b>                     | Master Thesis und Kolloquium   |                               |     |                           |
| <b>Teilnahmevoraussetzungen</b>    | Erfolgreicher Abschluss aller Prüfungsleistungen bis zum 3. Semester   |                               |     |                           |
| <b>Nützliche Vorkenntnisse</b>     | –  |                               |     |                           |
| <b>Besonderheiten</b>              | Das Master Thesis Kolloquium ist inhaltlich mit Thema der Masterarbeit verbunden. Jeder Studierende, der eine Master Thesis durchführt, präsentiert mit drei Vorträgen den aktuellen Stand seiner Masterarbeit, um andere Studierende und Lehrende zu informieren, Feedback zu erhalten und Anregungen aufzunehmen.  |                               |     |                           |
| <b>Kompetenzziele</b>              | <p><i>Fachliche Kompetenz:</i></p> <p>Die Studierenden kennen die Inhalte der im Studium vermittelten Module und sind in der Lage, ihre Kenntnisse und Fähigkeiten auf die betriebliche Praxis zu transferieren. Sie sind in der Lage, eine komplexe, im Regelfall praxisbezogene Fragestellung mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und entsprechend wissenschaftlichen Standards darzustellen. Sie können ihre Ergebnisse einem Fachgremium präsentieren und diese in einer Fachdiskussion verteidigen.</p> <p><i>Überfachliche Kompetenz:</i></p> <p><i>Instrumentale Kompetenzen</i></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Zusammenhänge zwischen den in den Lehrveranstaltungen vermittelten Inhalten und den Gegebenheiten der Berufspraxis differenziert zu erkennen, zu erklären und zu analysieren. Sie können ihre Ergebnisse zielorientiert strukturieren, zusammenfassen und kompetent in wissenschaftlicher Form darstellen.</p> <p><i>Interpersonelle/kommunikative Kompetenzen</i></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, vielfältige wissenschaftliche Sachverhalte und ihren Bezug zu praktischen Gegebenheiten für Lehrende, Praxisvertreter und die Fachöffentlichkeit in wissenschaftlicher Form verständlich darzustellen und zu erläutern sowie ihre Standpunkte schriftlich und mündlich logisch konsistent und argumentativ stringent zu vertreten.</p> <p><i>Systemische Kompetenzen</i></p> <p>Die Studierenden haben ein umfassendes und differenziertes Verständnis der Bedeutung der Wechselbeziehung zwischen wissenschaftlicher Forschung und praktischer Anwendung in der Betriebswirtschaftslehre. Sie halten vorgegebene Standards kompetent ein und können Lösungsansätze für neue wissenschaftliche Herausforderungen finden und begründen.</p> |                               |     |                           |
| <b>BESCHREIBUNG DER TEILMODULE</b> |  |                               |     |                           |
| Master Thesis                      |  |                               |     |                           |
| <b>ECTS</b>                        | 24   | <b>Workload gesamt (Std.)</b> | 720 | <b>ID</b>                 |

|  |        |                       |     |
|--|--------|-----------------------|-----|
| <b>Typ</b>   | MA+KOL | <i>Präsenz:</i>       | 18  |
| <b>Semester</b>  | 4      | <i>Selbststudium:</i> | 702 |
| <b>Inhalte</b>   |        |                       |     |
| <i>Master Thesis: Schriftliche Master Thesis über ein vom Studiengangleiter vergebenes Thema</i>   |        |                       |     |
| <i>Kolloquium:</i>   |        |                       |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vortrag zu Beginn des 4. Semesters: Vorstellung des Themas der Master Thesis, Stand der Wissenschaft, Literaturübersicht, gesteckte Ziele, anzuwendende Konzepte und Methoden, Vorgehensweise der Arbeit</li> <li>▪ Vortrag in der Mitte des 4. Semesters: Bericht über den erreichten Stand der Masterarbeit, gelöste/ungelöste Aufgaben, Planung der zweiten Hälfte der Bearbeitungszeit.</li> <li>▪ Vortrag/Verteidigung am Ende des 4. Semesters: Fachlich kompetente mündliche Kurzpräsentation der Inhalte der Master Thesis, Erläuterung der Ergebnisse der Master Thesis im Rahmen einer fachlichen Befragung, Prüfungsfragen zu Studieninhalten</li> </ul> |        |                       |     |
| <b>Literatur</b>   |        |                       |     |
| <i>Grundlegende Literatur:</i>   |        |                       |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oehlich, M. (2015). Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben: Schritt für Schritt zur Bachelor- und Master-Thesis in den Wirtschaftswissenschaften. Berlin: Springer Gabler.</li> <li>▪ Theisen, M. R. (2017). Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeiten, 17. Aufl., München: Vahlen.</li> <li>▪ Grundlegende themenspezifische Literatur entsprechend der Recherche der Studierenden.</li> </ul>  |        |                       |     |
| <i>Weiterführende Literatur:</i>   |        |                       |     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Töpfer, A. (2010). Erfolgreich Forschen. Ein Leitfaden für Bachelor-, Master-Studierende und Doktoranden, 2. Aufl., Berlin, Heidelberg: Springer.</li> <li>▪ Brink, A. (2013). Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten. Ein prozessorientierter Leitfaden zur Erstellung von Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten, 4. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>▪ Schwaiger, M. &amp; Meyer, A. (Hrsg.) (2011). Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. Handbuch für Wissenschaftler und Studierende. München: Vahlen.</li> <li>▪ Weiterführende themenspezifische Literatur entsprechend der Recherche der Studierenden.</li> </ul>                       |        |                       |     |
| <b>Besonderheiten</b>  |        |                       |     |
| Die Transferleistung der Studierenden wird in einer selbstständig bearbeiteten Master Thesis über eine theoretische Problemstellung unter Berücksichtigung fachpraktischer Erkenntnisse dokumentiert. Die mit der Master Thesis erbrachte Transferleistung wird durch ein Kolloquium über das Thema der Arbeit und Fragen zu den Studieninhalten ergänzt.  |        |                       |     |

BMD