

Modulhandbuch

Verbundstudiengang Management für Ingenieur- und
Naturwissenschaften (MBA)

Inhalt

1.1	Jahresabschlussanalyse	3
1.2	Managementkompetenz	5
1.3	Wirtschaftsrecht	7
1.4	Projektmanagement.....	9
2.1	Controlling und Kostenmanagement	11
2.2	Strategie & Innovationsmanagement.....	13
2.3	Economics- Internationale Volkswirtschaft	15
2.4	Business Intelligence.....	17
3.1	Investitions- und Finanzierungsmodelle	19
3.2	Marketing & Sales.....	21
3.3	Operations Management	23
3.4	Digitales Prozessmanagement.....	25
4.1	Unternehmenssimulation	27
4.2	Internationales Management (Englisch)	29
4.3	Wahlpflichtseminare Marketing & Sales	31
4.4	Wahlpflichtseminar Operations Management	34
4.5	Projekt Analyse und Strategie	36
5.	Master-Thesis und Kolloquium.....	38

1.1 Jahresabschlussanalyse

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	1.Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

Präsenzübung

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Grundsätze und Zusammenhänge der betriebswirtschaftlichen doppelten Buchführung verstehen und bewerten
- Buchführungstechnik unter Berücksichtigung der geltenden Rechtsvorschriften erörtern und Grundlagen der Bilanzierung anwenden
- Buchungen für reale Sachverhalte entwickeln und eine Buchführung für die wichtigsten Funktionsbereiche in Unternehmen durchführen
- Jahresabschlüsse rechtsformabhängig nach Handelsrecht und internationaler Rechnungslegung in Grundzügen erstellen
- Bewertungen wählen, entwickeln und beurteilen sowie deren Bedeutung für die Analyse von Jahresabschlüssen ableiten
- Jahresabschlüsse analysieren, interpretieren und bewerten sowie Handlungsempfehlungen für das Management ableiten
- bilanzpolitische Gestaltungsmöglichkeiten identifizieren und prüfen
- Strategische Perspektiven in verschiedenen Anwendungsfeldern entwickeln

Sämtliche Lernergebnisse basieren u. a. auf dem geübten Umgang mit den jeweils gültigen Rechtsnormen für die Rechnungslegung, vorzugsweise dem Handelsrecht (HGB) und partiell den International Financial Reporting Standards (IFRS).

Inhalte

Einführung in das betriebswirtschaftliche Rechnungswesen

- Aufgaben und Gliederung des betriebswirtschaftlichen Rechnungswesens
- Grundbegriffe des Rechnungswesens
- rechtliche Regelungen und Organisation
- Aufbau + Berichte

Basisprinzipien der Buchungstechnik

- Zentrale Elemente des externen Rechnungswesens
- Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle
- Überblick Finanzbuchhaltung für Beschaffung, Produktion, Absatz, Personal
- Einsatz IT-Systeme und Digitalisierung

Jahresabschlusserstellung und Bewertung

- Bewertung nach Handelsrecht
- Gesamtergebnisrechnung
- Internationale Jahresabschlüsse (IFRS)
- Abgrenzung
- rechtsformabhängige Aufstellung

weiterführende Analysen

- Grundlagen Bilanzanalyse
- Instrumente und Konzepte der Jahresabschlusspolitik
- Finanz- und erfolgswirtschaftliche sowie strategische Analyse

Neuere Perspektiven (Kapitalmarkt- und Wertorientierung, soziale und Umweltaspekte)

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)

Klausurdauer: 90 Min

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Andreas Stute

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

1.2 Managementkompetenz

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	1.Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Seminar			keine			15	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (102 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung,
 - (1) Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übungsaufgaben im Lernbrief, Lernziele, Wiederholungsfragen)
 - (2) Ergänzende Angebote, z.B. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung,
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien/Übungen und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (48 h) (6 Blocktage während des Semesters)

Fallstudien mit Videoaufnahme und Reflexionsphasen. Die Teilnehmer erleben Führungssituationen und dabei die Wirkung der eigenen Person in der Gruppe. Sie werden Führungsaufgaben wahrnehmen und Grundlagen der Kommunikation anwenden. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Folgende Lernergebnisse werden nach Absolvierung des Moduls erzielt

- Die Studierenden analysieren situativ die sozialen und methodischen Aspekte von Leitungsaufgaben in einem Unternehmen.
- Die Studierenden orientieren sich in den verschiedenen Dimensionen von Leitungsaufgaben und differenzieren deren Funktionen in den Bereichen Führung, Kommunikation, Präsentation, Planung, Analyse und Reflexion.
- Die Studierenden definieren innerhalb eines Bereichs von Leitungsfunktionen die erforderlichen Analyse- und Gestaltungsaufgaben.
- Die Studierenden können geeignete Führungskonzepte und -theorien anhand der situativen Anforderungen unterscheiden.
- Die Studierenden beurteilen in Selbst- und Fremdrelexion den Handlungsprozess und erfassen Entwicklungspotentiale.
- Sie können zielgruppenadäquat Reden und Vorträge halten sowie Feedback entgegennehmen und geben.
- Die Studierenden wissen, wie Kommunikation/Motivation funktioniert und können dies situationsgerecht anwenden
- Sie können persönliche Arbeitstechniken zielgerichtet beurteilen und anwenden

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:

- Modelle zu Führung, Kommunikation, Präsentation, Planung, Analyse oder Reflexion; Führungsstile, -modelle und -theorien
- Regeln, Phasenabläufe und Techniken zu Führung, Kommunikation, Präsentation, Planung, Analyse oder Reflexion
- Anforderungen, Einflussfaktoren und Erfolgskriterien für die Gestaltung der sozialen und methodischen Aspekte von Leitungsaufgaben
- Störungen und Schwierigkeiten bei der Durchführung von Leitungsaufgaben
- Typische Situationen von Leitungsaufgaben
- Feedback entgegennehmen und Feedback geben
- Sprechen und Reden halten
- Visualisierung als zentrales Element von Präsentationen
- Verhandlungstechniken mit internationalen Partnern,
- Führung von Mitarbeitern in internationalen Konzernen (Diversity Management)
- Sensibilisierung für Kulturunterschiede

Prüfungsgestaltung

Hausarbeit und Vortrag/Referat zur Hausarbeit

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Striewe

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

1.3 Wirtschaftsrecht

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	1.Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- a. Angeleitete Wissensvermittlung
 - b. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übungsaufgaben im Lernbrief, Lernziele, Wiederholungsfragen)
 - c. Ergänzende Angebote, z.B. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebot
- (1) Selbstständige Wissensvertiefung
- a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien/Übungen und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Die Studierenden können die Grundlagen des Wirtschaftsrechts (u.a. Handels-; Vertrags- und Arbeitsrecht) einordnen und in unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen.
- Die Studierenden entwickeln ein Verständnis der juristischen Denk- und Arbeitsweise und des Deutschen Rechtssystems.
- Die Studierenden können wirtschaftsrechtliche Fragestellungen aus der juristischen Perspektive analysieren und bewerten.
- Die Studierenden kennen die Bedeutung der Rechtsgrundlagen für die Aufstellung Allgemeiner Geschäftsbedingungen und können diese anwenden.

Die Studierenden können relevante Rechtsgrundlagen für den internationalen Kaufprozess in der Vertragsgestaltung einbeziehen.

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.

- Grundzüge des Vertragsrechts
- Grundzüge des Handelsrechts
- Unterschiedliche nationale Standards
- Grundlagen der Unternehmerhaftung
- Grundzüge des Arbeitsrechts

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Striewe

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

1.4 Projektmanagement

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	1.Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übungsaufgaben im Lernbrief, Lernziele, Wiederholungsfragen)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebot
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien/Übungen und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Modules verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Die Studierenden können praxisrelevante Projektmanagementmethoden und -instrumente bewerten und anwenden.
- Die Studierenden können grundlegende Projektmanagementpläne (Projektorganisation, Projektstruktur und -ablaufplan) entwerfen, anwenden und umsetzen.
- Die Studierenden können die Entwicklung von Projekten systematisch strukturieren.
- Die Studierenden können Projekte nach zentralen Kriterien (Zeit, Kosten und Qualität) von der Projektinitiierung bis zum Projektabschluss steuern.
- Die Studierenden können zwischen geeigneten Methoden (z.B. agile oder hybride) unterscheiden und für Projekte die geeignete Projektmanagementalternative auswählen.
- Die Studierenden können digitalisierte Methoden des Projektmanagements anwenden.
- Die Studierenden kennen die Probleme des Multiprojektmanagements und können Systeme der Multiprojektmanagementsteuerung beurteilen und anwenden

Inhalte

Ausgehend von den Grundlagen eines Projektes werden folgende Teilbereiche behandelt:

- Projektmanagementphasen und -prozesse
- Projektpläne (Projektstruktur- und -ablaufplan)
- Ressourcenmanagement
- Zentrale Produkte und Dokumente im Projektmanagement
- Projektcontrolling
- Teambildung und Changemanagement in Projekten
- Konfigurations- und Änderungsmanagement
- Risikomanagement in Projekten
- Agiles Projektmanagement (insbes. SCRUM,) sowie hybrides Projektmanagement
- Multiprojektmanagement

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Striewe

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

2.1 Controlling und Kostenmanagement

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
200 h	8	2. Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (172 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (28 h)

- Präsenzübung,
- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
 - b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Zweck und Organisation von Controlling und Kostenmanagement erklären
- Betriebsergebnisrechnungen unter Berücksichtigung verschiedener Kostenrechnungssysteme verstehen, entwerfen und beurteilen
- Kostenanalysen durchführen und Ergebnisse bewerten
- Strategische, taktische und operative Planungsmodelle entwickeln und implementieren
- Managemententscheidungen durch Handlungsempfehlungen auf Basis von Controlling-Modellen unterstützen
- Wertesysteme und verhaltensorientierte Ansätze in Steuerungsmechanismen integrieren und Ergebnisse kritisch reflektieren
- Risiken erheben, einschätzen und Schlussfolgerungen treffen
- Relevante Controlling-Daten identifizieren und erheben sowie Analysemodelle anwenden und Ergebnisse interpretieren und Maßnahmen ableiten

Inhalte

1. **Grundlagen:** Basisbegriffe, Inhalte, Aufgaben, Organisation und Rollen, neue Anforderungen
2. **Kostenrechnung / internes Rechnungswesen:** Informationsversorgung, Kostenarten- und -stellenrechnung, Kalkulation, Plankostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Target Costing, Activity Based Costing.
3. **weitere Werkzeuge der Informationsversorgung:** Kennzahlen und Kennzahlensysteme, Balanced Scorecards, Berichtswesen, (internationale) Verrechnungspreise
4. **Planung und Kontrolle:** operative Planung (Budgetierung) und taktische/strategische Planung.
5. **Wertorientiertes Controlling:** wertorientierte Basiskonzepte, wertorientierte Kennzahlen, Economic Value Added, Verhaltenscontrolling
6. **Risikocontrolling:** operative Risiken, Marktrisiken, Kreditrisiken
7. **Digitalisierung im Controlling:** *Big Data* im Controlling, neue(re) analytische Verfahren / Datenanalyseprozess

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Anita Eusterbrock

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

2.2 Strategie & Innovationsmanagement

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	2.Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Seminar			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übungsaufgaben im Lernbrief, Lernziele, Wiederholungsfragen)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebot
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien/Übungen und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Modules verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Sie beherrschen die Analyse und kennen die Einsatzmöglichkeiten von strategischen Instrumenten.
- Sie können strategische Entscheidung in lokalen, nationalen und globalen Märkten untersuchen und bewerten.
- Sie können verschiedene Konzepte des Strategie- und Innovationsmanagements abgrenzen.
- Sie können Strategiealternativen formulieren und systematisch die geeignete Strategiealternative auswählen.
- Sie können inkrementelle und radikale Innovationsprojekte differenzieren.
- Sie können eine dreistufige Bewertung von Innovationideen anwenden

Sie können, basierend auf einer externen und internen Analyse Konzepte für eine (Teil-)Unternehmensstrategie entwickeln.

Inhalte

Dieses Modul umfasst folgende Aspekte aus dem Gebiet des Strategie- und Innovationsmanagements:

- Grundbegriffe, Kontext des Managements und seiner Gestaltung
 - Modelle zur strategischen Unternehmensführung (z.B. Stakeholder-Analyse)
 - Marktfeldstrategien sowie Portfolioplanung als Kernbestandteil der Strategiegestaltung
 - strategische Bedeutung der formalen und informalen Organisation
 - Quellen von Innovationen
 - Typen von Innovationen
 - Bewertungsmodelle von Innovationsideen
 - Organisationsstrukturen für Innovationen
- Management des Produktentwicklungsprozesses

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Striewe

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

2.3 Economics- Internationale Volkswirtschaft

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	2.Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übungsaufgaben im Lernbrief, Lernziele, Wiederholungsfragen)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebot
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien/Übungen und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Die Studierenden können die mikro- und makroökonomischen Grundtheorien voneinander abgrenzen und beurteilen.
- Die Studierenden können die Interdependenzen und Konsequenzen volkswirtschaftlicher Rahmenbedingungen auf Unternehmen analysieren und bewerten.
- Die Studierenden verstehen die Ursachen von Arbeitslosigkeit, Konjunkturverläufen, Inflation- und Zinsentwicklungen im gesamtwirtschaftlichen Kontext.
- Die Studierenden sind in der Lage, Auswirkungen der Wirtschaftspolitik auf die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen (Konjunktur-/Finanzpolitik, Nachfrage; Zinsniveau, Finanzierung, Arbeitsmarktpolitik = betriebl. Personalpolitik usw.) zu analysieren und zu beschreiben.
- Die Studierenden können Auswirkungen der Wirtschaftspolitik auf die grenzüberschreitenden Güter, Kapital -und Faktorströme bei Unternehmensentscheidungen berücksichtigen und deren Bedeutung beurteilen.
- Sie können Theorien der Wechselkursentwicklung und andere internationale Interdependenzen beurteilen und situativ anwenden.

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht:

- Nachfrage der Haushalte
- Markt-/Preisbildung/Marktformen
- Grundlagen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung
- Volkswirtschaftliche Theorien (Keynesianismus/Monetarismus)
- Volkswirtschaftliche Ziele und Zielkonflikte
- Instrumente der Wirtschaftspolitik (Geldpolitik, Finanzpolitik, Währungspolitik, Außenwirtschaftspolitik)
- Strategische Unternehmensplanung auf der Basis internationaler Aspekte (Wirkung des Auslands auf Zinsniveau, Beschäftigung, Preisniveau, Konjunktur; Umwelt)
- Preispolitik internationaler Güter (Beschaffung/Absatz; Wechselkursabsicherung; internationale Zinsdifferenzen)
- Corporate Social Responsibility, Standort- und Umfeldanalysen
- Wechselkurstheorien, Einfluss harter und weicher Faktoren auf den Wechselkurs

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Striewe

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

2.4 Business Intelligence

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	2.Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenz			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- a) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
- b) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

- a) Präsenzübung, 16 Stunden, zusätzlich 1 Prüfungstag am Ende (Blocktag/je nach Gruppengröße).
- b) Übungsaufgaben und Fallstudien
- c) Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden
- d) Präsentation der erstellten Hausarbeit und fachliche Verteidigung im Rahmen einer Gruppendiskussion am Prüfungstag

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten. Sie können:

- die Grundlagen und aktuelle Themen zum Einsatz von Business Intelligence Lösungen erläutern und mögliche Einsatzszenarien beurteilen.
- unterschiedliche Lösungsansätze für Business Intelligence Lösungen gegenüberstellen und sie nach technischen und betriebswirtschaftlichen Kriterien bewerten.
- Handlungsempfehlungen für die Konzeption, Einführung und den Betrieb von BI-Lösungen entwickeln.
- vorhandene BI-Lösungsarchitekturen und –anwendungen analysieren und bewerten und Vorschläge für den Einsatz neuer Technologien und Trends im BI-Umfeld erarbeiten.

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.

- Einführung und Motivation für Business Intelligence und Big Data
- IT-Infrastruktur von BI-Lösungen
- Daten- und Geschäftsprozessmodellierung als Grundlage zur Datenanalyse und Geschäftsprozessoptimierung
- Grundlagen analytischer Informationssysteme
- Methoden und Instrumente des Business Intelligence (z.B. Data Warehousing, Data Marts, OLAP, Data Mining, KI, Dashboards, ETL-Prozesse, etc.)
- Entwicklungen und Anwendungsbeispiele der Business Intelligence
- Verfahren der Datenanalyse und des Machine Learning

Prüfungsgestaltung

Hausarbeit und Vortrag/Referat zur Hausarbeit/Leitung einer Gruppendiskussion am Prüfungstag.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Peter Hartel

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

3.1 Investitions- und Finanzierungsmodelle

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	3. Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (130 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (20 h)

Präsenzübung

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Organisation und Rahmenbedingungen des Finanzmanagements darstellen und Sachverhalte einordnen
- Finanzmathematische Grundlagen erklären und spezifische Berechnungen durchführen
- Komplexe Investitionsalternativen mit Hilfe geeigneter Methoden beurteilen
- Internationale Finanzplanungen organisieren und durchführen, Kapitalbedarfe erkennen
- Finanzierungsalternativen identifizieren, bewerten und implementieren
- Finanzwirtschaftliche Datenanalyse planen und umsetzen sowie deren Ergebnisse beurteilen
- Finanzwirtschaftliche Risiken ermitteln und Lösungen mit Hilfe von geeigneten Finanzinstrumenten entwickeln
- Chancen, Möglichkeiten und Herausforderungen der Digitalisierung in Finanzprozessen und -produkten erkennen und Optimierungsmaßnahmen ableiten
- Bewertung der finanziellen Gesamtsituation vornehmen und Steuerungsmöglichkeiten zur Sicherung der Liquidität, Rentabilität und finanzwirtschaftlichen Sicherheit entwerfen

Inhalte

- Grundlagen + Organisation des Finanzmanagements, Ethik
- Grundlagen Finanzmathematik: u.a. Zinsrechnung, Aspekte linearer Algebra
- Investitionsmanagement
 - o statische Investitionsrechnung
 - o dynamische Investitionsrechnung
 - o qualitative Bewertungen, Verhaltens- und Risikoaspekte
 - o Projektinvestitionsrechnung mit Fallstudie
- Finanzmanagement
 - o Finanznetzwerkorganisation, FinTechs + digital finance
 - o Internationale Finanzplanung
 - o Finanzierungsinstrumente: insb. Aktien + Anleihen
 - o Supply Chain Finance
 - o Finanzwirtschaftliches strategisches Risikomanagement: Zinsen, Währungen, Commodities
 - o Working Capital Management
- Finanz- und Investitions-Controlling, Big Data im Finanzbereich

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Andreas Uphaus

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

3.2 Marketing & Sales

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	3.Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (126 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übungsaufgaben im Lernbrief, Lernziele, Wiederholungsfragen)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebot
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien/Übungen und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (24 h)

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

- einen Marketingplan erstellen und die hierfür erforderlichen Analysen (z.B. SWOT) durchführen
- Ableitung von Marketingstrategien aus individuellen Unternehmenszielen und Marktsituationen zur Förderung einer langfristig angelegten, erfolgreichen Entwicklung des Unternehmens
- Befähigung, sinnvolle Variation der verschiedenen Strategien zu bilden
- Kennen Methoden zur Strategieentwicklung und können diese sinnvoll vergleichen und einsetzen
- Kennen und anwenden der operativen Marketinginstrumente mit ihren jeweiligen Zielen, Teilaufgaben und modelltheoretischen Erkenntnissen
- Erkennen und nutzen von Zusammenhängen, Synergien und Interdependenzen zwischen den einzelnen Instrumenten.
- Anwendung der Instrumente hinsichtlich der strategischen Ausrichtung
- Verständnis von Entscheidungsstrukturen im privaten und industriellen Kaufverhalten und Nutzung für einen zielgerichteten Einsatz des Marketing- Mixes
- Zielgerichteter Einsatz der Marketingstrategie sowie des adäquaten Marketing-Mix im nationalen und internationalen Umfeld als gesamtkonzeptioneller Ansatz

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.

Strategisches Marketing

- Einführung
- Notwendigkeit von Marketingstrategien
- Aufgaben und Umfang von Marketingstrategien
- Marktfeldstrategien
- Marktstimulation
- Marktparzellierung
- Marktarealstrategien
- Strategiekombinationen
- Strategievariationen
- Umsetzung unterschiedlicher internationaler Produktlebenszyklen in Marketingstrategien (Wasserfall-/Sprinklertheorie)
- Käuferverhalten
- Internationales Käuferverhalten im B2C- und B2B-Sektor

Operatives Marketing

- Produktpolitik
- Produktinnovationen
- Preis- und Konditionenpolitik
- Kommunikationspolitik
- Distributionspolitik/Internationale Vertriebswegpolitik

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. R. Schlottmann

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

3.3 Operations Management

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	3.Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübung			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (126 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und –einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote z.B. Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote
- (2) Selbstständige Wissensvermittlung
 - a. Fallstudien und reale Beispiele aus dem Berufsleben
 - b. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur

Kontaktzeit: (24 h)

- (1) Vorlesung und Präsenzübung
 - a. Vorlesung, Fallstudien aus der realen Praxis, Übungsaufgaben
 - b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden sollen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Zusammenhänge des Produktionsmanagements verstehen.

Sie sollen auf Basis der Datenhaltung die Kern- und Querschnittsfunktionen von Systemen zur Produktionsplanung und -steuerung (PPS-Systemen) abhängig von der jeweiligen Betriebstypologie verstehen und im Zusammenhang einordnen können. Die Studierenden sollen die betriebswirtschaftlichen Methoden, Modelle und Verfahren im Produktionsmanagement anwenden können.

Die Studierenden erhalten Kenntnisse über internationale Beschaffungsmärkte, internationale Methoden der Planung und Steuerung und internationale Konzerne.

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Die Studierenden kennen die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge des Produktionsmanagements und können diese beurteilen und optimieren
- Die Studierenden können die Zielgrößen des Produktionsmanagements unternehmensindividuell formulieren und kontrollieren
- Die Studierenden können unternehmensindividuell die betriebswirtschaftlichen Methoden, Modelle und Verfahren im Produktionsmanagement anwenden
- Die Studierenden sind mit dem Produktentstehungsprozess und der Produktionsprozessentwicklung vertraut und können diese im Hinblick auf veränderte Anforderungen unternehmensindividuell weiterentwickeln
- Die Studierenden kennen die veränderten Anforderungen an den Produktentstehungsprozess und die Produktionsprozessentwicklung die durch die Globalisierung entstehen

- Die Studierenden kennen die Kern- und Querschnittsfunktionen von Produktionsplanungs- und -steuerungssystemen und können deren Einsatz im Unternehmen umsetzen
- Die Studierenden können bestehende Produktentwicklungsprozesse und Produktionsprozesse analysieren, optimieren und die Optimierungen in unternehmensinternen kritischen Diskussionen zu vertreten

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.

- Strategisches Produktionsmanagement:
Einfluss des Produktlebenszyklus auf den Produktentstehungsprozess (Planung, Entwicklung, Produktion) und die Produktionsprozess-entwicklung (Arbeitsablaufplanung, Arbeitsstättenplanung, Arbeitsmittelplanung). Controlling der Zielgrößen der Produkt- und Prozessentwicklung
- Taktisches Produktionsmanagement:
Optimaler Einsatz von Betriebsmitteln und Material unter den Randbedingungen von Serien- und Einzelteillfertigung. Arbeitsplanung, Kapazitätsplanung und Terminplanung
- Operatives Produktionsmanagement:
Funktion und Aufbau von ERP / PPS Systemen, Materialplanung, Kapazitäts- und Terminplanung, Auftragsfreigaben, Auftragsüberwachung, Fertigungssteuerung und Controlling, Produktionslogistik
- PPS-Datenhaltung u.a.: Stamm- und Strukturdaten, Bewegungsdaten, Produktionsprogrammplanung, Produktionsbedarfsplanung, Eigenfertigungsplanung und -steuerung, Auftragskoordination, PPS- Controlling.
- Übung: Vertiefung der Inhalte der Vorlesung durch Diskussion, Fallbeispiele, Übungen; unter Einsatz von SAP GBI (GLOBAL BIKES INC)

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr-Ing. Michael Schroer

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

3.4 Digitales Prozessmanagement

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	3.Sem.	jährlich	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Lernbriefen angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

- Präsenzübung, 16 Stunden und 1 Prüfungstag am Ende (Blocktag)
- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
 - b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierende
 - c. Präsentation der erstellten Hausarbeit und fachliche Verteidigung im Rahmen einer Gruppendiskussion am Prüfungstag

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Prozessmanagement darstellen und in Unternehmensorganisation einordnen
- Potenziale und Risiken von Prozessänderungen bestimmen und bewerten
- Prozesse auf Basis geeigneter Modelle beschreiben und analysieren
- Prozessoptimierungen unter besonderer Berücksichtigung von Digitalisierungsaspekten entwerfen und implementieren
- Methoden zur Digitalisierung beherrschen und experimentell einsetzen
- Disruptive Alternativen und Plattformlösungen prüfen, beurteilen und auswählen
- Agile Entwicklungs- und Implementierungsmethoden durchführen

Inhalte

- Unternehmensorganisation, Unternehmensziele und Prozessziele
- Hierarchische Prozesslandkarten und Enterprise Architecture Management
- Rahmenbedingungen des Prozessmanagements: Organisation, Komponenten und Restriktionen
- Prozesse: Definition, Modularisierung, Schnittstellenmanagement
- Prozessplanung und -modellierung mit Methoden und Normen wie: Business Process Model and Notation (BPMN), Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK), Unified Modeling Language (UML), Enterprise Architecture Model (EAM), Qualitätsmanagement (QM) und Zertifizierung DIN EN ISO 9000 ff. Wertstromanalyse
- Prozessoptimierung
 - Digitalisierung bestehender Prozesse mit digitalen Workflows und Unterstützungssystemen
 - Einführung neuer Prozessarchitekturen
 - Disruptive digitale Prozessänderungen: digitales Business Process Reengineering, In- und Outsourcing, Plattform-Unterstützung
 - Auswahl von Lösungen und Anbietern
 - Agiles Changemanagement
- Prozess-Controlling und Potenzialanalysen
- Prozess-Investitionen und Erfolgsmessung

Prüfungsgestaltung

Hausarbeit und Vortrag/Referat zur Hausarbeit/Leitung einer Gruppendiskussion am Prüfungstag.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Andreas Uphaus

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

4.1 Unternehmenssimulation

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
100 h	4	4.Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (80 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Analyse, Entscheidungsvorbereitung und Diskussion in Lerngruppen
 - b. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (20 h)

Präsenzübung

- a. Simulationsdurchführung und Teamarbeit zur Entscheidungsfindung und Bewertung
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen die Studierenden über die folgenden Kenntnisse und Fähigkeiten:

- ganzheitliches Erleben und Erkennen von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen beherrschen
- betriebswirtschaftliche Planungen hinsichtlich Personal, Auslastungen, Investitionen und Finanzen im Gesamtunternehmenskontext anwenden und mit Blick auf den Erfolg evaluieren
- Strategien, Ziele und konkrete Maßnahmen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens in einem dynamischen Umfeld festlegen und verfolgen
- betriebswirtschaftliches Zahlenmaterial interpretieren und es in praxisbezogene Entscheidungen umsetzen
- den Umgang mit komplexen Entscheidungen unter Unsicherheit beherrschen
- im Team zusammenarbeiten und gemeinsame Problem- und Fragestellungen im Kontext einer Expansion eines Unternehmens bearbeiten und bewerten
- Entscheidungsfindungen im Team zeiteffizient organisieren
- bereichsübergreifendes Denken und Handeln beherrschen
- Probleme strukturiert lösen

Inhalte

Durchführung eines IT-gestützten Planspiels mit umfassenden Entscheidungsfragen auf Unternehmensleitungsebene zu Themen wie Produkt- und Marktentwicklung, Umfeldanalysen, Konkurrenzbeobachtung, Mitarbeiterführung, Produktionssteuerung, Finanzierung, Investition und Rechnungswesen.

Dazu erarbeiten die Studierenden in Gruppen tragfähige Entscheidungen in obigen Themenfeldern, die dann anschließend in der Simulation verarbeitet und analysiert werden. Ferner werden die managementrelevanten Aspekte der Leitung, Delegation, Arbeitsteilung, gemeinsamen Verantwortungsübernahme in Präsenzveranstaltungen sowie in entfernter / virtueller Zusammenarbeit umgesetzt.

Prüfungsgestaltung

Klausur (oder mündliche Prüfung)
Klausurdauer: 90 Min

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Jürgen Schneider

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

4.2 Internationales Management (Englisch)

Workload	Credits	Semester	Module Offered	Sem.	Duration	Status	Q level
150 h	6	4th	Annually	Winter	1 Sem	Core	MBA
Seminar type			Participation requirements			Group size	language
Self-study and Tutorial			No formal requirements			25	English

Teaching methods and learning styles (self-study/contact hours)

Self-study: (134 h)

- (1) Seminar and tutorial
 - a. Seminar and tutorial based on lecture notes (lecture notes and tasks in script form, learning outcome, revision sessions)
 - b. Supplementary material and help, for example via the e-learning systems of the universities (additional notes, exercises, multi-media learning material, current statistics)
- (2) Self-study enhancement sessions
 - a. Studying the suggested literature in the lecture notes
 - b. Case studies/exercises in the notes and discussions in the learning teams
 - c. Applying and enhancing the acquired knowledge on the job

Contact time: (16 h)

- (1) On-site practical sessions,
 - a. Tasks and case studies
 - b. Clarifying student questions coming up in the self-study phases

Learning outcome / competences

Having passed the module students have the following knowledges and skills:

1. Students understand the environment, processes, and effects of international business and analyse the various economic functions regarding cross-border flows of goods and factors. The students acquire and implement knowledge that is necessary to sell and produce abroad.
2. They can distinguish various generic models of internationalisation and develop advantages for their companies.
3. They are able to do extensive country analyses using international ratios/indices and derive consequences for market management/development, value chain management and timing strategies.
4. They can apply the criteria for managing foreign markets depending on the sector or company size and strategy, and develop a consequential market management/development strategy.
5. They know the main tools of an international risk analysis and are able to compare and develop strategies of risk avoidance, risk shift, and risk mitigation appropriately. Moreover, they apply the main tools of risk reduction
6. They can assess the importance of cultural influences on corporate organisation and strategy and utilize this perspective for their company.

7. They can evaluate the influences of cultural differences on e.g. advertising and HRM and develop goal-oriented proposals.
8. They know the most important tasks of international HRM and can develop tailor-made staffing strategies.

Content

The content of this module is defined by the areas of international market entry, international marketing and production, organisation of international companies as well as significant factors such as cultural differences of customers, employees, suppliers etc. With regard to export procedures and techniques the focus lies on contract design with and without consideration of Terms and Conditions, payment conditions using letter of credit or documentary collection, and hedging foreign exchange risks to name but a few. International marketing not only refers to the respective sales-related tools. The fundamental knowledge for the creation of a foreign branch or a joint venture are dealt with as much as the analysis of how to find distribution partners abroad.

Further topics are:

- International business and marketing strategies
- Risk control in international business transactions / international trade
- Forms of international activities (export, franchising, subsidiaries)
- Organisation of international companies
- World trade structures and international frameworks
- International institutions
- Country analyses / selection of international locations
- Intercultural management and international HRM

Multidisciplinarity / links:

Re-financing opportunities are dealt with in the module Investment and Finance Models; Hedging strategies on the basis of statistical regression analysis in the module Project Analysis & Strategy; International aspects of purchasing in the module Marketing & Sales and in the seminar Marketing & Sales. The issues of supply chain management in the module Operations Management.

Assessment

Written exam: 120 min. (or oral exam.)

Requirement for obtaining credit points

Passing the module

Contribution of grade to final grade

6/120 (the module grade is weighted according to its ECTS value in the total grade)

This module is part of the following courses of studies:

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Module leader

Prof. Dr. Ralf Schlottmann

Further information

- (1) Teaching staff (cf. current list of teaching staff in the various locations)
- (2) Learning materials (seminar notes, cf. Current authors list in the publications)

4.3 Wahlpflichtseminare Marketing & Sales

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	4.Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Wahlpflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134h)

- (1) Angeleitete Wissenserarbeitung und -vermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Skripte (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
 - c. Vertiefendes Literaturstudium zur Erstellung der individuellen Hausarbeit)
 - d. Erstellen der Hausarbeit
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Skripten angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16h)

Präsenzübung, **16 Stunden (2 Blocktage während des Semesters, 1 Prüfungstag am Ende (= 3.Blocktag/je nach Gruppengröße))**

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden
- c. Präsentation der erstellten Hausarbeit und fachliche Verteidigung im Rahmen einer Gruppendiskussion am Prüfungstag

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden können aus unterschiedlichen Schwerpunktthemen auswählen. Die Themen können in Abhängigkeit von Veränderungen im Markt (neuen Forschungsrichtungen) zukünftig anders gewählt werden. Die Schwerpunktthemen können an den 4 beteiligten FH auch differieren.

Hier werden beispielhaft 2 Seminarthemengebiete dargestellt(Hagen/Bochum); die anderen Hochschulen werden andere Inhalte haben und nur 1 Seminar anbieten.

Die Studierenden sollen die Inhalte des Moduls „Wahlpflichtseminar Marketing & Sales“ praxisorientiert an einer konkreten Problemstellung ihres Arbeitgebers (eines anderen Unternehmens) anwenden und eine Lösung selbstständig wissenschaftlich erarbeiten. Hierzu soll eine Hausarbeit zu einem aktuellen Thema aus diesem Bereich möglichst durch eine Gruppe von 2-3 Studenten erstellt werden. Die Studierenden sollen lernen, die erstellte Hausarbeit mittels geeigneter Medien den anderen Teilnehmern verständlich und überzeugend zu präsentieren. Die anschließende Diskussion dient der Vertiefung des Themas und soll die referierenden Studenten gleichzeitig auch in die Lage von Moderatoren versetzen, Die Studierenden wenden verschiedene Methoden der Moderationstechnik an.

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten

Seminar Vertriebsmanagement (Beispiel für Hagen/Bochum):

- (1) einen Vertriebsplan entwerfen und die hierfür erforderlichen Analysen (z.B. Wettbewerbsanalyse) durchführen
- (2) für unterschiedliche Geschäftsarten die richtigen Absatzkanäle und -partner auswählen
- (3) das geeignete vertragliche Vertriebssystem entsprechend der Zielsetzung auswählen (z.B. Vertragshändler, Alleinvertrieb)
- (4) die gängigen Ansätze zur Optimierung von Verkaufsgesprächen und Verhandlungen beschreiben und einsetzen (z.B. Harvard Konzept der Verhandlung, DISG-Modell)
- (5) die Methoden der Kundenidentifikation und Kundenbewertungsverfahren auf Mikro- und Makroebene einsetzen
- (6) die Bausteine eines Kundenbeziehungsmanagements beschreiben und bewerten (z.B. Kundenlebenszyklusmanagement) und auf Ihr Unternehmen anwenden
- (7) verschiedene Instrumente zur Vertriebsstimulierung einsetzen
- (8) erklären, wie eine effiziente und effektive Vertriebsorganisation aufgebaut wird (z.B. Key Account Management, Einteilung der Verkaufsbezirke)
- (9) unterschiedliche Anreizsysteme für die Außendienststeuerung situativ einsetzen
- (10) die wichtigsten Instrumente der Vertriebssteuerung und des Vertriebscontrollings beschreiben und auf Ihr Unternehmen anwenden

Seminar Online-Marketing (Beispiel für Hagen/Bochum):

- (1) Verständnis der Besonderheiten und Randbedingungen des Onlinemarketings
- (2) Kompetenz zur Planung einer Onlinemarketing-Kampagne für ein Unternehmen
- (3) Kenntnis der verfügbaren aktuellen Onlinemarketing-Instrumente und ihrer Bedeutung (Corporate Website, Suchmaschinenmarketing, Onlinewerbung und –PR, Affiliate Marketing, Social Media Marketing, Mobile Marketing, Virales Marketing etc.), vergleichende Bewertung dieser Instrumente
- (4) Fähigkeit zur Auswahl geeigneter Onlinemarketing-Instrumente in Abhängigkeit von der jeweiligen angestrebten Zielsetzung
- (5) Anwendung der relevanten Key Performance Indicators zur Erfolgskontrolle des Instrumenteneinsatzes

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.

- **Für die nächsten Jahre sind z.B. in Bochum/Hagen folgende Schwerpunktthemen geplant:** Vertriebsmanagement und Online-Marketing.
- Wesentliche Inhalte des Schwerpunktthemas **Vertriebsmanagement:**
 - o Marketing und Vertrieb: Abgrenzung, Konflikte und Zusammenspiel
 - o Vertrieb als Element der Kommunikationspolitik im Marketing-Mix
 - o Marketing-Logistik; Absatzkanäle, Kanalkonflikte
 - o Vertriebsorganisationen/-stufen /-prozesse (Entlohnungs-/Motivationssysteme)
 - o Kundenbewertungsverfahren
 - o Die Arbeit mit dem Kunden: Kundenzufriedenheit im Fokus
 - o Kundenbeziehungsmanagement / CRM
 - o Vertriebscontrolling
 - o Aspekte internationalen Vertriebs (Kunden, Lieferanten)
- Wesentliche Inhalte des Schwerpunktthemas **Online-Marketing:**
 - o Betriebswirtschaftliche Grundlagen des Onlinemarketing
 - o Rahmenbedingungen des Onlinemarketing
 - o Konzeptionen des Onlinemarketing (Planung einer Onlinemarketing-Kampagne in Abhängigkeit von der Zielsetzung)
 - o Einsatzmöglichkeiten aktueller technologischer Trends (Künstliche Intelligenz, Augmented/Virtual Reality)
 - o Instrumente des Onlinemarketing (Corporate Website, Suchmaschinenmarketing, Onlinewerbung und –PR, Affiliate Marketing, Social Media Marketing, Mobile Marketing, Virales Marketing etc.)
 - o Erfolgskontrolle des Onlinemarketing

Prüfungsgestaltung

Hausarbeit und **Vortrag/Referat zur Hausarbeit/Leitung einer Gruppendiskussion am Prüfungstag.** (Anwesenheitspflicht am gesamten Prüfungstag)

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. R. Schlottmann

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

4.4 Wahlpflichtseminar Operations Management

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	4.Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Wahlpflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- (1) Angeleitete Wissensvermittlung,
 - a. Wissensvermittlung und –einübung durch Lernbriefe (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote z.B. Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote
- (2) Selbstständige Wissensvermittlung,
 - a. Fallstudien und reale Beispiele aus dem Berufsleben
 - b. Vertiefendes Literaturstudium zur Erstellung der individuellen Hausarbeit)
 - c. Erstellen der Hausarbeit

Kontaktzeit: (16 h)

- (1) Vorlesung, Präsenzübung und Gruppenarbeit
 - a. Vorlesung, Fallstudien aus der realen Praxis, Übungsaufgaben
 - b. Demonstration anhand SAP, Modul PP
 - c. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kenntnisse und Fähigkeiten:

- Die Studierenden kennen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Zusammenhänge der integrierten Produktionsplanung am Beispiel des Moduls PP von SAP und können diese Praxisorientiert anwenden.
- Die Studierenden können die zugehörigen Funktionen beurteilen und anwenden.
- Die Studierenden kennen moderne Konzepte des Produktionsmanagements wie z.B. Lean Manufacturing und House of Lean und können diese unternehmensindividuell konzipieren
- Die Studierenden werden in der Lage sein die Weiterentwicklung zur Industrie 4.0 zu unterstützen und die für das jeweilige Unternehmen wichtigen neuen Technologien und Verfahren zu bewerten

Inhalte

Im Rahmen des Moduls werden die Studierenden mit den folgenden Inhalten, Zusammenhängen und Themenstellungen vertraut gemacht.

- Praktikum: Prozessorientierte Erläuterungen der integrierten Funktionalität des Moduls PP. Hierzu werden praktische Vertiefungen am SAP-System anhand von Fallbeispielen des Moduls PP bearbeitet.
- Anhand praktischer Beispiele wird die Produktionsplanung mittels SAP demonstriert. Es findet eine praktische Umsetzung des erlernten Wissens aufbauend auf dem Modul Produktionsmanagement statt.
- Aufbauend auf dem Modul „Operations Management“ werden hier die „modernen Konzepte des Produktionsmanagements“ unter der Überschrift „Lean Manufacturing“ vermittelt.
- Themen der Industrie 4.0

Prüfungsgestaltung

Hausarbeit

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr-Ing. Michael Schroer

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

4.5 Projekt Analyse und Strategie

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
150 h	6	4.Sem.	jährlich	WS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Selbststudium & Präsenzübungen			keine			25	deutsch

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (134 h)

- (1) Angeleitete Wissenserarbeitung und -vermittlung
 - a. Wissensvermittlung und -einübung durch Skripte (Vorlesung und Übung)
 - b. Ergänzende Angebote, z.B. über E-Learning Systeme der Hochschulen (u.a. zusätzliche Skripte, Übungsmaterial, multimediale Lernangebote)
 - c. Vertiefendes Literaturstudium zur Erstellung der individuellen Hausarbeit
 - d. Erstellen der Hausarbeit
- (2) Selbstständige Wissensvertiefung
 - a. Lektüre der in den Skripten angegebenen Literatur
 - b. Fallstudien und Diskussion in Lerngruppen
 - c. Anwendung und Vertiefung im Berufsleben

Kontaktzeit: (16 h)

Präsenzübung, **24 Stunden (2 Blocktage während des Semesters, 1 Prüfungstag am Ende (= 3. Blocktag/je nach Gruppengröße))**

- a. Übungsaufgaben und Fallstudien
- b. Klärung von sich aus der Selbststudienphase ergebenden Fragestellungen der Studierenden
- c. Präsentation der erstellten Hausarbeit und fachliche Verteidigung im Rahmen einer Gruppendiskussion am Prüfungstag

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Moduls verfügen Studierende über folgende Kompetenzen:

- Die Studierenden können den adäquaten Einsatz von Managementkonzepten beurteilen.
- Die Studierenden beherrschen die Strukturierung der Managementkonzepte hinsichtlich ihrer Problemlösungsfähigkeit für Zwecke der Strategie, Organisation/Prozesse/Qualität, Controlling/Finanzierung, Führung/Personal.
- Die Studierenden können die integrativen Sichtweisen der Anwendung der Managementkonzepte zur strategischen und operativen Steuerung des gesamten Unternehmens und seiner Teilbereiche bewerten.
- Die Studierenden können sowohl primär- als auch sekundärstatistische Methoden anwenden.
- Die Studierenden können im Team Fragestellungen (Fallstudien) bearbeiten und diese vor der Seminaröffentlichkeit präsentieren sowie sich einer kritischen Diskussion stellen.
- Die Studierenden sollen die statistischen Grundlagen für die Anwendung in den betriebswirtschaftlichen Entscheidungssituationen erwerben und in

die Lage versetzt werden, selbstständig die passenden statistischen Modelle zur Lösung betrieblicher Probleme auszuwählen und anzuwenden

- Sie können, basierend auf einer externen und internen Analyse Konzepte für eine (Teil-)Unternehmensstrategie entwickeln

Inhalte

Die Analyse, Entwicklung und Bewertung von Unternehmensstrategien und der ausgewählten Managementsysteme kann im Zeitalter der Globalisierung nicht mehr nur national betrachtet werden. Die Aspekte: wo sind Produktionsaktivitäten anzusiedeln, welche Markteintrittsstrategien, welche internationalen Zusammenschlüsse, Kooperationen sind zu verfolgen, welche internationale Personalpolitik unterliegt einer übergreifenden Betrachtungsweise in diesem Modul. Das Modul „Projekt Analyse und Strategie“ fokussierte auf folgende Aspekte der operativen Strategielehre:

- Einsatzmöglichkeiten unterschiedlicher strategischer Instrumente
- Analyse und Bedeutung sekundärstatistischer Befunde für die Entwicklung von Strategien im Rahmen eines realen Projektes
- Erhebung von Daten
- Fragebogenentwicklung und –auswertung (uni-, bi- und multivariate Analysen, Mittelwertberechnungen, Verteilung)
- Analyse und Aufbereitung von Statistiken
- Operativer Einsatz von primärstatistischen Methoden
- Grundzüge der schließenden Statistik
- Anwendung der Grundzüge der Deskriptiven und Analytischen Statistik auf betriebswirtschaftliche und qualitätsprüfende Fragestellungen
- Erkennen von Zusammenhängen zwischen Deskriptiver und Analytischer Statistik (z.B. Häufigkeitsverteilung und Dichtefunktion)
- Verständnis der Schätz- und Testverfahren

Prüfungsgestaltung

Hausarbeit und Vortrag/Referat zur Hausarbeit/Leitung einer Gruppendiskussion am Prüfungstag.

Voraussetzung für die Vergabe von Credits

Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Prof. Dr. Frank Striewe

Sonstige Informationen

- (1) Präsenzdozenten (siehe aktuelle Dozentenliste des jeweiligen Standorts)
- (2) Lehrmaterialien (Lernbriefe, siehe aktuelle Autorenliste auf dem jeweiligen Lernbrief)

5. Master-Thesis und Kolloquium

Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit	Sem.	Dauer	Art	Q-Niveau
600 h	24	5. Sem.	ständig	SS	1 Sem.	Pflicht	MBA
Lehrveranstaltungsart			Teilnahmevoraussetzungen			gepl. Gruppengr.	Sprache
Masterthesis (21 CP) & Kolloquium (3CP)			74 CP				Deutsch (engl. möglich)

Lehr- und Lernformen (Selbststudium/Kontaktzeit)

Selbststudium: (540 h)

- c. Der Studierende erarbeitet innerhalb einer vorgegebenen Frist selbständig eine praxisorientierte wissenschaftliche Fragestellung aus ihrem oder seinem Fachgebiet mit erprobten wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden.
- d. Selbstständige Bearbeitung von Themenstellungen. Das Thema der Masterthesis wird vom themenstellenden Unternehmen in Absprache mit dem Prüfer/der Prüferin formuliert oder es wird direkt als forschungsorientierte, theoretische Arbeit ausgegeben. Die Themenstellung soll einen wissenschaftlichen Charakter aufweisen. Die Arbeit wird von zwei Gutachtern/Gutachterinnen bewertet und mit einer Note versehen. Ein Gutachter ist grundsätzlich Professor/Professorin einer der beteiligten Hochschulen. Die Arbeit kann in deutscher oder englischer Sprache angefertigt werden. Der Umfang der Master Thesis sollte etwa 60 - 80 Textseiten betragen. Die Bearbeitungszeit beträgt i.d.R. 4 Monate

Kontaktzeit: (40 h)

- a. Beratungsgespräche mit den betreuenden Prüfern,
- b. Ggf. Besuche der Gutachter/Gutachterinnen bei den Unternehmen,
- c. Verteidigung der Ergebnisse im Kolloquium.

Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen

Die Studierenden wenden ihre bisher erlernten Kenntnisse in einem praxisorientierten Projekt in einem Unternehmen an oder erarbeiten ein wissenschaftliches Thema zu einem komplexen Problem. Dabei zeigen sie, dass sie auch komplexe Fragestellungen zu einem Ergebnis bringen können. Im Rahmen des abschließenden Kolloquiums sind die Ergebnisse der Arbeit im fachübergreifenden Zusammenhang sowie ihre Bedeutung für die Praxis mündlich darzustellen und vor dem Prüfergremium zu verteidigen.

Im abschließenden Kolloquium beweisen die Studierenden die Kompetenzen,

- in einem Vortrag die Ergebnisse der Master-Thesis überzeugend zu erläutern und zu präsentieren
- die Thesis in vernetzte Zusammenhänge einzuordnen und gegen kritische Einwände zu verteidigen
- mit dem Thema der Arbeit zusammenhängende andere Probleme zu erkennen und vernetzte Lösungsansätze aufzuzeigen
- bei der Bearbeitung gewonnene wissenschaftliche Erkenntnisse auf Sachverhalte ihrer aktuellen/zukünftigen Berufstätigkeit anzuwenden

Inhalte

Komplexe Fragestellungen aus der Betriebswirtschaftslehre, Management, Unternehmensführung mit hohen Anforderungen an Fach- und Methodenkompetenz.

Prüfungsgestaltung

Schriftliche Ausarbeitung und mündl. Verteidigung
formale Voraussetzungen s. Prüfungsordnung

Voraussetzungen für die Vergabe von Credits

Bestandene Master-Thesis, bestandenes Kolloquium

Stellenwert der Note in der Endnote

24/120 (Die Modulnote geht mit ihren ECTS-Punkten gewichtet in die Endnote ein.)

Verwendung des Moduls (in folgenden Studiengängen)

Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)

Modulbeauftragte/r

Hauptamtlich Lehrende im Verbundstudium Master Management für Ingenieur- und Naturwissenschaften (MBA)