

MODULHANDBUCH

Bachelor of Arts

Bachelor Logistikmanagement (FS-BALM-01)

180 ECTS

Fernstudium

Klassifizierung: grundständig

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul BBWL-01: Betriebswirtschaftslehre

Modulbeschreibung	13
Kurs BBWL01-01: BWL I	16
Kurs BBWL02-01: BWL II	19

Modul DLBWIR-01: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

Modulbeschreibung	23
Kurs BWIR01-01: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	25

Modul DLBLOTUL: Transport, Umschlag und Lagerung

Modulbeschreibung	29
Kurs DLBLOTUL01: Transport, Umschlag und Lagerung	31

Modul DLBINGEIT: Einführung in das Internet of Things

Modulbeschreibung	35
Kurs DLBINGEIT01: Einführung in das Internet of Things	37

Modul DLBLOGLP-01: Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements

Modulbeschreibung	41
Kurs DLBLOGLP01-01: Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements	43

Modul IPMG: IT-Projektmanagement

Modulbeschreibung	47
Kurs IPMG01: IT-Projektmanagement	49

2. Semester

Modul BKLR-01: Kosten- und Leistungsrechnung

Modulbeschreibung	57
Kurs BKLR01-01: Kosten- und Leistungsrechnung I	59
Kurs BKLR02-01: Kosten- und Leistungsrechnung II	63

Modul DLBKA: Kollaboratives Arbeiten

Modulbeschreibung	67
Kurs DLBKA01: Kollaboratives Arbeiten	69

Modul DLBLODB: Digitale Business-Modelle

Modulbeschreibung	73
Kurs DLBLODB01: Digitale Business-Modelle	75

Modul DLBLOLUP: Logistik- und Prozessanalyse

Modulbeschreibung	79
Kurs DLBLOLUP01: Logistik- und Prozessanalyse	81

Modul DLBINGDT: Design Thinking

Modulbeschreibung	85
Kurs DLBINGDT01: Design Thinking	87

Modul DLBLOPPL: Projekt: Produktion und Logistik

Modulbeschreibung	91
Kurs DLBLOPPL01: Projekt: Produktion und Logistik	93

3. Semester

Modul DLBLOUFU: Unterstützende Funktionen im Unternehmen

Modulbeschreibung	101
Kurs DLBLOLD101: Unterstützende Funktionen im Unternehmen	103

Modul DLBOUM-01: Ökonomie und Markt

Modulbeschreibung	107
Kurs DLBOUM01-01: Ökonomie und Markt	109

Modul BSTA-01: Statistik

Modulbeschreibung	113
Kurs BSTA01-01: Statistik	115

Modul BWSC1: Supply-Chain-Management I

Modulbeschreibung	119
Kurs BWSC01: Supply Chain Management I	121

Modul DLBLOMLP: Management und Logistik in der Produktion

Modulbeschreibung	125
Kurs DLBLOISCM101: Management und Logistik in der Produktion	127

Modul DLBLOEPLS: Entwurf und Planung logistischer Systeme

Modulbeschreibung	131
Kurs DLBLOEPLS01: Entwurf und Planung logistischer Systeme	133

4. Semester

Modul DLBLOFUI-01: Investition und Finanzierung	
Modulbeschreibung	141
Kurs DLBLOFUI01-01: Investition und Finanzierung	143
Modul DLBIHK: Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen	
Modulbeschreibung	149
Kurs DLBIHK01: Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen	151
Modul DLBINGDABD: Data Analytics und Big Data	
Modulbeschreibung	155
Kurs DLBINGDABD01: Data Analytics und Big Data	157
Modul DLBLOIM: Interkulturelles Management	
Modulbeschreibung	161
Kurs DLBLOIM01: Interkulturelles Management	163
Modul BMAR-01: Marketing	
Modulbeschreibung	167
Kurs BMAR01-01: Marketing I	169
Kurs BMAR02-01: Marketing II	172
Modul DLBLOATL: Aktuelle Themen des Logistikmanagements	
Modulbeschreibung	175
Kurs DLBLOATL01: Aktuelle Themen des Logistikmanagements	177
<hr/>	
5. Semester	
Modul DLBWPLS: Leadership 4.0	
Modulbeschreibung	185
Kurs DLBWPLS01: Leadership 4.0	187
Modul DLBNWENW: Einführung in New Work	
Modulbeschreibung	191
Kurs DLBNWENW01: Einführung in New Work	193
Modul DLBLONQM: Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement	
Modulbeschreibung	197
Kurs DLBLONQM01: Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement	199
Modul DLBLOWLZR: Wirtschafts-, Logistik- und Zollrecht	
Modulbeschreibung	203
Kurs DLBLOWLZR01: Wirtschafts-, Logistik- und Zollrecht	205
Modul DLBWPOCM: Organisationsentwicklung und Change Management	

Modulbeschreibung	209
Kurs DLBWPOCM01: Organisationsentwicklung	212
Kurs DLBWPOCM02: Change Management	215

Modul DLBLOWMCL: Management Contract Logistics

Modulbeschreibung	219
Kurs DLBLOISCM102: Einkauf, Beschaffung und Distribution	222
Kurs DLBLOLD102: Kontraktlogistik	226

Modul DLBLOISCM2: Industrielles Supply Chain Management II

Modulbeschreibung	231
Kurs DLBLOISCM201: Digital Future Industry	235
Kurs DLBLOISCM202: Innovation im Supply Chain Management	239

6. Semester

Modul DLBLOLD2: Logistikdienstleistung II

Modulbeschreibung	247
Kurs DLBLOLD201: Digital Future Logistics	250
Kurs DLBLOLD202: Innovation in der Logistikdienstleistung	254

Modul DLBLOWSOM: Service Operations Management

Modulbeschreibung	259
Kurs DLBLOWSOM01: Logistics Operations Management	262
Kurs DLBPEPNW01: Projekt: New Work	266

Modul DLBLOWRSCN: Risikomanagement in Supply Chain Netzwerken

Modulbeschreibung	269
Kurs DLBLOWRSCN01: Bausteine für ein wirksames Risikomanagement	272
Kurs BWSC02: Supply Chain Management II	276

Modul DLFUFG: Unternehmensfinanzierung

Modulbeschreibung	279
Kurs DLFUFG01: Corporate Finance	282
Kurs DLFUFG02: Finanzmanagement	286

Modul DLBMSM-01: Online- und Social-Media-Marketing

Modulbeschreibung	289
Kurs DLBMSM01-01: Onlinemarketing	292
Kurs DLBMSM02-01: Social-Media-Marketing	297

Modul BWEC-01: E-Commerce

Modulbeschreibung	301
Kurs BWEC01-01: E-Commerce I	303

Kurs BWEC02-01: E-Commerce II	306
Modul BWBC: Business Controlling	
Modulbeschreibung	309
Kurs BWBC01: Business Controlling I	312
Kurs BWBC02: Business Controlling II	316
Modul BWCN: Business Consulting	
Modulbeschreibung	319
Kurs BWCN01: Business Consulting I	321
Kurs BWCN02: Business Consulting II	324
Modul BWAF: Advanced Leadership	
Modulbeschreibung	327
Kurs BWAF01: Advanced Leadership I	330
Kurs BWAF02: Advanced Leadership II	334
Modul BWAV: Angewandter Vertrieb	
Modulbeschreibung	339
Kurs BWAV01: Angewandter Vertrieb I	342
Kurs BWAV02: Angewandter Vertrieb II	346
Modul BWPM: Projektmanagement (Spezialisierung)	
Modulbeschreibung	351
Kurs BWPM01: Spezialaspekte des Projektmanagements	354
Kurs BWPM02: IT-Aspekte des Projektmanagements	358
Modul BWIT: IT Management	
Modulbeschreibung	361
Kurs IGIS01: Grundlagen der industriellen Softwaretechnik	364
Kurs IREN01: Requirements Engineering	367
Modul BWPP: Praxisprojekt	
Modulbeschreibung	371
Kurs BWPP01: Praxisprojekt	373
Modul BWLM: Luftverkehrsmanagement	
Modulbeschreibung	375
Kurs BWLM01: Grundlagen des Luftverkehrs	377
Kurs BWLM02: Netz- und Yield-Management	380
Modul BWPW: Personalwesen Spezialisierung	
Modulbeschreibung	383
Kurs BWPW01: Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)	386
Kurs BWPW02: Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung)	389

Modul BWMI-01: Internationales Marketing und Branding

Modulbeschreibung	393
Kurs BWMI01-01: Internationales Marketing	396
Kurs BWMI02: Internationales Brand-Management	400

Modul DLBLOGC1: Global Commerce I

Modulbeschreibung	405
Kurs DLBLOGC101: Globale Unternehmen und Globalisierung	408
Kurs DLBLOGC102: Global Sourcing	412

Modul DLBLOGC2: Global Commerce II

Modulbeschreibung	417
Kurs DLBLOGC201: Digital Future Commerce	420
Kurs DLBLOGC202: Innovation in Logistik und Commerce	423

Modul DLBLOWAM: Agile Management

Modulbeschreibung	427
Kurs DLBNWAM01: Agiles Management	429
Kurs DLBDBAPM01: Agiles Projektmanagement	433

Modul DLBBWWIND: Industrie 4.0

Modulbeschreibung	437
Kurs DLBLOISCM201: Digital Future Industry	440
Kurs DLBINGFVI01: Fertigungsverfahren Industrie 4.0	444

Modul IWBI: Business Intelligence

Modulbeschreibung	449
Kurs IWBI01: Business Intelligence	451
Kurs IWBI02: Projekt Business Intelligence	455

Modul DLSPEN-01: Fremdsprache Englisch

Modulbeschreibung	457
Kurs SPEN01: Fremdsprache Englisch	459

Modul DLSPFR-01: Fremdsprache Französisch

Modulbeschreibung	463
Kurs SPFR01: Fremdsprache Französisch	465

Modul DLSPIT-01: Fremdsprache Italienisch

Modulbeschreibung	469
Kurs SPIT01: Fremdsprache Italienisch	471

Modul DLSPSP-01: Fremdsprache Spanisch

Modulbeschreibung	475
Kurs SPSP01: Fremdsprache Spanisch	477

Modul DLSPTU: Fremdsprache Türkisch

Modulbeschreibung	481
Kurs SPTU01: Fremdsprache Türkisch	483

Modul BBAK: Bachelorarbeit

Modulbeschreibung	487
Kurs BBAK01: Bachelorarbeit	489
Kurs BBAK02: Kolloquium	491

2021-07-15

1. Semester

Betriebswirtschaftslehre

Modulcode: BBWL-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ keine 	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Michael Broens
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ BWL I (BBWL01-01) ▪ BWL II (BBWL02-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**BWL I**

- Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre
- Wandel der Anforderungen an Unternehmen
- Systembeziehungen eines Unternehmens
- Wirtschaften als Erkenntnisgegenstand der BWL (ökonomisches Prinzip, Wirtschaftlichkeit, Produktivität, Renditen etc.)
- Unternehmerisches Handeln (Ziele von Unternehmen, Entscheidungsprozess)
- Konstitutive Entscheidungen (Standortwahl und Rechtsformwahl)
- Grundbegriffe der Organisation und organisatorische Ansätze

BWL II

- Wertschöpfungsprozess
- Betriebswirtschaftliche Funktionsbereiche:
 - Beschaffung (Strategische und operative Beschaffung)
 - Produktion (Produktionsfaktoren und Produktionsverfahren)
 - Absatz (Absatz- und Marktbearbeitungsstrategien, Marketing-Instrumente)
- Personalmanagement und -führung (Führungsstile, Management-by-Modelle)

Qualifikationsziele des Moduls

BWL I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.
- ein Dilemma zwischen begrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.
- Unternehmensziele zu klassifizieren und zu formulieren.
- einen allgemeinen unternehmerischen Entscheidungsprozess zu beschreiben und anzuwenden.
- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl und Rechtsformwahl von Betrieben zu verstehen und zu hinterfragen.
- Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.

BWL II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertschöpfungskette zu erkennen.
- kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.
- Beschaffungsaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu bestimmen.
- Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.
- Marketing-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.
- Aufgaben und Ziele des Personalmanagements und der Personalführung zu analysieren und zu planen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

BWL I

Kurscode: BBWL01-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 3	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 54 h	Tutorium 18 h	Selbstüberprüfung 18 h	Gesamtstunden 90 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Beschreibung des Kurses Der Kurs BWL I setzt sich mit den Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auseinander. Er vermittelt den Studierenden einen Überblick über die unterschiedlichen Funktionsbereiche eines Betriebs und schafft damit ein Grundverständnis zu den grundsätzlichen Fragen des Wirtschaftens in Unternehmen. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Basiswissen, um darauf aufbauend das betriebswirtschaftliche Spezialwissen im weiteren Verlauf des Studiums zu erwerben.
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die betriebswirtschaftlichen sowie wirtschaftswissenschaftlichen Denk- und Arbeitsweisen anzuwenden.
- Wirtschaftssubjekte erläutern zu können sowie Modelle der Betriebswirtschaftslehre zu hinterfragen.
- ein Dilemma zwischen begrenzten Gütern und unendlichen Bedürfnissen zu erkennen sowie die Anwendung von ökonomischen Prinzipien zu reflektieren.
- Unternehmensziele zu klassifizieren und zu formulieren.
- einen allgemeinen unternehmerischen Entscheidungsprozess zu beschreiben und anzuwenden.
- konstitutive Entscheidungen wie die Standortwahl und Rechtsformwahl von Betrieben zu verstehen und zu hinterfragen.
- Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen zu erkennen und zu gestalten.

Kursinhalt

1. Grundelemente der BWL
 - 1.1 Definition BWL
 - 1.2 Sektoren der Wirtschaft
 - 1.3 Wandel der Anforderungen an Unternehmen
 - 1.4 Systembeziehungen eines Unternehmens
2. Wirtschaften als Erkenntnisgegenstand der BWL
 - 2.1 Der Mensch als Wirtschaftssubjekt
 - 2.2 Bedürfnisse, Bedarf, Nachfrage
 - 2.3 Prinzipien und Ziele wirtschaftlichen Handelns
3. Unternehmerisches Handeln
 - 3.1 Unternehmensziele
 - 3.2 Entscheidungsprozess
4. Konstitutive Entscheidungen
 - 4.1 Standort
 - 4.2 Rechtsformen am Beispiel Deutschlands
5. Organisation
 - 5.1 Begriffsdefinitionen und organisatorische Elemente
 - 5.2 Organisatorische Strukturmodelle

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Allbach, H. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Einführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Balderjahn, I./Specht, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Auflage, Oldenbourg, München.
- Staehle, W.H./Conrad, P./Sydow, J. (2018): Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. 9. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K. (2016): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K./Hachmeister, D./ Jarchow, S./ Kaiser, G. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Wöhe, G./Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München.
- Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G. (2016): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. 15. Auflage, Vahlen, München.

BWL II

Kurscode: BBWL02-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 2	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 36 h	Tutorium 12 h	Selbstüberprüfung 12 h	Gesamtstunden 60 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 45 Minuten

Beschreibung des Kurses
Der Kurs BWL II baut auf den mit dem Kurs BWL I gesetzten Grundlagen und Grundbegriffen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre auf. Er vermittelt den Studierenden einen vertiefenden Einblick in den güterwirtschaftlichen Leistungsprozess, wobei Aspekte der betriebswirtschaftlichen Teilfunktionen Beschaffung, Produktion, Absatz sowie Personalmanagement und -führung behandelt werden. Mit dem erfolgreichen Abschluss des Kurses verfügen die Studierenden über das Detailwissen, um darauf aufbauend Kurse zu betriebswirtschaftlichen Spezialfragen sowie Funktions- und Branchenvertiefungen zu studieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den betriebswirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess zu skizzieren und Verknüpfungen innerhalb der Wertschöpfungskette zu erkennen.
- kernorientierte, unterstützende und führungsbezogene Prozesse zu beurteilen.
- Beschaffungsaufgaben zu unterscheiden sowie die optimale Bestellmenge zu bestimmen.
- Fertigungstypen und -verfahren zu unterscheiden und nach Nutzungserfordernis zu beurteilen.
- Marketing-Instrumente anzuwenden und deren Einsatzerfolg zu beurteilen.
- Aufgaben und Ziele des Personalmanagements und der Personalführung zu analysieren und zu planen.

Kursinhalt

1. Der betriebliche Wertschöpfungsprozess
 - 1.1 Betriebliche Prozesse und Wertschöpfung
 - 1.2 Wertschöpfungskette
2. Beschaffung
 - 2.1 Operative Beschaffung
 - 2.2 Strategische Beschaffung
 - 2.3 Lagerhaltung
3. Produktion
 - 3.1 Grundlagen der Produktionswirtschaft
 - 3.2 Produktionsverfahren und Kundenintegration
4. Absatz
 - 4.1 Absatz- und Marktbearbeitungsstrategien
 - 4.2 Marketinginstrumente
5. Personalmanagement und -führung
 - 5.1 Personalmanagement
 - 5.2 Personalführung und Motivation
 - 5.3 Wissensmanagement

Lehrmethoden

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Literatur

Weiterführende Literatur

- Allbach, H. (2009): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Einführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Balderjahn, I./Specht, G. (2016): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schierenbeck, H./Wöhle, C. (2016): Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre. 19. Auflage, Oldenbourg, München.
- Schmalen, H./Pechtl, H. (2013): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft. 15. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Staehle, W.H./Conrad, P./Sydow, J. (2018): Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. 9. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Thommen, J-P./Achleitner, A.-K./Hachmeister, D./ Jarchow, S./ Kaiser, G. (2017): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Arbeitsbuch. 8. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Wöhe, G./Döring, U. (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München.
- Wöhe, G./ Döring, U./Brösel, G. (2016): Übungsbuch zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. 15. Auflage, Vahlen, München.

BBWL02-01

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

Modulcode: DLBWIR-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Maya Stagge

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten (BWIR01-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Workbook (best. / nicht bestanden)	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wissenschaftstheoretische Grundlagen und Forschungsparadigmen ▪ Anwendung guter wissenschaftlicher Praxis ▪ Methodenlehre ▪ Bibliothekswesen: Struktur, Nutzung und Literaturverwaltung ▪ Formen wissenschaftlichen Arbeitens an der IUBH

Qualifikationsziele des Moduls**Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- formale Kriterien einer wissenschaftlichen Arbeit zu verstehen und anzuwenden.
- grundlegende Forschungsmethoden zu unterscheiden und Kriterien guter wissenschaftlicher Praxis zu benennen.
- zentrale wissenschaftstheoretische Grundlagen und Forschungsparadigmen sowie deren Auswirkungen auf wissenschaftliche Forschungsergebnisse zu beschreiben.
- Literaturdatenbanken, Literaturverwaltungsprogramme sowie weitere Bibliotheksstrukturen sachgerecht zu nutzen, Plagiate zu vermeiden und Zitationsstile korrekt anzuwenden.
- die Evidenzkriterien auf wissenschaftliche Texte anzuwenden.
- ein Forschungsthema einzugrenzen und daraus eine Gliederung für wissenschaftliche Texte abzuleiten.
- ein Literatur-, Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnis für wissenschaftliche Texte zu erstellen.
- die unterschiedlichen Formen des wissenschaftlichen Arbeitens an der IUBH zu verstehen und voneinander zu unterscheiden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Methoden

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten

Kurscode: BWIR01-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Methoden
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Workbook (best. / nicht bestanden)

Beschreibung des Kurses
<p>Die Anwendung guter wissenschaftlicher Praxis gehört zu den akademischen Basisqualifikationen, die im Verlaufe eines Studiums erworben werden sollten. In diesem Kurs geht es um die Unterscheidung zwischen Alltagswissen und Wissenschaft. Dafür ist ein tieferes wissenschaftstheoretisches Verständnis ebenso notwendig, wie das Kennenlernen grundlegender Forschungsmethoden und Instrumente zum Verfassen wissenschaftlicher Texte. Die Studierenden erhalten daher erste Einblicke in die Thematik und werden an Grundlagenwissen herangeführt, dass ihnen zukünftig beim Erstellen wissenschaftlicher Arbeiten hilft. Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen Überblick über die unterschiedlichen IUBH Prüfungsformen und einen Einblick in deren Anforderungen und Umsetzung.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- formale Kriterien einer wissenschaftlichen Arbeit zu verstehen und anzuwenden.
- grundlegende Forschungsmethoden zu unterscheiden und Kriterien guter wissenschaftlicher Praxis zu benennen.
- zentrale wissenschaftstheoretische Grundlagen und Forschungsparadigmen sowie deren Auswirkungen auf wissenschaftliche Forschungsergebnisse zu beschreiben.
- Literaturdatenbanken, Literaturverwaltungsprogramme sowie weitere Bibliotheksstrukturen sachgerecht zu nutzen, Plagiate zu vermeiden und Zitationsstile korrekt anzuwenden.
- die Evidenzkriterien auf wissenschaftliche Texte anzuwenden.
- ein Forschungsthema einzugrenzen und daraus eine Gliederung für wissenschaftliche Texte abzuleiten.
- ein Literatur-, Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnis für wissenschaftliche Texte zu erstellen.
- die unterschiedlichen Formen des wissenschaftlichen Arbeitens an der IUBH zu verstehen und voneinander zu unterscheiden.

Kursinhalt

1. Wissenschaftstheorie
 - 1.1 Einführung in Wissenschaft und Forschung
 - 1.2 Forschungsparadigmen
 - 1.3 Grundentscheidungen der Forschung
 - 1.4 Auswirkungen wissenschaftlicher Paradigmen auf das Forschungsdesign
2. Anwendungen guter wissenschaftlicher Praxis
 - 2.1 Forschungsethik
 - 2.2 Evidenzlehre
 - 2.3 Datenschutz und eidesstattliche Erklärung
 - 2.4 Orthografie und Form
 - 2.5 Themenfindung und Abgrenzung
 - 2.6 Forschungsfragestellung und Gliederung
3. Forschungsmethoden
 - 3.1 Empirische Forschung
 - 3.2 Literatur- und Übersichtsarbeiten
 - 3.3 Quantitative Datenerhebung
 - 3.4 Qualitative Datenerhebung
 - 3.5 Methodenmix
 - 3.6 Methodenkritik und Selbstreflexion

4. Bibliothekswesen: Struktur, Nutzung und Literaturverwaltung
 - 4.1 Plagiatsprävention
 - 4.2 Datenbankrecherche
 - 4.3 Literaturverwaltung
 - 4.4 Zitation und Autorenrichtlinien
 - 4.5 Literaturverzeichnis
5. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – die Hausarbeit / Seminararbeit
6. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – der Projektbericht
7. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – die Fallstudie
8. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – Bachelorarbeit
9. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – die Fachpräsentation
10. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – die Projektpräsentation
11. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – das Kolloquium
12. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – das Portfolio
13. Wissenschaftliches Arbeiten an der IUBH – die Klausur

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bortz, J./Döring, N. (2012): Forschungsmethoden und Evaluation. Für Human- und Sozialwissenschaftler. 5. Auflage, Springer Medizin Verlag, Heidelberg.
- Braunecker, C. (2016): How to do Empirie, how to do SPSS – eine Gebrauchsanleitung. Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien.
- Engelen, E.M. et al. (2010): Heureka – Evidenzkriterien in den Wissenschaften, ein Kompendium für den interdisziplinären Gebrauch. Spektrum akademischer Verlag, Heidelberg.
- Flick, U. et al. (2012): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. 3. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim.
- Hug, T./Poscheschnik, G. (2015): Empirisch Forschen, 2. Auflage, Verlag Huter & Roth KG, Wien.
- Hussy, W. et al. (2013): Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften. 2. Auflage, Springer Medizin Verlag, Heidelberg.

Transport, Umschlag und Lagerung

Modulcode: DLBLOTUL

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Philippe Tufinkgi

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Transport, Umschlag und Lagerung (DLBLOTUL01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Makrologistische Verkehrssysteme Fahrerlose Transportsysteme Umschlagtechnologien Innerbetriebliche Transporttechnologien Lager- und Kommissioniertechnologien Aktuelle Trends und Innovationen

Qualifikationsziele des Moduls**Transport, Umschlag und Lagerung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Transport-, Umschlag- und Lager (TUL)-Technologien in der Gesamtheit und ihrer Interdependenzen beschreiben zu können.
- Anwendungsfelder für die jeweiligen Technologien erläutern und diskutieren zu können.
- Kriterien zur Auswahl von TUL-Systemen ermitteln und darauf aufbauend Vorschläge für eine entsprechende Auswahl machen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Transport, Umschlag und Lagerung

Kurscode: DLBLOTUL01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Studierenden lernen Grundlagen der Lagertechnologien kennen und erfahren die Transport-, Umschlag- und Lager (TUL)-Technologien in der Gesamtheit. Sie diskutieren die Anwendungsfelder für die jeweiligen Technologien und entwickeln Kriterien zur Auswahl von geeigneten TUL-Systemen. Beispiele aus der Praxis runden diesen Kurs ab.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Transport-, Umschlag- und Lager (TUL)-Technologien in der Gesamtheit und ihrer Interdependenzen beschreiben zu können. ▪ Anwendungsfelder für die jeweiligen Technologien erläutern und diskutieren zu können. ▪ Kriterien zur Auswahl von TUL-Systemen ermitteln und darauf aufbauend Vorschläge für eine entsprechende Auswahl machen zu können.

Kursinhalt

1. Makrologistische Verkehrssysteme
 - 1.1 Vertiefung Binnenschifffahrt
 - 1.2 Vertiefung Seeschifffahrt
2. Fahrerlose Transportsysteme
 - 2.1 Einsatzgebiete
 - 2.2 Funktionsweise
3. Umschlagtechnologien
 - 3.1 Aufgaben und technologische Möglichkeiten
 - 3.2 Systematik
 - 3.3 Umschlageinrichtungen: Terminals, GVZ
4. Innerbetriebliche Transporttechnologien
 - 4.1 Fördersystemplanung
 - 4.2 Auslegung
5. Lager- und Kommissioniertechnologien
 - 5.1 Verpackungstechnologien
 - 5.2 Mehrwegsysteme
6. Aktuelle Trends und Innovationen
 - 6.1 E-Mobility
 - 6.2 Gigaliner

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Biebig, P./Althof, W./Wagener, N. (2008): Seeverkehrswirtschaft. Kompendium. 4. Auflage, Oldenbourg, München.
- Günther, O.-O./Tempelmeier, H. (2005): Produktion und Logistik. 6. Auflage, Springer, Berlin et al.
- Lange, K. (2011): Engpassorientierte Analyse der Ver- und Entsorgungslogistik von Steinkohlekraftwerken. Unter besonderer Berücksichtigung der maritimen Logistik. Peter Lang Verlagsgruppe, Frankfurt a. M.
- Martin, H. (2014): Transport- und Lagerlogistik. Planung, Struktur und Kosten von Systemen der Intralogistik. 9. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Pfohl, H.-C. (2010): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Stopford, M. (2008): Maritime Economics. 3. Auflage, Taylor & Francis, New York City.

DLBLOTUL01

Einführung in das Internet of Things

Modulcode: DLBINGEIT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Marian Benner-Wickner

Kurse im Modul
▪ Einführung in das Internet of Things (DLBINGEIT01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Internet of Things ▪ Gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung ▪ Kommunikationsstandards und -technologien ▪ Datenspeicherung und -verarbeitung ▪ Design und Entwicklung ▪ Anwendungsbereiche

Qualifikationsziele des Moduls**Einführung in das Internet of Things**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die besonderen Eigenschaften des Internet of Things (IoT) und von IoT-Systemen zu erläutern.
- die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung des Internet of Things einzuschätzen.
- die wichtigsten Standards für die Kommunikation zwischen IoT-Geräten wiederzugeben.
- verschiedene Techniken zur Speicherung und Verarbeitung von Daten in IoT-Systemen zu kategorisieren.
- verschiedene Architekturen und Technologien zur Strukturierung von IoT-Systemen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Datenschutzes und der Datensicherheit in IoT-Systemen einschätzen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Einführung in das Internet of Things

Kurscode: DLBINGEIT01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Informatik & Software-Entwicklung
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Ziel des Kurses ist es, den Studierenden einen Einblick in die technischen und theoretischen Grundlagen des Internet of Things (IoT) und dessen Anwendungsgebiete zu bieten. Neben dem generellen Aufbau von IoT-Systemen und der darin eingesetzten Technologiestandards wird den Studenten auch die Bedeutung des Internet of Things für Wirtschaft und Gesellschaft vermittelt. Darüber hinaus wird dargestellt, auf welche Weise Daten im IoT ausgetauscht, gespeichert und verarbeitet werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die besonderen Eigenschaften des Internet of Things (IoT) und von IoT-Systemen zu erläutern.
- die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung des Internet of Things einzuschätzen.
- die wichtigsten Standards für die Kommunikation zwischen IoT-Geräten wiederzugeben.
- verschiedene Techniken zur Speicherung und Verarbeitung von Daten in IoT-Systemen zu kategorisieren.
- verschiedene Architekturen und Technologien zur Strukturierung von IoT-Systemen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Datenschutzes und der Datensicherheit in IoT-Systemen einschätzen zu können.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Internet of Things
 - 1.1 Das Internet der Dinge – Grundlagen und Motivation
 - 1.2 Evolution des Internets – Web 1.0 bis Web 4.0
2. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung
 - 2.1 Innovationen für Verbraucher und Industrie
 - 2.2 Auswirkungen auf Mensch und Arbeitswelt
 - 2.3 Datenschutz und Datensicherheit
3. Kommunikationsstandards und -technologien
 - 3.1 Netzwerktopologien
 - 3.2 Netzwerkprotokolle
 - 3.3 Technologien
4. Datenspeicherung und -verarbeitung
 - 4.1 Vernetztes Speichern mit Linked Data und RDF(S)
 - 4.2 Analyse vernetzter Daten mit dem Semantic Reasoner
 - 4.3 Verarbeitung von Datenströmen mit Complex Event Processing
 - 4.4 Betrieb und Analyse großer Datenmengen mit NoSQL und MapReduce
5. Design und Entwicklung
 - 5.1 Software Engineering für verteilte und eingebettete Systeme
 - 5.2 Architekturstile und -muster verteilter Systeme
 - 5.3 Plattformen: Mikrocontroller, Einplatinenrechner, Ein-Chip-Systeme

6. Anwendungsbereiche
 - 6.1 Smarthome/Smart Living
 - 6.2 Ambient Assisted Living
 - 6.3 Smart Energy/Smart Grid
 - 6.4 Smart Factory
 - 6.5 Smart Logistics

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Andelfinger, V. P./Hänisch, T. (Hrsg.) (2015): Internet der Dinge. Technik, Trends und Geschäftsmodelle. Springer, Wiesbaden.
- Buyya, R./Vahid Dastjerdi, A. (Hrsg.) (2016): Internet of things. Principles and paradigms. Morgan Kaufmann, Cambridge (MA).
- Christoph, E./Sprenger, F. (Hrsg.) (2015): Internet der Dinge. Über smarte Objekte, intelligente Umgebungen und die technische Durchdringung der Welt. transcript, Bielefeld.
- Fleisch, E. (Hrsg.) (2005): Internet der dinge. Ubiquitous Computing und RFID in der Praxis. Springer, Berlin.
- Gilchrist, A. (2016): Industry 4.0. The industrial internet of things. Apress, New York.
- Kaufmann, T. (2015): Geschäftsmodelle in Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge. Der Weg vom Anspruch in die Wirklichkeit. Springer, Wiesbaden.

DLBINGEIT01

Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements

Module Code: DLBLOGLP-01

Module Type see curriculum	Admission Requirements none	Study Level BA
--------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------

Credit Points 5	Semester / Term see curriculum	Duration Minimaldauer: 1 Semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction Englisch
---------------------------	--	--	--	--

Student Workload (in hours)			
Self Study 110 h	Tutorial 20 h	Self Test 20 h	Hours Total 150 h

Module Coordinator Prof. Dr. Hubert Vogl
--

Contributing Courses to Module
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements (DLBLOGLP01-01)

Module Exam Type	
Module Exam Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit	Split Exam
Weight of Module see curriculum	

Module Contents
<ul style="list-style-type: none"> Entwicklung und Charakterisierung des Logistikverständnisses Verrichtungsspezifische Subsysteme der Logistik Phasenspezifische Subsysteme der Logistik Konzepte ausgewählter Logistiksysteme Materialflusssysteme Lagerlogistik und Steuerung von Logistiksystemen Prozessmanagement IT in der Logistik

Learning Outcomes

Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements

On successful completion, students will be able to

- den ganzheitlichen und systemorientierten Ansatz der Logistik, ihre grundlegenden Zielsetzungen und die Bedeutung sowie ihre Aufgaben zu überblicken.
- ein grundlegendes Logistikverständnis anzuwenden und wesentliche Bereiche, Verkehrsträger und Steuerungsprinzipien von Materialflusssystemen einzuordnen.
- Subsysteme der Logistik aus unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu beschreiben und anhand unterschiedlicher Konzepte zu bewerten.
- die Prozessorientierung der unternehmerischen Leistungserstellung sowie die Grundlagen des Prozessmanagements zu beschreiben.
- die Grundlagen von Analyse- und Gestaltungsmethoden von Prozessketten zu erläutern und zu diskutieren sowie einfache Prozesse selbstständig darzustellen.
- die Möglichkeiten zu benennen, die neue IT-Systeme der Logistik bieten, sowie zu überblicken, welche Planungstools eingesetzt werden können und welche Standards sich als Schnittstelle zwischen den Software-Systemen in der Logistik herausgebildet haben.

Links to other Modules within the Study Program

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Links to other Study Programs of IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Grundlagen des Logistik- und Prozessmanagements

Course Code: DLBLOGLP01-01

Course Type Online-Vorlesung	Study Format Fernstudium	Study Level BA
--	------------------------------------	--------------------------

Admission Requirements none	Field of Studies Transport & Logistik
---------------------------------------	---

Credit Points 5	Contact Hours (per week)	Language of Instruction English
---------------------------	---------------------------------	---

Student Workload (in hours)			
Self Study 110 h	Tutorial 20 h	Self Test 20 h	Hours Total 150 h

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	BOLK: yes Course Evaluation: no
Type of Exam	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

<p>Course Description</p> <p>Dieser Kurs gibt den Studierenden einen Überblick über die Grundfragen, Gestaltungsgrundlagen, eingesetzten Techniken und Instrumente/Methoden in Logistiksystemen. Darüber hinaus wird die Bedeutung des Prozessmanagements gerade in Bezug auf die Logistik vermittelt. Es wird aufgezeigt, dass bei den Prozessen der Logistik und des Materialflusses eine hohe Effizienz und eine Kostenoptimierung nur bei geeigneter Wahl der Verfahren und Methoden der Logistik realisierbar sind. Die Studierenden erkennen, wie komplexe Aufgaben der Logistik und deren Prozessstrukturen immer im Verbund mit der gesamten logistischen Prozesskette entwickelt und umgesetzt werden müssen. Da Logistik ohne IT-Unterstützung undenkbar ist, werden den Studierenden auch die modernen Anwendungsmöglichkeiten der informationstechnischen Instrumente zur Optimierung der Logistikkette vermittelt.</p>
--

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- den ganzheitlichen und systemorientierten Ansatz der Logistik, ihre grundlegenden Zielsetzungen und die Bedeutung sowie ihre Aufgaben zu überblicken.
- ein grundlegendes Logistikverständnis anzuwenden und wesentliche Bereiche, Verkehrsträger und Steuerungsprinzipien von Materialflusssystemen einzuordnen.
- Subsysteme der Logistik aus unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu beschreiben und anhand unterschiedlicher Konzepte zu bewerten.
- die Prozessorientierung der unternehmerischen Leistungserstellung sowie die Grundlagen des Prozessmanagements zu beschreiben.
- die Grundlagen von Analyse- und Gestaltungsmethoden von Prozessketten zu erläutern und zu diskutieren sowie einfache Prozesse selbstständig darzustellen.
- die Möglichkeiten zu benennen, die neue IT-Systeme der Logistik bieten, sowie zu überblicken, welche Planungstools eingesetzt werden können und welche Standards sich als Schnittstelle zwischen den Software-Systemen in der Logistik herausgebildet haben.

Contents

1. Entwicklung und Charakterisierung des Logistikverständnisses
 - 1.1 Definition der Logistik
 - 1.2 Entwicklungsstufen der Logistik
 - 1.3 Ziele und Aufgaben der Logistik
 - 1.4 Abgrenzung und Bewertung unterschiedlicher Verkehrsträger
 - 1.5 Betrachtungsebenen und Umfang von Logistiksystemen
2. Verrichtungsspezifische Subsysteme der Logistik
 - 2.1 Auftragsabwicklung
 - 2.2 Lagerhaltung
 - 2.3 Verpackung
 - 2.4 Transport
3. Phasenspezifische Subsysteme der Logistik
 - 3.1 Beschaffungslogistik
 - 3.2 Produktionslogistik
 - 3.3 Distributionslogistik
 - 3.4 Ersatzteillogistik
 - 3.5 Entsorgungslogistik

4. Konzepte ausgewählter Logistiksysteme
 - 4.1 Zentrale und dezentrale Güterverteilung
 - 4.2 Hub and Spoke-Systeme
 - 4.3 Cross Docking/Transshipment
5. Materialflusssysteme
 - 5.1 Fördersysteme
 - 5.2 Verpackungssysteme
 - 5.3 Kommissioniersysteme
6. Lagerlogistik und Steuerung von Logistiksystemen
 - 6.1 Lagersysteme
 - 6.2 Statische und dynamische Lagereinrichtung im Vergleich
 - 6.3 Push- und Pull-Prinzip
 - 6.4 JIT-, JIS- und Kanban-System
 - 6.5 Bullwhip-Effekt
7. Prozessmanagement
 - 7.1 Prozesskettenmanagement
 - 7.2 Arten von Prozessen
 - 7.3 Darstellung von Prozessen
 - 7.4 Prozesskennzahlen
 - 7.5 Prozesse kontinuierlich verbessern
8. IT in der Logistik
 - 8.1 Informationsbedarfe in der Logistik
 - 8.2 Identifikationssysteme
 - 8.3 LVS, ERP und APS-Systeme
 - 8.4 Transport- und Tourenplanung
 - 8.5 E-logistics

Instructional Methods

- Course Book
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Exam Template
- Review Book
- Sprint
- Guidelines
- Live Tutorials
- MyCampus Forum
- Piazza

Literature**Further Reading**

- Corsten, D./Gabriel, C. (2002): Supply Chain Management erfolgreich umsetzen. Grundlagen, Realisierung und Fallstudien. Springer, Berlin.
- Günther, O.-O./Tempelmeier, H. (2005): Produktion und Logistik. Springer, Berlin.
- Hompel, M./ Schmidt, T./ Dregger, J. (2018): Materialflusssysteme – Förder- und Lagertechnik, 4. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Kummer, S./Grün, O./Jammerneegg, W. (2013): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. 3. Auflage, Pearson, München.
- Martin, H. (2014): Transport- und Lagerlogistik. Planung, Struktur und Kosten von Systemen der Intralogistik. 9. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Pfohl, H.-C. (2010): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. Springer, Berlin.
- Thaler, K. (1999): Supply Chain Management. Prozessoptimierung in der logistischen Kette. Fortis, Köln.
- Wannenwetsch, H. (2007): Integrierte Materialwirtschaft und Logistik. Beschaffung, Logistik, Materialwirtschaft und Produktion. 3. Auflage, Springer, Berlin.

IT-Projektmanagement

Modulcode: IPMG

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende				
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Tobias Brückmann
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> IT-Projektmanagement (IPMG01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Begriffe und Grundlagen im IT-Projektmanagement Planungstechniken im Großen und Kleinen Techniken zu Priorisierung, Aufwandschätzung, Projektcontrolling Techniken zu Stakeholder-, Kommunikations- und Risikomanagement Organisation und Struktur im IT-Projektmanagement Denkmodelle im IT-Projektmanagement

Qualifikationsziele des Moduls**IT-Projektmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Grundprinzipien und Aufgaben von IT-Projektmanagement zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- wichtige, praktische Techniken und Methoden, die für die Durchführung von IT-Projektmanagement erforderlich sind zu beschreiben.
- die grundlegenden Vorgehensmodelle wiederzugeben und deren Vor- und Nachteile sowie deren Einsatzmöglichkeiten zu erläutern.
- auf Basis von gegebenen Praxisszenarien mögliche Projektrisiken zu identifizieren und geeignete Maßnahmen aus dem IT-Projektmanagement zu wählen, um die Risiken gezielt zu minimieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Informatik & Software-Entwicklung

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

IT-Projektmanagement

Kurscode: IPMG01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Informatik & Software-Entwicklung
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
In diesem Kurs werden typische Probleme beim Management von SW-Projekten diskutiert und dabei Methoden und Techniken vermittelt, mit denen die Herausforderungen gezielt adressiert werden können. Darüber hinaus werden Standard-Vorgehensmodelle für das IT-Projektmanagement erläutert und gezielt deren Stärken und Schwächen herausgearbeitet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Grundprinzipien und Aufgaben von IT-Projektmanagement zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- wichtige, praktische Techniken und Methoden, die für die Durchführung von IT-Projektmanagement erforderlich sind zu beschreiben.
- die grundlegenden Vorgehensmodelle wiederzugeben und deren Vor- und Nachteile sowie deren Einsatzmöglichkeiten zu erläutern.
- auf Basis von gegebenen Praxisszenarien mögliche Projektrisiken zu identifizieren und geeignete Maßnahmen aus dem IT-Projektmanagement zu wählen, um die Risiken gezielt zu minimieren.

Kursinhalt

1. Begriffe und Grundlagen im IT-Projektmanagement
 - 1.1 Projektbegriff und Arten von IT-Projekten
 - 1.2 IT-Projektlebenszyklus
 - 1.3 Multiprojektmanagement – Das Projekt im Kontext der Organisation
2. Planungstechniken
 - 2.1 Planung im Großen: Meilensteine, Teilaufgaben, Arbeitspakete
 - 2.2 Planung im Großen: Gantt-Diagramme
 - 2.3 Planung und Organisation von Arbeitspaketen: Kanban Board
3. Priorisierung, Aufwandschätzung, Projektcontrolling
 - 3.1 Priorisierung
 - 3.2 Aufwandschätzung
 - 3.3 Projektcontrolling
4. Stakeholder-, Kommunikations- und Risikomanagement
 - 4.1 Stakeholder Management
 - 4.2 Kommunikationsmanagement
 - 4.3 Risikomanagement
5. Organisation und Struktur im IT-Projektmanagement
 - 5.1 Überblick und Managementebenen von PRINCE2
 - 5.2 Managementprozesse in PRINCE2
 - 5.3 Pragmatisches IT-Projektmanagement (PITPM)
 - 5.4 Konfiguration des IT-Projektes in PITPM
 - 5.5 Steuern des Projekts in PITPM

6. Denkmodelle im IT-Projektmanagement

6.1 Agile Softwareentwicklung

6.2 Value-Based Software Engineering

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Berkun, S. (2009): Die Kunst des IT-Projektmanagements. 2. Auflage, O'Reilly, Sebastopol (CA).
- DeMarco, T. (2003): Bärenango. Mit Risikomanagement Projekte zum Erfolg führen. Carl Hanser Verlag, München.
- Geirhos, M. (2011): IT-Projektmanagement. Was wirklich funktioniert – und was nicht. Galileo Computing, Bonn.
- Höhn, R./Höppner S. (2008): Das V-Modell XT. Grundlagen, Methodik und Anwendungen. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Malik, M. (2006): Führen, Leisten, Leben. Wirksames Management für eine neue Zeit. Campus, Frankfurt a. M.
- Mangold, P. (2009): IT-Projektmanagement kompakt. 3.Auflage, Spektrum.
- Motzel, E./Pannenbäcker, O. (1998): Projektmanagement-Kanon. Der deutsche Zugang zum Project Management Body of Knowledge. TÜV-Verlag, Köln.
- Patzak, G./Rattay, G.: Projektmanagement. Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. 5. Auflage, Linde Verlag, Wien.
- Phillips, J. (2010): IT Project Management. On Track from Start to Finish. 3. Auflage, McGraw-Hill, New York.
- Pichler, R. (2007): Scrum. Agiles Projektmanagement erfolgreich einsetzen. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Schwalbe, K. (2010): Information Technology Project Management. 6. Auflage, Course Technology, Independence (KY).
- Tiemeyer, E. (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Hanser, München.
- Versteegen, G. (2000): Projektmanagement: mit dem Rational Unified Process. Springer, Berlin/Heidelberg.

2. Semester

Kosten- und Leistungsrechnung

Modulcode: BKLR-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ nein ▪ BKLR01-01 	Niveau BA
----------------------------------	---	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Michael Broens
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kosten- und Leistungsrechnung I (BKLR01-01) ▪ Kosten- und Leistungsrechnung II (BKLR02-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Kosten- und Leistungsrechnung I

- die Kosten- und Leistungsrechnung im betrieblichen Rechnungswesen einzuordnen.
- die verschiedenen Kosten- und Leistungs- bzw. Erlösbegriffe zu unterscheiden.
- die Grundbegriffe der Kostentheorie zu formulieren und anzuwenden.
- die Kostenarten zu unterscheiden und aufzuschlüsseln.
- eine Kostenstellenrechnung aufzubauen und durchzuführen.
- eine geeignete Methode der Kostenträgerrechnung auszuwählen und anzuwenden.

Kosten- und Leistungsrechnung II

- die Kritik an der Vollkostenrechnung nachzuvollziehen.
- die grundlegenden Elemente der Teilkostenrechnung zu beschreiben.
- eine Deckungsbeitragsrechnung zur Entscheidungsoptimierung anzuwenden.
- eine Prozesskostenrechnung zu konzipieren und zu implementieren.
- eine Plankostenrechnung zu strukturieren und durchzuführen.
- neuere Instrumente der Kostenrechnung aufzuzählen und zu erläutern.

Qualifikationsziele des Moduls

Kosten- und Leistungsrechnung I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kosten- und Leistungsrechnung im betrieblichen Rechnungswesen einzuordnen.
- die verschiedenen Kosten- und Leistungs- bzw. Erlösbegriffe zu unterscheiden.
- die Grundbegriffe der Kostentheorie zu formulieren und anzuwenden.
- die Kostenarten zu unterscheiden und aufzuschlüsseln.
- eine Kostenstellenrechnung aufzubauen und durchzuführen.
- eine geeignete Methode der Kostenträgerrechnung auszuwählen und anzuwenden.

Kosten- und Leistungsrechnung II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kritik an der Vollkostenrechnung nachzuvollziehen.
- die grundlegenden Elemente der Teilkostenrechnung zu beschreiben.
- eine Deckungsbeitragsrechnung zur Entscheidungsoptimierung anzuwenden.
- eine Prozesskostenrechnung zu konzipieren und zu implementieren.
- eine Plankostenrechnung zu strukturieren und durchzuführen.
- neuere Instrumente der Kostenrechnung aufzuzählen und zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich
Planung & Controlling

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft
& Management

Kosten- und Leistungsrechnung I

Kurscode: BKLR01-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen nein	Kompetenzfeld Planung & Controlling
---------------------------------------	---

ECTS-Punkte 3	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 54 h	Tutorium 18 h	Selbstüberprüfung 18 h	Gesamtstunden 90 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) ist wesentlicher Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens und dient – im Gegensatz zum externen Rechnungswesen – vornehmlich der unternehmerischen Selbstinformation. Dafür wird das Geschehen im Unternehmen und der betriebliche Kombinationsprozess zahlenmäßig abgebildet, um somit beispielsweise eine Wirtschaftlichkeit oder den kalkulatorischen Erfolg ermitteln zu können. Die KLR ist damit unverzichtbarer Bestandteil einer wirtschaftlich sinnvollen Entscheidungsfindung in Unternehmen. Der Kurs Kosten- und Leistungsrechnung I dient der Einführung in das Thema. Zu Beginn des Kurses wird die KLR zunächst im Kontext des betrieblichen Rechnungswesens eingeordnet um folgend die Aufgaben, Systeme und den Aufbau der KLR näher zu erläutern. Im nächsten Schritt werden die Grundlagen der Kostenbegriffe, Kostentheorie und Kostenverrechnung beschrieben, um die theoretische Basis abzurunden. Darauf aufbauend werden die drei wesentlichen Bestandteile der KLR unter Betrachtung von Vollkosten aufgezeigt. Zunächst werden die Kosten in der Kostenartenrechnung erfasst und systematisiert. Sodann werden die Kosten verursachungsgerecht im Rahmen der Kostenstellenrechnung auf die entsprechenden Betriebsteile verteilt. Im letzten Schritt werden die Kosten durch die Kostenstellenträgerrechnung einem Kostenträger (z. B. einem Unternehmensprodukt auf Zeit- oder Mengenbasis) zugeordnet um damit beispielsweise eine Verkaufspreiskalkulation durchführen zu können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kosten- und Leistungsrechnung im betrieblichen Rechnungswesen einzuordnen.
- die verschiedenen Kosten- und Leistungs- bzw. Erlösbegriffe zu unterscheiden.
- die Grundbegriffe der Kostentheorie zu formulieren und anzuwenden.
- die Kostenarten zu unterscheiden und aufzuschlüsseln.
- eine Kostenstellenrechnung aufzubauen und durchzuführen.
- eine geeignete Methode der Kostenträgerrechnung auszuwählen und anzuwenden.

Kursinhalt

1. Einführung in das betriebliche Rechnungswesen
 - 1.1 Überblick: Notwendigkeit und Einordnung des betrieblichen Rechnungswesens
 - 1.2 Gliederung des betrieblichen Rechnungswesens
2. Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
 - 2.1 Der Kosten- und Leistungsbegriff
 - 2.2 Grundlagen der Kostentheorie
 - 2.3 Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
 - 2.4 Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung auf Vollkostenbasis

3. Kostenartenrechnung
 - 3.1 Aufgabe und Gegenstand der Kostenartenrechnung
 - 3.2 Vorgehen der Kostenartenrechnung
 - 3.3 Erfassung und Bewertung von Materialkosten
 - 3.4 Erfassung und Bewertung von Personalkosten, Dienstleistungskosten und Abgaben
 - 3.5 Erfassung und Bewertung von kalkulatorischen Kosten
4. Kostenstellenrechnung
 - 4.1 Aufgaben und Vorgehen der Kostenstellenrechnung
 - 4.2 Verteilung der primären Gemeinkosten
 - 4.3 Innerbetriebliche Leistungsverrechnung
 - 4.4 Bildung von Gemeinkostensätzen
 - 4.5 Kostenkontrolle
5. Kostenträgerrechnung
 - 5.1 Aufgaben und Arten der Kostenträgerrechnung
 - 5.2 Kostenträgerstückrechnung I: Divisionskalkulation
 - 5.3 Kostenträgerstückrechnung II: Äquivalenzziffernverfahren
 - 5.4 Kostenträgerstückrechnung III: Zuschlagskalkulation
 - 5.5 Kostenträgerzeitrechnung

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. W. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 11. Auflage, NWB, Herne.
- Jórasz, W. (2009): Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Olfert, K. (2018): Kostenrechnung. 18. Auflage, NWB, Herne.
- Plinke, W. et al. (2015): Industrielle Kostenrechnung. 8. Auflage, Springer Vieweg, Berlin/Heidelberg.

Kosten- und Leistungsrechnung II

Kurscode: BKLR02-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen BKLR01-01	Kompetenzfeld Planung & Controlling
--	---

ECTS-Punkte 2	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 36 h	Tutorium 12 h	Selbstüberprüfung 12 h	Gesamtstunden 60 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Aufbauend auf den Kenntnissen des Kurses KLR I wird das Wissen zur Kosten- und Leistungsrechnung im Kurs KLR II erweitert und vertieft. Im Vordergrund steht dabei nicht mehr nur die Abbildung des betrieblichen Geschehens, sondern vielmehr die Unterstützung und Verbesserung von Entscheidungen wie z. B. Produkt-, Produktions- oder Preisentscheidungen. In einem ersten Schritt wird die Aussagekraft der bisher genutzten Vollkostenbetrachtung diskutiert und diese um die Teilkostenrechnung ergänzt. Nachfolgend werden verschiedene Anwendungsmöglichkeiten der Teilkosten- und Deckungsbeitragsrechnung aufgezeigt und angewendet. So lassen sich mit ihr beispielsweise Break-Even-Analyse oder eine Optimierung des Produktionsprogramms durchführen. Im Anschluss wird mit der Prozesskostenrechnung eine alternative Form der KLR-Methodik eingeführt und deren Anwendung und Aussagekraft erläutert. In einem weiteren Schritt wird das bisher genutzte System der IST-Kostenrechnung um die Plankostenrechnung erweitert. Daraufhin wird ein Einblick in sonstige, praxisrelevante Kostenmanagementmethoden wie z. B. dem Target Costing gegeben und deren Nutzen diskutiert.</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kritik an der Vollkostenrechnung nachzuvollziehen.
- die grundlegenden Elemente der Teilkostenrechnung zu beschreiben.
- eine Deckungsbeitragsrechnung zur Entscheidungsoptimierung anzuwenden.
- eine Prozesskostenrechnung zu konzipieren und zu implementieren.
- eine Plankostenrechnung zu strukturieren und durchzuführen.
- neuere Instrumente der Kostenrechnung aufzuzählen und zu erläutern.

Kursinhalt

1. Teilkostenrechnung
 - 1.1 Schwächen der Vollkostenrechnung
 - 1.2 Aufgabe und Grundlagen der Teilkostenrechnung
2. Deckungsbeitragsrechnung
 - 2.1 Systeme der Deckungsbeitragsrechnung
 - 2.2 Break-Even-Analyse
 - 2.3 Produktions- und Absatzprogramm
 - 2.4 Weitere Anwendungsbereiche der einstufigen Deckungsbeitragsrechnung
 - 2.5 Anwendung der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung
3. Prozesskostenrechnung
 - 3.1 Begriff und Gegenstand der Prozesskostenrechnung
 - 3.2 Ermittlung der Prozesse und Prozessgrößen
 - 3.3 Prozesskostenrechnung in der Kostenstellenrechnung
 - 3.4 Kalkulation mit der Prozesskostenrechnung
 - 3.5 Aussagekraft der Prozesskostenrechnung
4. Plankostenrechnung
 - 4.1 Aufgabe und Vorgehen der Prozesskostenrechnung
 - 4.2 Starre Plankostenrechnung
 - 4.3 Flexible Plankostenrechnung auf Vollkostenrechnung
 - 4.4 Grenzplankostenrechnung
5. Weitere Instrumente der Kostenrechnung
 - 5.1 Target Costing
 - 5.2 Life Cycle Costing

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. W. (2016): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 9. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 1: Grundlagen. 11. Auflage, NWB, Herne.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2013): Kostenrechnung 2: Deckungsbeitragsrechnung. 10. Auflage, NWB, Herne.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2015): Kostenrechnung 3: Plankostenrechnung und Kostenmanagement. 9. Auflage, NWB, Herne.
- Jórasz, W. (2009): Kosten- und Leistungsrechnung. Lehrbuch mit Aufgaben und Lösungen. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Olfert, K. (2018): Kostenrechnung. 18. Auflage, Kiehl, Herne.
- Plinke, W./Rese, M./Utzig, P. (2015): Industrielle Kostenrechnung. 8. Auflage, Springer Vieweg, Berlin/Heidelberg.

BKLR02-01

Kollaboratives Arbeiten

Modulcode: DLBKA

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Karin Halbritter
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kollaboratives Arbeiten (DLBKA01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Fachpräsentation	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selbstgesteuert und kollaborativ lernen ▪ Netzwerken und kooperieren ▪ Performance in (virtuellen) Teams ▪ Kommunizieren, argumentieren und überzeugen ▪ Konfliktpotenziale erkennen und Konflikte handhaben ▪ Selbstführung und Personal Skills

Qualifikationsziele des Moduls**Kollaboratives Arbeiten**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die eigenen Lernprozesse selbstgesteuert und kollaborativ mit analogen und digitalen Medien zu gestalten.
- lokale und virtuelle Kooperation zu initiieren und geeignete Methoden zur Gestaltung der Zusammenarbeit auszuwählen.
- verschiedene Formen der Kommunikation in Bezug auf die Ziele und Erfordernisse unterschiedlicher Situationen zu beurteilen und das eigene Kommunikations- und Argumentationsverhalten zu reflektieren.
- Konfliktpotenziale und die Rolle von Emotionen bei Konflikten zu erläutern und den Einsatz von systemischen Methoden bei der ziel- und lösungsorientierten Handhabung von Konflikten zu beschreiben.
- die eigenen Ressourcen zu analysieren, Methoden der Selbstführung und -motivation darzustellen und angemessene Strategien abzuleiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Das Modul ist eigenständig. Es liefert Grundlagenkenntnisse für alle weiteren Module.

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Studiengänge des IUBH-Fernstudiums

Kollaboratives Arbeiten

Kurscode: DLBKA01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Beschreibung des Kurses
<p>Der Kurs unterstützt die Studierenden darin, für unsere vernetzte Welt wichtige überfachliche Kompetenzen auf- und auszubauen – und dabei die Chancen einer konstruktiven Zusammenarbeit mit anderen zu nutzen. Er stellt wesentliche Formen und Gestaltungsmöglichkeiten von kollaborativem Lernen und Arbeiten vor, vermittelt grundlegende Kenntnisse und Werkzeuge für ein selbstgeführtes, flexibles und kreatives Denken, Lernen und Handeln und macht die Studierenden mit den Themen Empathiefähigkeit und emotionale Intelligenz vertraut. Zudem werden die Studierenden angeregt, die Kursinhalte anzuwenden. Damit fördern sie ihre autonome Handlungskompetenz sowie ihre Kompetenz in der interaktiven Anwendung von Tools und im Interagieren in heterogenen Gruppen.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die eigenen Lernprozesse selbstgesteuert und kollaborativ mit analogen und digitalen Medien zu gestalten.
- lokale und virtuelle Kooperation zu initiieren und geeignete Methoden zur Gestaltung der Zusammenarbeit auszuwählen.
- verschiedene Formen der Kommunikation in Bezug auf die Ziele und Erfordernisse unterschiedlicher Situationen zu beurteilen und das eigene Kommunikations- und Argumentationsverhalten zu reflektieren.
- Konfliktpotenziale und die Rolle von Emotionen bei Konflikten zu erläutern und den Einsatz von systemischen Methoden bei der ziel- und lösungsorientierten Handhabung von Konflikten zu beschreiben.
- die eigenen Ressourcen zu analysieren, Methoden der Selbstführung und -motivation darzustellen und angemessene Strategien abzuleiten.

Kursinhalt

1. Lernen für eine vernetzte Welt – in einer vernetzten Welt
 - 1.1 Anforderungen und Chancen der VUCA-Welt
 - 1.2 Lernen, Informationen und der Umgang mit Wissen und Nichtwissen
 - 1.3 4C-Modell: Collective – Collaborative – Continuous – Connected
 - 1.4 Eigenes Lernverhalten überprüfen
2. Networking & Kooperation
 - 2.1 Die passenden Kooperationspartner finden und gewinnen
 - 2.2 Tragfähige Beziehungen: Digital Interaction und Vertrauensaufbau
 - 2.3 Zusammenarbeit – lokal und virtuell organisieren & Medien einsetzen
 - 2.4 Social Learning: Lernprozesse agil, kollaborativ und mobil planen
3. Performance in (virtuellen) Teams
 - 3.1 Ziele, Rollen, Organisation und Performance Measurement
 - 3.2 Team Building und Team Flow
 - 3.3 Scrum als Rahmen für agiles Projektmanagement
 - 3.4 Design Thinking, Kanban, Planning Poker, Working-in-Progress-Limits & Co
4. Kommunizieren und überzeugen
 - 4.1 Kommunikation als soziale Interaktion
 - 4.2 Sprache, Bilder, Metaphern und Geschichten
 - 4.3 Die Haltung macht's: offen, empathisch und wertschätzend kommunizieren
 - 4.4 Aktiv zuhören – argumentieren – überzeugen – motivieren
 - 4.5 Die eigene Gesprächs- und Argumentationsführung analysieren

5. Konfliktpotenziale erkennen – Konflikte handhaben – wirksam verhandeln
 - 5.1 Vielfalt respektieren – Chancen nutzen
 - 5.2 Empathie für sich und andere entwickeln
 - 5.3 Systemische Lösungsarbeit und Reframing
 - 5.4 Konstruktiv verhandeln: klare Worte finden – Interessen statt Positionen

6. Eigene Projekte realisieren
 - 6.1 Wirksam Ziele setzen – fokussieren – reflektieren
 - 6.2 Vom agilen Umgang mit der eigenen Zeit
 - 6.3 (Selbst-)Coaching und Inneres Team
 - 6.4 Strategien und Methoden der Selbstführung und -motivation

7. Eigene Ressourcen mobilisieren
 - 7.1 Ressourcen erkennen – Emotionen regulieren
 - 7.2 Reflexion und Innovation – laterales Denken und Kreativität
 - 7.3 Transferstärke und Willenskraft: Bedingungsfaktoren analysieren und steuern

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Baber, A. (2015): Strategic connections. The new face of networking in a collaborative world. Amacom, New York.
- Burow, O.-A. (2015): Team-Flow. Gemeinsam wachsen im Kreativen Feld. Beltz, Weilheim/Basel.
- Goleman, D. (2013): Focus. The hidden driver of excellence. Harper Collins USA, New York.
- Grote, S./Goyk, R. (Hrsg.) (2018): Führungsinstrumente aus dem Silicon Valley. Konzepte und Kompetenzen. Springer Gabler, Berlin.
- Kaats, E./Opheij, W. (2014): Creating conditions for promising collaboration. Alliances, networks, chains, strategic partnerships. Springer Management, Berlin.
- Lang, M. D. (2019): The guide to reflective practice in conflict resolution. Rowman & Littlefield, Lanham/Maryland.
- Martin, S. J./Goldstein, N. J./Cialdini, R. B. (2015): The small BIG. Small changes that spark BIG influence. Profile Books, London.
- Parianen, F. (2017): Woher soll ich wissen, was ich denke, bevor ich höre, was ich sage? Die Hirnforschung entdeckt die großen Fragen des Zusammenlebens. Rowohlt Taschenbuch Verlag (Rowohlt Polaris), Reinbek bei Hamburg.
- Sauter, R./Sauter, W./Wolfig, R. (2018): Agile Werte- und Kompetenzentwicklung. Wege in eine neue Arbeitswelt. Springer Gabler, Berlin.
- Werther, S./Bruckner, L. (Hrsg.) (2018): Arbeit 4.0 aktiv gestalten. Die Zukunft der Arbeit zwischen Agilität, People Analytics und Digitalisierung. Springer Gabler, Berlin.

Digitale Business-Modelle

Modulcode: DLBLODB

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende				
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Mario Boßlau
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Digitale Business-Modelle (DLBLODB01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Bedeutung, Genese und Definition des Begriffs „digitales Geschäftsmodell“ Grundlegende Konzepte zur Beschreibung von Geschäftsmodellen Tools zur Beschreibung von Geschäftsmodellen Muster digitaler Geschäftsmodelle Digitale Business-Modelle und Business-Plan

Qualifikationsziele des Moduls**Digitale Business-Modelle**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu verstehen, was ein Business-Modell ist und wie es systematisch beschrieben werden kann.
- die Grundzüge der historischen Entwicklung verschiedener Business-Modelle zu skizzieren.
- die wichtigsten digitalen Geschäftsmodelle zu erklären sowie deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- den Bezug eines Business-Modells zu einem Business-Plan herzustellen und daraus die Positionierung eines Unternehmens eigenständig abzuleiten und zu analysieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLBLODB01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende				
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Ein Business-Modell ist die Beschreibung der Logik wie ein Unternehmen Wert generiert, liefert und sichert. Die fortschreitende Digitalisierung vieler Prozesse, Produkte und Dienstleistungen hat in den letzten Jahren eine Vielzahl an Innovationen im Bereich der Business-Modelle ermöglicht. Die Darstellung, die zugrundeliegenden Muster und die wesentlichen Einflussfaktoren dieser digitalen Geschäftsmodelle sind Gegenstand dieses Kurses. Ausgehend von einer allgemeinen Definition des Konzeptes Business-Modell wird ein System zur Beschreibung der wesentlichen Faktoren eines Business-Modells entwickelt. Eine Übersicht über die historische Entwicklung von wichtigen Business-Modellen und insbesondere den Einfluss der Digitalisierung auf neuere Business-Modelle erlaubt eine Einordnung des Konzeptes und ein Verständnis für die Rahmenbedingungen. Sodann werden die wichtigsten alternativen digitalen Geschäftsmodelle der letzten Jahre systematisch dargestellt und hinsichtlich der jeweiligen Stärken- und Schwächen analysiert sowie bewertet. Abschließend wird dargestellt, welche Rolle das Business-Modell im Rahmen der Erstellung eines Business-Planes spielt. Die Studierenden lernen die zentralen Ansätze zur Entwicklung einer eigenständigen Unternehmenspositionierung und werden in die Lage versetzt, die zentralen Einflussfaktoren auf den Unternehmenserfolg im digitalen Business zu prüfen und zu bewerten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu verstehen, was ein Business-Modell ist und wie es systematisch beschrieben werden kann.
- die Grundzüge der historischen Entwicklung verschiedener Business-Modelle zu skizzieren.
- die wichtigsten digitalen Geschäftsmodelle zu erklären sowie deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- den Bezug eines Business-Modells zu einem Business-Plan herzustellen und daraus die Positionierung eines Unternehmens eigenständig abzuleiten und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Bedeutung, Genese und Definitionen des Begriffs "digitales Geschäftsmodell"
 - 1.1 Ziele und Funktionen digitaler Geschäftsmodelle
 - 1.2 Geschäftsmodell – Genese des Begriffs und Bedeutung in der digitalen Ökonomie
 - 1.3 Definition Geschäftsmodell und digitales Geschäftsmodell
 - 1.4 Abgrenzung zu anderen Terminologien der digitalen Ökonomie

2. Grundlegende Konzepte zur Beschreibung von Geschäftsmodellen
 - 2.1 Wertkette
 - 2.2 Wertschöpfungsketten
 - 2.3 Dominante Logik
 - 2.4 Erlösmodell
 - 2.5 Unique Selling Proposition
 - 2.6 Transaktion
 - 2.7 Produkt- oder Leistungsangebot
3. Tools zur Beschreibung von Geschäftsmodellen
 - 3.1 Business Model Canvas
 - 3.2 St. Galler Business Model Navigator
 - 3.3 DVC Framework
4. Muster digitaler Geschäftsmodelle
 - 4.1 Long Tail
 - 4.2 Multi-sided-Muster
 - 4.3 Free und Freemium
 - 4.4 OPEN-API-Muster
5. Digitale Business-Modelle und Business-Plan
 - 5.1 Integration des Business-Modells in den Business-Plan
 - 5.2 Firmenpositionierung und das digitale Business-Modell
 - 5.3 Digitale Business-Modelle als Innovationstreiber für die Entwicklung neuer Unternehmen

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Brynjolfsson, E./Hu, Yu J./Smith, M. D. (2006): From Niches to Riches. Anatomy of the Long Tail. In: MIT Sloan Management Review, 47. Jg., Heft 4, S. 67–71.
- Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.
- Hoffmeister, C. (2015): Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern. Hanser, München.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Modell Generation. Wiley, Hoboken (NJ).

Logistik- und Prozessanalyse

Modulcode: DLBLOLUP

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Philippe Tufinkgi

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Logistik- und Prozessanalyse (DLBLOLUP01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Einleitung Logistik- und Prozessanalyse, Begriffe und Definitionen System- und Prozessdenken Vorgehensmodelle Methoden zur Prozessanalyse Prozessvisualisierung Analyse menschlichen Verhaltens Prozessoptimierung

Qualifikationsziele des Moduls**Logistik- und Prozessanalyse**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- funktionsübergreifende Zusammenhänge zu erkennen und zu beschreiben.
- logistische Systeme und Prozesse in ihrer Gesamtheit oder in einzelnen Aspekten mithilfe der kennengelernten Werkzeuge zu beschreiben bzw. zu analysieren.
- zielgerichtete Analysen gegebener logistischer Sachverhalte durchzuführen sowie bestehende Prozesse auf Schwachstellen und Verbesserungsmöglichkeiten hin zu bewerten.
- aus den Analyseergebnissen Schlüsse für die Optimierung oder Verbesserung bzw. Gestaltung von entsprechenden Systemen zu ziehen und diese in einfache, umsetzungsfähige Lösungen zu transferieren. Außerdem erwerben sie (fachliche und überfachliche) Kompetenzen.
- das menschliche Verhalten als wichtigen Aspekt der erfolgreichen Durchführung von Prozessen zu beschreiben und bei Planungen zu berücksichtigen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Logistik- und Prozessanalyse

Kurscode: DLBLOLUP01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>System- und Prozessdenken ist die Basis für professionelles Arbeiten in der Logistik. Das Modul vermittelt zum einen die Grundlagen dieses Denkens. Des Weiteren werden konkrete Methoden und Instrumente für die System- und Prozessanalyse bzw. die Darstellung, d.h. das Mapping von Prozessen vorgestellt und anhand von Beispielen aus der Logistik praxisnah erfahrbar gemacht. Schließlich wird auch der menschliche Faktor, der entscheidend für die erfolgreiche Prozessrealisierung ist, explizit beleuchtet.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- funktionsübergreifende Zusammenhänge zu erkennen und zu beschreiben.
- logistische Systeme und Prozesse in ihrer Gesamtheit oder in einzelnen Aspekten mithilfe der kennengelernten Werkzeuge zu beschreiben bzw. zu analysieren.
- zielgerichtete Analysen gegebener logistischer Sachverhalte durchzuführen sowie bestehende Prozesse auf Schwachstellen und Verbesserungsmöglichkeiten hin zu bewerten.
- aus den Analyseergebnissen Schlüsse für die Optimierung oder Verbesserung bzw. Gestaltung von entsprechenden Systemen zu ziehen und diese in einfache, umsetzungsfähige Lösungen zu transferieren. Außerdem erwerben sie (fachliche und überfachliche) Kompetenzen.
- das menschliche Verhalten als wichtigen Aspekt der erfolgreichen Durchführung von Prozessen zu beschreiben und bei Planungen zu berücksichtigen.

Kursinhalt

1. Begriffsdefinitionen für die Prozessanalyse
 - 1.1 Systeme
 - 1.2 Modell
 - 1.3 Prozess
 - 1.4 Systeme und Modelle im logistischen Kontext
2. Vorgehensmodell
 - 2.1 Begriffsdefinition
 - 2.2 Vorgehensmodell nach Daenzer
3. Methoden zur Prozessanalyse
 - 3.1 Von der ABC- zur XYZ-Analyse
 - 3.2 Standortanalyse
 - 3.3 Materialflussanalysemethoden
 - 3.4 Prozesszeitanalysemethoden
4. Prozessvisualisierung
 - 4.1 Ereignisgesteuerte Prozesskette (EPK)
 - 4.2 Ausblick: Business Process Model and Notation (BPMN) und Unified Modeling Language (UML)
5. Analyse menschlichen Verhaltens (Ausblick)
 - 5.1 Principal-Agent-Theorie
 - 5.2 Spieltheoretische Ansätze
 - 5.3 Einführung in die Spieltheorie

Lehrmethoden

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Allweyer, T. (2015): BPMN 2.0. Business Process Model and Notation. Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung. 3. Auflage, Books on Demand, Norderstedt.
- Arndt, H. (2008): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Bowersox, D. J./Closs, D. J./Cooper, M. B. (2009): Supply Chain Logistics Management. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston et al.
- Freund, J./Rücker, B. (2014): Praxishandbuch BPMN 2.0. 4. Auflage, Hanser, München.
- Rushton, A./Croucher, P./Baker, P. (2006): A Handbook of Logistics and Distribution Management. 3. Auflage, CILT, London.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. 3. Auflage, McGraw-Hill, New York City.

DLBLOLUP01

Design Thinking

Modulcode: DLBINGDT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Mario Boßlau
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Design Thinking (DLBINGDT01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Grundlegende Prinzipien des Design Thinkings Der Design Thinking-Mikroprozess Das Design-Thinking-Makroprozess Methoden für frühe Phasen des Prozesses Methoden für die Ideengenerierung Methoden für das Prototyping und Testen Raumkonzepte für Design Thinking Beispiele und Fallstudien

Qualifikationsziele des Moduls**Design Thinking**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Mindset des Design Thinkings zu kennen.
- die einzelnen Phasen des inkrementellen Mikrozyklus zu kennen und an einem Beispielprojekt durchzuführen.
- die einzelnen Stufen des Prototypings zu kennen und in einem Beispielprojekt zu durchlaufen.
- Methoden und Werkzeuge für die einzelnen Schritte des Mikrozyklus zu kennen und einsetzen zu können.
- verschiedene Raumkonzepte für Design Thinking-Arbeitsumgebungen wiederzugeben.
- Beispiele für den Einsatz von Design Thinking anhand von Fallstudien aus der Wirtschaft zu benennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Design

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Design, Architektur & Bau

Design Thinking

Kurscode: DLBINGDT01

Kursart Projekt	Studienform	Niveau BA
---------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Design
--	--------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Beschreibung des Kurses
Die Studierenden werden in diesem Kurs eine praktische Einführung in das Design Thinking erhalten. Neben der Vermittlung der einzelnen Grundprinzipien werden auch die Vorgehensweisen im Design Thinking detailliert beleuchtet. Um Design Thinking nicht nur zu verstehen, sondern auch zu erfahren, werden ausgewählte Methoden für die einzelnen Prozessschritte vorgestellt und an einem Beispielprojekt eingeübt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Mindset des Design Thinkings zu kennen.
- die einzelnen Phasen des inkrementellen Mikrozyklus zu kennen und an einem Beispielprojekt durchzuführen.
- die einzelnen Stufen des Prototypings zu kennen und in einem Beispielprojekt zu durchlaufen.
- Methoden und Werkzeuge für die einzelnen Schritte des Mikrozyklus zu kennen und einsetzen zu können.
- verschiedene Raumkonzepte für Design Thinking-Arbeitsumgebungen wiederzugeben.
- Beispiele für den Einsatz von Design Thinking anhand von Fallstudien aus der Wirtschaft zu benennen.

Kursinhalt

- Grundlegende Prinzipien des Design Thinkings
- Der Design Thinking Mikroprozess
- Der Design Thinking Makroprozess
- Methoden für frühe Phasen des Prozesses
- Methoden für die Ideengenerierung
- Methoden für das Prototyping und Testen
- Beispiele und Fallstudien

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Brenner, W./Uebernicketel, F. (2015): Design Thinking. Das Handbuch. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Brown, T. (2008): Design Thinking. In: Harvard Business Review, Heft Juni, S. 84–95.
- Meinel, C./Weinberg, U./Krohn, T. (Hrsg.) (2015): Design Thinking Live. Wie man Ideen entwickelt und Probleme löst. Murmann, Hamburg.
- Uebernicketel, F./Brenner, W. (2016): Design Thinking. In: Hoffmann, C. P. et al. (Hrsg.): Business Innovation: Das St. Galler Modell. Springer, Wiesbaden, S. 243–265.

DLBINGDT01

Projekt: Produktion und Logistik

Modulcode: DLBLOPPL

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projekt: Produktion und Logistik (DLBLOPPL01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<p>Im Mittelpunkt dieses Moduls steht die Vermittlung und Anwendung von Methoden und Instrumenten, die Management-Entscheidungen im Rahmen des Produktionsaufbaus und der Produktionsplanung unterstützen. Adressiert werden dabei sowohl strukturelle Entscheidungen wie die Standortauswahl als auch Fragestellungen der strategischen Produktionsplanung und operativen Produktionslogistik.</p>

Qualifikationsziele des Moduls**Projekt: Produktion und Logistik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Planungsaufgaben beim Aufbau und der Produktionsdurchführung zu verstehen und verschiedenen Entscheidungsebenen zuzuordnen.
- optimierende und heuristische Verfahren der Standortwahl zu kennen und exemplarisch anzuwenden.
- Methoden und Instrumente zur Nachfrageprognose und -planung zu unterscheiden und quantitative Verfahren umzusetzen.
- Methoden zur Materialbedarfsermittlung im Rahmen der Produktionsprogrammplanung zu benennen und beispielhaft umzusetzen.
- optimierende und heuristische Verfahren der Losgrößenplanung und Terminplanung für die Produktion in ihrer Anwendung zu kennen und anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Projekt: Produktion und Logistik

Kurscode: DLBLOPPL01

Kursart Projekt	Studienform Fernstudium	Niveau BA
---------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Beschreibung des Kurses
<p>Im Rahmen des Aufbaus einer Produktion und der strategischen und operativen Produktionsplanung sind eine Vielzahl von Entscheidungen zu treffen, die sowohl strukturelle als auch operative Planungssachverhalte mit produktionslogistischem Bezug umfassen. Anhand eines konkreten Planungsbeispiels werden verschiedene Methoden der Entscheidungsunterstützung vermittelt und auf den Anwendungsfall bezogen. Dabei werden Methoden und Instrumente für alle Entscheidungsebenen von der Standortwahl bis hin zur Terminplanung in der Produktion exemplarisch vorgestellt und angewendet.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Planungsaufgaben beim Aufbau und der Produktionsdurchführung zu verstehen und verschiedenen Entscheidungsebenen zuzuordnen.
- optimierende und heuristische Verfahren der Standortwahl zu kennen und exemplarisch anzuwenden.
- Methoden und Instrumente zur Nachfrageprognose und -planung zu unterscheiden und quantitative Verfahren umzusetzen.
- Methoden zur Materialbedarfsermittlung im Rahmen der Produktionsprogrammplanung zu benennen und beispielhaft umzusetzen.
- optimierende und heuristische Verfahren der Losgrößenplanung und Terminplanung für die Produktion in ihrer Anwendung zu kennen und anzuwenden.

Kursinhalt

- Im Rahmen dieses Kurses werden die Planungsphasen einer Produktion und die jeweiligen Entscheidungsinhalte anhand des Aufbaus eines Automobilwerks durchlaufen und Methoden und Instrumente zur Entscheidungsunterstützung auf gegebene Entscheidungssituationen angewendet. Beginnend von der Standortwahl und der innerbetrieblichen Layoutplanung werden sukzessive Planungsinhalte der strategischen Produktionsplanung wie Nachfrageprognose, Produktionsprogramm- und Materialbedarfsplanung als auch taktisch-operative Planungsgegenstände wie die Losgrößenbestimmung und Terminplanung für die Produktion mit geeigneten Methoden und Verfahren im Kontext des Planspiels von den Studierenden bearbeitet. Nach erfolgreicher Spieldurchführung werden ausgewählte Themenblöcke der Produktionsplanung und Produktionslogistik im Rahmen von Projektberichten von den Studierenden weiter vertieft.

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Thonemann, U. (2015): Operations Management. Konzepte. Methoden und Anwendungen. 3., aktualisierte Auflage, Pearson, Halbergmoos.
- Schuh, G./Schmidt, C. (Hrsg.) (2014): Produktionsmanagement: Handbuch Produktion und Management 5. 2.Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Claus, T./Herrmann, F./Manitz, M. (Hrsg.) (2016): Produktionsplanung und -steuerung. Forschungsansätze, Methoden und deren Anwendungen. Springer, Berlin.
- Herrmann, F. (2009): Logik der Produktionslogistik. Oldenbourg Verlag, München.

DLBLOPPL01

3. Semester

Unterstützende Funktionen im Unternehmen

Modulcode: DLBLOUFU

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Unterstützende Funktionen im Unternehmen (DLBL0LD101)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation des Unternehmens ▪ Unternehmenskultur ▪ Unternehmensführung ▪ Personalmanagement ▪ Forschung und Entwicklung ▪ Einkauf und Beschaffung für Logistikunternehmen ▪ Finanzierung von Logistikunternehmen ▪ Dienstleistungsmarketing für Logistikunternehmen ▪ Vertrieb für Logistikunternehmen ▪ Innovationsstrategien 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Unterstützende Funktionen im Unternehmen</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Grundlagen betriebswirtschaftlicher Aktivitäten zu verstehen und zu analysieren. ▪ die wesentlichen Instrumente der Unternehmensführung und Unternehmenskultur zu erkennen. ▪ die Kernaufgaben und Methoden des Personalmanagements einzuordnen und anzuwenden. ▪ die Grundlagen von Wissensmanagement im Rahmen von Forschung und Entwicklung im Unternehmen zu erläutern. ▪ die wesentlichen Bestandteile der unternehmerischen Funktionen Vertrieb, Einkauf, Finanzierung, Marketing sowie Innovation zu benennen und zu analysieren. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik</p>

Unterstützende Funktionen im Unternehmen

Kurscode: DLBLOLD101

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Aufbauend auf dem Basiswissen der BWL lernen die Studierenden die Grundkenntnisse der betrieblichen Grundfunktionen bei Unternehmen aus dem Bereich der Logistikdienstleistung. Es wird sich dabei intensiv mit den Besonderheiten in Marketing, Finanzierung, Personalwesen und Unternehmensführung auseinandergesetzt, sodass die Studierenden das in ihrem Studium erlernte theoretische Wissen effektiv in ihrem beruflichen Alltag bei einem Logistikdienstleister oder als dessen Kunde einsetzen können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen betriebswirtschaftlicher Aktivitäten zu verstehen und zu analysieren.
- die wesentlichen Instrumente der Unternehmensführung und Unternehmenskultur zu erkennen.
- die Kernaufgaben und Methoden des Personalmanagements einzuordnen und anzuwenden.
- die Grundlagen von Wissensmanagement im Rahmen von Forschung und Entwicklung im Unternehmen zu erläutern.
- die wesentlichen Bestandteile der unternehmerischen Funktionen Vertrieb, Einkauf, Finanzierung, Marketing sowie Innovation zu benennen und zu analysieren.

Kursinhalt

1. Logistikdienstleister im Spannungsfeld steigender Anforderungen
 - 1.1 Logistik – eine Branche die (sich) bewegt
 - 1.2 Entwicklung und Klassifizierung von Logistikdienstleistern
 - 1.3 Kooperationen
 - 1.4 Zentrale Elemente eines Geschäftsmodells für Logistikdienstleister
2. Organisation des Unternehmens
 - 2.1 Grundlagen der Organisation
 - 2.2 Primäraktivitäten
 - 2.3 Unterstützende Aktivitäten
3. Unternehmensführung
 - 3.1 Grundlagen
 - 3.2 Planung
 - 3.3 Ausgewählte Instrumente der strategischen Analyse
 - 3.4 Führung
 - 3.5 Kontrolle
4. Personalmanagement
 - 4.1 Grundlagen des Personalmanagements
 - 4.2 Personalmarketing
 - 4.3 Personalrekrutierung und -auswahl
 - 4.4 Entlohnungs- und Bonussysteme
 - 4.5 Personalentwicklung
 - 4.6 Personalabbau (Entlassung)

5. Forschung und Entwicklung
 - 5.1 Knowledge Management
 - 5.2 Innovationsstrategien
 - 5.3 Einkauf und Beschaffung für Logistikunternehmen
 - 5.4 Unternehmenskultur
6. Finanzierung für Logistikunternehmen
 - 6.1 Begriffe und Ziele der Finanzwirtschaft
 - 6.2 Finanzierungsfelder und -formen mit Relevanz für Logistikdienstleister
 - 6.3 Exkurs: Einführung in das Supply Chain Finance – Aufgabenbereiche und eingesetzte Methoden
7. Marketing und Vertrieb für Logistikdienstleister
 - 7.1 Begriffsbestimmung und Bedeutung des Dienstleistungsmarketings
 - 7.2 Relationship Marketing als Grundkonzept des Marketings logistischer (System-) Dienstleistungen
 - 7.3 Operatives Dienstleistungsmarketing
 - 7.4 Vertrieb von Logistikdienstleistern

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Czenskowsky, T. (2004): Marketing für Speditionen und logistische Dienstleister. Deutscher Betriebswirte Verlag, Gernsbach.
- Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Marcus, J. et al. (2012): Organisation and Management. An International Approach. Nordhoof Uitgevers, Groningen/Houten.
- Olfert, K. (2010): Personalwirtschaft. 14. Auflage, Kiehl, Herne.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Päbst, L. M./Wipki, B. (Hrsg.) (2003): Marketing in der Logistik. Beiträge für Grundlagen, Konzepte und Methoden. DVV, Hamburg.
- Pape, U. (2008): Grundlagen der Finanzierung und Investition. Mit Fallbeispielen und Übungen. Oldenbourg, München.
- Schreyögg, G. (2008): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- White, M. A./Bruton, G. D. (2007): The Management of Technology and Innovation. A Strategic Approach. South Western.
- Wickel-Kirsch, S./Janusch, M./Knorr, E. (2008): Personalwirtschaft. Gabler, Wiesbaden.
- Williams, C. (2014): MGMT 6. South Western Cengage Learning, Mason (OH).
- Wilson, A. et al. (2012): Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm. 2. Auflage, McGraw-Hill Education, Maidenhead.

Ökonomie und Markt

Modulcode: DLBOUM-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Christos Evangelinos
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Ökonomie und Markt (DLBOUM01-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Güterknappheit und Wahlverhalten Nachfrage, Angebot, Marktgleichgewicht und Elastizitäten Haushaltstheorie und optimale Konsumententscheidung Produktionstheorie und optimale Unternehmensentscheidungen Marktformen: Monopol, Oligopol, vollkommene Konkurrenz und monopolistische Konkurrenz Marktversagenstatbestände: Ursachen und Korrektur

Qualifikationsziele des Moduls

Ökonomie und Markt

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundsätzliche volkswirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und diese für unterschiedliche Märkte anzuwenden.
- die Bedeutung von Angebot, Nachfrage und Marktgleichgewicht zu erklären und die Konsequenzen staatlicher Eingriffe zu demonstrieren.
- die Determinanten von Konsumententscheidungen zu diskutieren und die optimale Haushaltsentscheidung aufzuzeigen.
- grundsätzliche Produktionsparameter zu analysieren und deren Einfluss auf den Unternehmensgewinn zu diskutieren.
- die Signifikanz unterschiedlicher Marktformen für das Marktergebnis zu verstehen und diese Kenntnisse für unterschiedliche Sektoren anzuwenden.
- Marktversagenstatbestände zu analysieren und die unterschiedlichen Politiken zur deren Korrektur zu diskutieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Volkswirtschaftslehre

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Ökonomie und Markt

Kurscode: DLBOUM01-01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Volkswirtschaftslehre
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Ökonomische Fragestellungen leiten sich stets aus dem Problem der Knappheit ab. Aufbauend auf dieser Erkenntnis, befasst sich der Kurs mit dem individuellem Verhalten von Haushalten und Firmen und dem Ergebnis von Märkten. Integrale Bestandteile der Analyse sind erstens das Angebot, die Nachfrage und das Marktgleichgewicht. Zweitens steht das Verhalten von Unternehmen und Haushalten im Mittelpunkt der Betrachtung. Darüber hinaus ist das Studium verschiedener Marktformen und deren Einfluss auf das Marktergebnis von besonderer Bedeutung. Insbesondere sind hier Modelle der Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz, Monopol, Oligopol und monopolistischer Konkurrenz von Bedeutung. Schließlich beschäftigt sich der Kurs auch mit Tatbeständen, bei denen Märkte versagen, das optimale Ergebnis zu liefern. Hier stehen natürliche Monopole, Externalitäten und die Existenz öffentlicher Güter sowie die regulatorischen Instrumente, Marktversagen zu korrigieren, im Mittelpunkt der Betrachtung.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundsätzliche volkswirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und diese für unterschiedliche Märkte anzuwenden.
- die Bedeutung von Angebot, Nachfrage und Marktgleichgewicht zu erklären und die Konsequenzen staatlicher Eingriffe zu demonstrieren.
- die Determinanten von Konsumententscheidungen zu diskutieren und die optimale Haushaltsentscheidung aufzuzeigen.
- grundsätzliche Produktionsparameter zu analysieren und deren Einfluss auf den Unternehmensgewinn zu diskutieren.
- die Signifikanz unterschiedlicher Marktformen für das Marktergebnis zu verstehen und diese Kenntnisse für unterschiedliche Sektoren anzuwenden.
- Marktversagenstatbestände zu analysieren und die unterschiedlichen Politiken zur deren Korrektur zu diskutieren.

Kursinhalt

1. Einführung in die Volkswirtschaftslehre
 - 1.1 Knappheit und Wirtschaften
 - 1.2 Grundannahmen des Wirtschaftens und Wirtschaftssysteme
 - 1.3 Die mikroökonomische Analyse
2. Markt, Angebot und Nachfrage
 - 2.1 Treffpunkt von Angebot und Nachfrage – das Marktgleichgewicht
 - 2.2 Konsumenten- und Produzentenrente
 - 2.3 Preiseingriffe durch den Staat
 - 2.4 Die Wirkung von Steuern und Subventionen
 - 2.5 Die Preiselastizität der Nachfrage
3. Produktions- und Haushaltstheorie
 - 3.1 Haushaltstheorie: Optimale Konsumwahl
 - 3.2 Produktionstheorie: Optimale Unternehmensentscheidungen
4. Marktformen und Marktverhalten
 - 4.1 Vollkommene Konkurrenz
 - 4.2 Monopol
 - 4.3 Oligopol
 - 4.4 Monopolistische Konkurrenz

5. Marktversagen
- 5.1 Externe Effekte
 - 5.2 Öffentliche Güter
 - 5.3 Natürliche Monopole
 - 5.4 Asymmetrische Information

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Mankiw, G./Taylor, M. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 7. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Viscusi, K.W./Vernon, J.M./Harrington, J.E. (2018): Economics of Regulation and Antitrust. 5th Ed. Cambridge, Mass.
- Shy, O. (1995): Industrial Organization, Cambridge, Mass.
- Pyndick, R. S./Rubinfeld, D. L. (2018): Mikroökonomie. 9. Auflage, Pearson Studium, München.
- Varian, H. (2016): Grundzüge der Mikroökonomik. 9. Auflage, De Gruyter/ Oldenbourg, München/Wien.

DLBOUM01-01

Statistik

Modulcode: BSTA-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Cordula Kreuzenbeck

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Statistik (BSTA01-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Auswertungsmethoden eindimensionaler Daten Auswertungsmethoden zweidimensionaler Daten Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung Spezielle Wahrscheinlichkeitsverteilungen Stichproben Statistische Schätzverfahren Hypothesentests Lineare Regression

Qualifikationsziele des Moduls**Statistik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Daten tabellarisch und grafisch aufzubereiten und darzustellen.
- Daten und ihre Lage- sowie Streuungsmaße zu analysieren und zu interpretieren.
- zu erkennen, wie zwei Variablen zusammenhängen, und diesen Zusammenhang zu analysieren.
- reale Gegebenheiten wahrscheinlichkeitstheoretisch zu beschreiben und quantitativ auszuwerten.
- die wichtigsten Wahrscheinlichkeitsverteilungen zu nennen und sie auf reale Probleme anzuwenden.
- Zahlenmaterial einer Stichprobe als Grundlage für Rückschlüsse auf Phänomene in der Grundgesamtheit zu nutzen.
- statistische Testverfahren durchzuführen und die Ergebnisse auszuwerten.
- Regressionen durchzuführen und die Ergebnisse zu interpretieren.
- aufbereitete Statistiken bzw. statistische Analysen einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Methoden.

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management.

Statistik

Kurscode: BSTA01-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Methoden
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Der Begriff „Statistik“ beschreibt i.d.R. zwei Phänomene: (i) die tabellarische und/oder grafische Aufbereitung von Daten und (ii) statistische Methoden, die verwendet werden, um Daten zu erheben, aufzubereiten und daraus Schlüsse zu ziehen. Daraus geht unmittelbar hervor, dass die Konfrontation mit Statistik allgegenwärtig ist – ob im Studium, in dem z.B. statistische Methoden in verwandten Kursen oder in Bachelor-Arbeiten Anwendung finden, oder im beruflichen Alltag, in dem z.B. Manager täglich mit statistischen Auswertungen konfrontiert sind, die sie verstehen und interpretieren müssen. Ziel des Kurses ist es daher, die wesentlichsten Elemente statistischer Verfahren zu vermitteln. Methodisch umfasst der Kurs zwei Schritte. Erstens werden theoretische Grundlagen zu den einzelnen statistischen Verfahren dargelegt und diese anhand von kleineren Beispielen und (interaktiven) Illustrationen vertieft. Zweitens werden die erlernten Methoden anhand von Anwendungsfällen einstudiert. Inhaltlich gliedert sich der Kurs in drei Teile. Die beschreibende (oder deskriptive) Statistik befasst sich mit unterschiedlichen Darstellungsformen von Daten. Die Wahrscheinlichkeitsrechnung dient vor allem als Grundlage für die schließende Statistik (oder Inferenzstatistik), bei der der Versuch unternommen wird, aus einer sog. Stichprobe Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit zu ziehen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Daten tabellarisch und grafisch aufzubereiten und darzustellen.
- Daten und ihre Lage- sowie Streuungsmaße zu analysieren und zu interpretieren.
- zu erkennen, wie zwei Variablen zusammenhängen, und diesen Zusammenhang zu analysieren.
- reale Gegebenheiten wahrscheinlichkeitstheoretisch zu beschreiben und quantitativ auszuwerten.
- die wichtigsten Wahrscheinlichkeitsverteilungen zu nennen und sie auf reale Probleme anzuwenden.
- Zahlenmaterial einer Stichprobe als Grundlage für Rückschlüsse auf Phänomene in der Grundgesamtheit zu nutzen.
- statistische Testverfahren durchzuführen und die Ergebnisse auszuwerten.
- Regressionen durchzuführen und die Ergebnisse zu interpretieren.
- aufbereitete Statistiken bzw. statistische Analysen einer kritischen Würdigung zu unterziehen.

Kursinhalt

1. Einführung
 - 1.1 Gegenstand der Statistik
 - 1.2 Grundbegriffe der Statistik
 - 1.3 Ablauf statistischer Untersuchungen
2. Auswertungsmethoden eindimensionaler Daten
 - 2.1 Häufigkeitsverteilungen
 - 2.2 Lagemaße
 - 2.3 Streuungsmaße
3. Auswertungsmethoden zweidimensionaler Daten
 - 3.1 Streuungsdiagramm und Kontingenztafel
 - 3.2 Korrelationsmaße
4. Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung
 - 4.1 Zufallsexperimente und Ereignisse
 - 4.2 Wahrscheinlichkeit von Ereignissen
 - 4.3 Zufallsvariablen und ihre Verteilung
5. Spezielle Wahrscheinlichkeitsverteilungen
 - 5.1 Normalverteilung
 - 5.2 t-Verteilung

6. Stichproben
 - 6.1 Stichprobenziehung
 - 6.2 Stichprobenfunktionen
 - 6.3 Stichprobenverteilungen
7. Statistische Schätzverfahren
 - 7.1 Punktschätzung
 - 7.2 Intervallschätzung
8. Hypothesentests
 - 8.1 Methodik
 - 8.2 Erwartungswert-Test bei bekannter Standardabweichung (z-Test)
 - 8.3 Erwartungswert-Test bei unbekannter Standardabweichung (t-Test)
9. Lineare Regression
 - 9.1 Regressionsgerade
 - 9.2 Qualitätsbeurteilung
 - 9.3 Anwendungen

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bamberg, G./ Baur, F./ Krapp, M. (2017a): Statistik. Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler. 18. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin.
- Bamberg, G./ Baur, F./ Krapp, M. (2017b): Statistik-Arbeitsbuch. Übungsaufgaben – Fallstudien – Lösungen. 10. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, Berlin.
- Bortz, J./ Schuster, C. (2016): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. 7. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Bühner, M./ Ziegler, M. (2017): Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Grundlagen und Umsetzung mit SPSS und R. 2. Auflage, Pearson, München.
- Eckstein, P. P. (2012): Klausurtraining Statistik: Deskriptive Statistik - Stochastik - Induktive Statistik Mit kompletten Lösungen. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schira, J. (2016): Statistische Methoden der VWL und BWL. Theorie und Praxis. 5. Auflage, Pearson, München.
- Schwarze, J. (2013a): Aufgabensammlung zur Statistik. 7. Auflage, NWB, Berlin.
- Schwarze, J. (2013b): Grundlagen der Statistik, Band 2: Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik. 10. Auflage, NWB, Berlin.
- Schwarze, J. (2014): Grundlagen der Statistik, Band 1: Beschreibende Verfahren. 12. Auflage, NWB, Berlin.
- Wewel, M. C. (2014): Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. Methoden, Anwendung, Interpretation. 3. Auflage, Pearson, München.

Supply-Chain-Management I

Modulcode: BWSC1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Tobias Specker
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Supply Chain Management I (BWSC01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Historische und terminologische Aspekte zum SCM-Konzept Entstehungsmotive von unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsnetzwerken Gestaltungsprinzipien und Effekte von Wertschöpfungsnetzwerken Logistische Kernprozesse und SCM Informationstechnische Aspekte des SCM-Konzeptes Koordination und Kollaboration der Netzwerkpartner Branchenspezifische Lösungen des SCM

Qualifikationsziele des Moduls**Supply Chain Management I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsprozesse zu erklären.
- gängige Konzepte zur Modellierung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsprozesse zu erklären.
- die dynamischen Effekte in Supply Chains zu erläutern und deren Ursache bzw. Wirkungseffekte zu systematisieren.
- wichtige theoretische Konzepte zur Beschreibung der Merkmale und Herausforderungen unternehmensübergreifender Wertschöpfungsprozesse zu skizzieren.
- die im Kontext des Supply Chain Managements gängigen Zugänge und Problemkategorien zu erklären.
- wichtige Referenz- und/oder Managementmodelle zur Konkretisierung von Supply Chain Systemen zu benennen.
- wichtige Rollen und Aufgaben im SCM-Netzwerk zu erläutern.
- das Koordinationsproblem des SCM die diesbezüglich gängigen Lösungsansätze zu beschreiben.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Supply Chain Management I

Kurscode: BWSC01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>SCM erweist sich aus theoretischer wie praktischer Sicht als ein überaus facettenreiches Konstrukt. Ein problemadäquates Verständnis der Problemdimensionen und Wirkungsweisen (globaler) unternehmensübergreifender Wertschöpfungsnetzwerke bedingt einen mehrdimensionalen Zugang. Dessen Ausgangspunkt bildet die Beschäftigung mit logistischen Prozessen. Das darin nach modernen Maßstäben angestrebte Denken in Prozessen, Strömen und Netzwerken bildet eine wichtige Basis des SCM. Auf der Grundlage eines solchen Zugangs sollen die Studierenden in grundsätzlicher Weise mit dem SCM-Konzept vertraut gemacht werden. Unter dem Gesichtspunkt einer ganzheitlichen Betrachtung erweist es sich ferner als sinnvoll, neben den logistischen Herausforderungen dieses Konzeptes eine Reihe weiterer typischer Problemfelder zu beleuchten. Dies betrifft zum einen die informationstechnischen Aspekte des SCM (bspw. also APS-Systeme), zum anderen Fragen der Kollaboration und Koordination der Netzwerkpartner. Vervollständigt wird dieser Abriss schließlich mit der Betrachtung ausgewählter branchenspezifischer SCM-Lösungen (bspw. also ECR oder VMI).</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsprozesse zu erklären.
- gängige Konzepte zur Modellierung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsprozesse zu erklären.
- die dynamischen Effekte in Supply Chains zu erläutern und deren Ursache bzw. Wirkungseffekte zu systematisieren.
- wichtige theoretische Konzepte zur Beschreibung der Merkmale und Herausforderungen unternehmensübergreifender Wertschöpfungsprozesse zu skizzieren.
- die im Kontext des Supply Chain Managements gängigen Zugänge und Problemkategorien zu erklären.
- wichtige Referenz- und/oder Managementmodelle zur Konkretisierung von Supply Chain Systemen zu benennen.
- wichtige Rollen und Aufgaben im SCM-Netzwerk zu erläutern.
- das Koordinationsproblem des SCM die diesbezüglich gängigen Lösungsansätze zu beschreiben.

Kursinhalt

1. Grundsätzliches zum Supply Chain-Konzept
 - 1.1 Terminologische und konzeptionelle Grundlagen
 - 1.2 Supply Chain-Typologie nach Otto
 - 1.3 Supply Chain-Typologie nach Bechtel/Jayaram
 - 1.4 Dynamische Aspekte von Supply Chains
2. Ausgewählte theoretische Konzepte zum Supply Chain-Konzept
 - 2.1 Neue Institutionenökonomik
 - 2.2 Spieltheorie
 - 2.3 Netzwerksansatz
 - 2.4 Sonstige theoretische Zugänge
3. Supply Chain Management
 - 3.1 Grundsätzliches zu Zielen und Spannweite des SCM
 - 3.2 Populäre Problemfelder des SCM
 - 3.3 Supply Chain Management als Evolutionsstufe der Logistik
 - 3.4 Supply Chain Management als Kooperationsmanagement
4. SCM-Modell
 - 4.1 Grundsätzliches zum Begriff SCM-Modelle
 - 4.2 SCOR-Modell
 - 4.3 SCM-Aufgabenmodell

5. SCM als Koordinationsproblem
 - 5.1 Grundsätzliches zum Koordinationsbegriff
 - 5.2 Koordinationskonzepte, -kontext und -perspektiven des SCM
 - 5.3 Koordinationsinstrumente

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Arndt, H. (2018): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Beckmann, H. (2012): Prozessorientiertes Supply Chain Engineering. Strategien, Konzepte und Methoden zur modellbasierten Gestaltung. Gabler-Verlag | Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Heiserich, O.E./Helbig, K./Ullmann, W. (2011): Logistik. Eine praxisorientierte Einführung. 4. Auflage, Gabler-Verlag | Springer Fachmedien, Wiesbaden 2011.
- Hungenberg, H. (2014): Strategisches Management in Unternehmen. Ziele-Prozesse-Verfahren. 8. Auflage, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2010): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8 Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2013): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Werner, H. (2013): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

BWSC01

Management und Logistik in der Produktion

Modulcode: DLBLOMLP

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Dr. Philippe Tufinkgi

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Management und Logistik in der Produktion (DLBLOISCM101)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Materialwirtschaft Produktionswirtschaft Produktionslogistik Produktionsmanagement

Qualifikationsziele des Moduls

Management und Logistik in der Produktion

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Materialwirtschaft in ihrer Bedeutung zur Erreichung übergeordneter Unternehmensziele einzuordnen.
- die Ziele und Aufgaben der Materialwirtschaft zu benennen sowie eingesetzte Methoden und Verfahren anzuwenden.
- die verschiedenen Produktionstypen hinsichtlich ihrer wesentlichen Eigenschaften zu beschreiben und verbundene Fertigungsprinzipien zu charakterisieren.
- die Ziele und Voraussetzungen der Fertigungssegmentierung zu beschreiben, die Grundzüge des Simultaneous Engineering zu verstehen sowie Formen des Posponements zu unterscheiden.
- Grundprinzipien der Produktionslogistik zu verstehen und verschiedene Steuerungskonzepte der Produktionslogistik anzuwenden.
- die Prinzipien der Lean Production zu benennen und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- Gestaltungsanforderungen an Fabrikstandorte und Produktionsnetzwerke zu kennen.
- Bausteine eines Qualitätsmanagementsystems für die Produktion benennen zu können sowie Elemente und Instrumente des Produktionscontrollings einzuordnen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport & Logistik

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Management und Logistik in der Produktion

Kurscode: DLBLOISCM101

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über die verschiedenen Management- bzw. Aufgabenfelder der innerbetrieblichen Logistik produzierender Unternehmen. Neben der Einführung in die Gestaltungsanforderungen und -prinzipien der Produktion werden Konzepte der Produktionslogistik zur effizienten Steuerung des Materialflusses und der Produktionsprozesse thematisiert. Weiterhin werden die Grundzüge der Materialwirtschaft vorgestellt. Hierbei wird auf verschiedene Verfahren der Bestimmung und Optimierung materialwirtschaftlicher Größen und relevanter Einflussparameter eingegangen. Zudem lernen die Studierenden Methoden des Qualitätsmanagements und Gestaltungsansätze des Produktionscontrollings kennen.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Materialwirtschaft in ihrer Bedeutung zur Erreichung übergeordneter Unternehmensziele einzuordnen.
- die Ziele und Aufgaben der Materialwirtschaft zu benennen sowie eingesetzte Methoden und Verfahren anzuwenden.
- die verschiedenen Produktionstypen hinsichtlich ihrer wesentlichen Eigenschaften zu beschreiben und verbundene Fertigungsprinzipien zu charakterisieren.
- die Ziele und Voraussetzungen der Fertigungssegmentierung zu beschreiben, die Grundzüge des Simultaneous Engineering zu verstehen sowie Formen des Postponements zu unterscheiden.
- Grundprinzipien der Produktionslogistik zu verstehen und verschiedene Steuerungskonzepte der Produktionslogistik anzuwenden.
- die Prinzipien der Lean Production zu benennen und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- Gestaltungsanforderungen an Fabrikstandorte und Produktionsnetzwerke zu kennen.
- Bausteine eines Qualitätsmanagementsystems für die Produktion benennen zu können sowie Elemente und Instrumente des Produktionscontrollings einzuordnen.

Kursinhalt

1.
 - 1.1 Grundlagen der Materialwirtschaft
 - 1.1.1 Materialwirtschaft – Grundlagen und Begriffe
 - 1.1.2 Materialdisposition
 - 1.1.3 Bestellmengenoptimierung
 - 1.1.4 Losgrößenplanung
 - 1.1.5 Lagerhaltungskosten
 - 1.1.6 Kapazitätsterminierung
 - 1.1.7 Materialbestandsorientierte Konzepte
 - 1.2 Produktionswirtschaft
 - 1.2.1 Grundlagen und Begriffe
 - 1.2.2 Produktionstypen
 - 1.2.3 Fertigungsprinzipien
 - 1.2.4 Fertigungssegmentierung
 - 1.2.5 Simultaneous Engineering (SE)
 - 1.2.6 Postponement
 - 1.3 Produktionslogistik
 - 1.3.1 Ziele der Produktionslogistik
 - 1.3.2 Grundsätze der Produktionslogistik
 - 1.3.3 Just-in-time-Produktion
 - 1.3.4 Kanban in der Produktion
 - 1.3.5 Fortschrittskonzept
 - 1.3.6 Belastungsorientierte Auftragsfreigabe (BOA)
 - 1.3.7 Lean Production
 - 1.4 Produktionsmanagement
 - 1.4.1 Strategische Produktionsplanung
 - 1.4.2 Produktionsnetzwerke
 - 1.4.3 TQM in der Produktion
 - 1.4.4 Produktionscontrolling
 - 1.4.5 Leitstandsysteme

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Günther, H.-O./Tempelmeier, H. (2009): Produktion und Logistik. 8. Auflage, Springer, Heidelberg/Berlin.
- Günther, H.-O./Tempelmeier, H. (2010): Übungsbuch Produktion und Logistik. 7. Auflage, Springer, Heidelberg/Berlin.
- Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kiener, S. et al. (2012): Produktions-Management. Grundlagen der Produktionsplanung und -steuerung. 10. Auflage, Oldenbourg, München.
- Steven, M. (2013): Einführung in die Produktionswirtschaft. Kohlhammer, Stuttgart.
- Wannenwetsch, H./Comperl, P./Illgner, E. (2010): Integrierte Materialwirtschaft und Logistik. Beschaffung, Logistik, Materialwirtschaft und Produktion. 4. Auflage, Springer, Heidelberg/Berlin.
- Wöhe, G./Döring, U.: (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München.

Entwurf und Planung logistischer Systeme

Modulcode: DLBLOEPLS

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Entwurf und Planung logistischer Systeme (DLBLOEPLS01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Systemplanung Beschaffungs- und Distributionslogistik Intralogistik Standort- und Konfigurationsplanung Modellierung und Simulation logistischer Systeme Materialflusssysteme

<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Entwurf und Planung logistischer Systeme</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elemente und Strukturen intralogistischer und überbetrieblicher Logistiksysteme zu benennen und zu erläutern. ▪ die Vorgehensweise bei der Planung logistischer Systeme zu kennen und für spezifische Planungsprobleme anzuwenden. ▪ grundlegende Modellierungs-, Analyse- und Planungstechniken der mathematischen Optimierung zu kennen und auf ausgewählte Problemstellungen der Standort- und Transportplanung sowie der Konfiguration von Materialflusssystemen anzuwenden. ▪ eine modellgestützte Entwurfsplanung für betriebliche Logistiksysteme in Beschaffung, Produktion und Distribution durchzuführen. ▪ Grundlagen der Simulation logistischer Systeme und der betrieblichen Anwendung zu kennen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Transport und Logistik</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik</p>

Entwurf und Planung logistischer Systeme

Kurscode: DLBLOEPLS01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Beschreibung des Kurses
<p>Im Mittelpunkt dieses Kurses steht die modellgestützte Planung logistischer Systeme. Hierzu werden einleitend die zentralen Elemente und Grundstrukturen logistischer Systeme und die einzelnen Schritte des Planungsprozesses logistischer Systeme erläutert. Beginnend mit der betrieblichen Standortplanung werden Verfahren der mathematischen Optimierung zur Lösung von Entscheidungs- bzw. Planungsaufgaben bei überbetrieblichen Logistiksystemen vorgestellt und angewendet, die im Weiteren anhand der Transport- und Tourenplanung vertieft werden. Im Vordergrund der anschließenden Betrachtung intralogistischer Systeme steht die Konfigurationsplanung von Förder- und Lagersystemen. Abschließend werden Grundzüge der Simulation logistischer Systeme und deren betriebliche Anwendung thematisiert.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Elemente und Strukturen intralogistischer und überbetrieblicher Logistiksysteme zu benennen und zu erläutern.
- die Vorgehensweise bei der Planung logistischer Systeme zu kennen und für spezifische Planungsprobleme anzuwenden.
- grundlegende Modellierungs-, Analyse- und Planungstechniken der mathematischen Optimierung zu kennen und auf ausgewählte Problemstellungen der Standort- und Transportplanung sowie der Konfiguration von Materialflusssystemen anzuwenden.
- eine modellgestützte Entwurfsplanung für betriebliche Logistiksysteme in Beschaffung, Produktion und Distribution durchzuführen.
- Grundlagen der Simulation logistischer Systeme und der betrieblichen Anwendung zu kennen.

Kursinhalt

1. Grundlagen zu Logistiksystemen
 - 1.1 Elemente logistischer Systeme
 - 1.2 Grundstrukturen logistischer Systeme
 - 1.3 Intralogistische und außerbetriebliche Logistiksysteme
2. Planung logistischer Systeme – Vorgehensweise und Methodik
 - 2.1 Prinzipielle Vorgehensweise
 - 2.2 Zielplanung
 - 2.3 Planungsgrundlagen und Analyseverfahren
 - 2.4 Entwurf und Gestaltung
 - 2.5 Modellierung und Simulation
 - 2.6 Bewertung von Lösungen
3. Betriebliche Standortplanung
 - 3.1 3.1 Grundlagen der betrieblichen Standortplanung
 - 3.2 3.2 Warehouse- und Hub-Location-Probleme
 - 3.3 3.3. Zentren von Graphen und Zentrenprobleme
 - 3.4 3.4 Standortplanung in der Ebene
4. Transport- und Tourenplanung
 - 4.1 Überblick
 - 4.2 Transportplanung
 - 4.3 Tourenplanung
 - 4.4 Software zur Transport- und Tourenplanung

5. Konfigurationsplanung von Materialflusssystemen
 - 5.1 Konfigurationsplanung von Fördersystemen
 - 5.2 Konfigurationsplanung von Lagersystemen
6. Simulation logistischer Systeme
 - 6.1 Grundlagen und Begriffsbestimmungen
 - 6.2 Simulationswerkzeuge
 - 6.3 Vorgehensweise bei der Simulation
 - 6.4 Anwendung im betrieblichen Umfeld

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Furmans, K./ Kilger, C. (2018): Betrieb von Logistiksystemen. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Krampe, H./ Lucke, H.J./ Schenk, M. (2012): Grundlagen der Logistik, Theorie und Praxis logistischer Systeme. 4., erweiterte Auflage, Huss-Verlag, München.
- Pfohl H.-C. (2018): Logistik-Systeme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen. Springer, Berlin.
- Tempelmeier, H. (2018): Planung logistischer Systeme. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Tempelmeier, H. (2018): Modellierung logistischer Systeme. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Lasch, R./ Janker C. G. (2017): Übungsbuch Logistik. Aufgaben und Lösungen zur quantitativen Planung in Beschaffung, Produktion und Distribution. 4., aktualisierte und erweiterte Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- ten Hompel M./ Schmidt, T./ Dregger J. (2018): Materialflusssysteme: Förder- und Lagertechnik. Springer, Berlin.

DLBLOEPLS01

4. Semester

Investition und Finanzierung

Modulcode: DLBLOFUI-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Jessica Hastenteufel
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Investition und Finanzierung (DLBLOFUI01-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Einführung in die Investitionstheorie Methoden der Investitionsrechnung Einführung in die Finanzierung Kennzahlen Langfristige Finanzplanung Fremdkapitalfinanzierung Eigenkapitalfinanzierung

<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Investition und Finanzierung</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die fundamentalen Grundlagen der Investitionsrechnung wiederzugeben. ▪ einschlägige Fachbegriffe im Gebiet der Investitionstheorie, insbesondere die Unterscheidung von statischen und dynamischen Verfahren, zu erklären. ▪ die wichtigsten Verfahren der Investitionsrechnung selbstständig anzuwenden. ▪ bestimmte Investitionsprojekte zu beurteilen und aus einer Mehrzahl an Gestaltungsalternativen gegenüber anderen auszuwählen. ▪ die einschlägigen Fachbegriffe im Gebiet der Finanzierung, insbesondere die Unterscheidung von Eigen- und Fremdfinanzierung sowie die Außen- und Innenfinanzierung, zu erläutern. ▪ das Zusammenspiel von Unternehmen und Kapitalmärkten bei der Finanzierung von Kapitalgesellschaften zu verstehen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management</p>

Investition und Finanzierung

Kurscode: DLBLOFUI01-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Finanzen & Steuern
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Die Studierenden widmen sich im ersten Teil dieses Kurses der Investitionsseite und damit der Frage der Analyse und Generierung finanzwirtschaftlicher Werte. Behandelt werden zunächst die Grundlagen, Annahmen und Ziele der Investitionstheorie sowie deren Anwendung im praktischen Kontext. Eine Abgrenzung von statischen und dynamischen Verfahren dient der grundsätzlichen Einordnung der Methoden, wobei der Fokus auf den dynamischen Verfahren liegt. Gegenstand der Investitionsanalyse ist die wirtschaftliche Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Zahlungsströmen, welche aus unternehmerischen Entscheidungen jedweder Art resultieren können. Dafür werden die einschlägigen Verfahren detailliert vorgestellt und deren Anwendung eingeübt. Die Studierenden erlernen in diesem Kurs zudem die fundamentalen Grundlagen der Finanzierung von Unternehmen. Sie lernen die einschlägigen Fachbegriffe im Gebiet der Finanzierung kennen und verstehen das Zusammenspiel von Unternehmen und Kapitalmärkten bei der Finanzierung von Kapitalgesellschaften durch Eigen- und Fremdkapital. Der Kurs geht auf die zentrale Bedeutung der Finanzberichterstattung für die Informationsbeschaffung von Investoren ein und beinhaltet die Methoden der langfristigen Finanzplanung.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fundamentalen Grundlagen der Investitionsrechnung wiederzugeben.
- einschlägige Fachbegriffe im Gebiet der Investitionstheorie, insbesondere die Unterscheidung von statischen und dynamischen Verfahren, zu erklären.
- die wichtigsten Verfahren der Investitionsrechnung selbstständig anzuwenden.
- bestimmte Investitionsprojekte zu beurteilen und aus einer Mehrzahl an Gestaltungsalternativen gegenüber anderen auszuwählen.
- die einschlägigen Fachbegriffe im Gebiet der Finanzierung, insbesondere die Unterscheidung von Eigen- und Fremdfinanzierung sowie die Außen- und Innenfinanzierung, zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen und Kapitalmärkten bei der Finanzierung von Kapitalgesellschaften zu verstehen.

Kursinhalt

1. Einführung in die Investitionstheorie
 - 1.1 Der Investitionsbegriff
 - 1.2 Die Investitionsentscheidung
 - 1.3 Die Ziele des Investors
 - 1.4 Die Daten und die Datenbeschaffung
 - 1.5 Methoden der Investitionsrechnung
2. Statische Verfahren der Investitionsrechnung
 - 2.1 Kostenvergleichsrechnung
 - 2.2 Gewinnvergleichsrechnung
 - 2.3 Rentabilitätsvergleichsrechnung
 - 2.4 Statische Amortisationsrechnung
3. Kapitalwertmethode
 - 3.1 Grundlagen
 - 3.2 Anwendung
 - 3.3 Entscheidungskalkül
 - 3.4 Prämissen
 - 3.5 Bewertung und Anwendung
4. Die Methode des internen Zinssatzes
 - 4.1 Grundlagen
 - 4.2 Anwendung
 - 4.3 Entscheidungskalkül
 - 4.4 Prämissen
 - 4.5 Bewertung und Anwendung

5. Annuitätenmethode und Amortisationsrechnung
 - 5.1 Annuitätenmethode
 - 5.2 Dynamische Amortisationsrechnung
6. Einführung in die Finanzierung
 - 6.1 Die Rolle des Finanzmanagements
 - 6.2 Ziele des Finanzmanagements
 - 6.3 Die Rolle der Kapitalmärkte
7. Finanzkennzahlen
 - 7.1 Einführung
 - 7.2 Investitionskennzahlen
 - 7.3 Finanzierungskennzahlen
 - 7.4 Liquiditätskennzahlen
 - 7.5 Rentabilitätskennzahlen
 - 7.6 Marktwertkennzahlen
8. Langfristige Finanzplanung
 - 8.1 Eigenkapital versus Fremdkapital
 - 8.2 Externe versus interne Finanzierungsquellen
 - 8.3 Langfristige Finanzplanung im Unternehmen
 - 8.4 Finanzierung und Wachstum
9. Festverzinsliche Wertpapiere und Anleihemärkte
 - 9.1 Anleihen
 - 9.2 Die Bewertung von Anleihen
 - 9.3 Ratings
 - 9.4 Anleihemärkte
10. Eigenkapitalinstrumente und Aktienmärkte
 - 10.1 Aktien
 - 10.2 Aktienmärkte und die Funktionsweise von Börsen
11. Kapitalstrukturpolitik
 - 11.1 Kapitalstrukturpolitik

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Becker, H.P./Peppmaier, A. (2018): Investition und Finanzierung: Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, 8. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden.
- Bieg, H./Waschbusch, G./Kußmaul, H. (2016): Investition. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Bitz, M./Ewert, J./Terstege, U. (2018): Investition. Multimediale Einführung in finanzmathematische Entscheidungskonzepte. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Blohm, H./Lüder, K./Schaefer, C. (2013): Investition. Schwachstellenanalyse des Investitionsbereichs und Investitionsrechnung. 10. Auflage, Vahlen, München.
- Bösch, M. (2019): Finanzwirtschaft. Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung. 4. Auflage, Vahlen, München.
- Brealy, R.A. et al. (2020): Principles of Corporate Finance, 13. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Brigham, E.F./Ehrhardt, M.C. (2020): Financial Management. Theory & Practice, 16. Auflage, Cengage, London.
- Burger, A./Keipinger, P. (2016): Investitionsrechnung. Grundlagen, Beispiele, Übungsaufgaben mit Musterlösungen. Vahlen, München.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. 4. Auflage, Pearson, München.
- Däumler, K.-D./Grabe, J. (2014): Grundlagen der Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung. Aufgaben und Lösungen. Testklausur. Checklisten. Tabellen für die finanzmathematischen Faktoren. 13. Auflage, NWB, Herne.
- Götze, U. (2014): Investitionsrechnung. Modelle und Analysen zur Beurteilung von Investitionsvorhaben. 7. Auflage, Springer Gabler, Berlin/Heidelberg.
- Kruschwitz, L. (2019): Investitionsrechnung. 15. Auflage, De Gruyter Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2019): Investition. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2017): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage, Vahlen, München.
- Volkart, R./Wagner, A. F. (2018): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 7. Auflage, Versus, Zürich.
- Vollmuth, H./Zwettler, R. (2019): Kennzahlen, 4. Auflage, Haufe, München.
- Wöhe G. et al. (2013): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 11. Auflage, Vahlen, München.

DLBLOFUI01-01

Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen

Modulcode: DLBIHK

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Jürgen Matthias Seeler
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen (DLBIHK01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

- In diesem Kurs erwerben die Studierenden das nötige Wissen, um interkulturelle Handlungskompetenzen sowie aktuelle Entwicklungen zu den Themen Diversity und Ethik zu verstehen. Die Studierenden verstehen, wie sie Lernprozesse zur Entwicklung der in diesen Bereichen wichtigen Kompetenzen systematisch planen und durchführen. Dazu werden zunächst wichtige Begriffe geklärt und voneinander abgegrenzt. Der Kulturaspekt wird aus verschiedenen Perspektiven erklärt. Zudem lernen Studierende, dass Kulturfragen auf unterschiedlichen Ebenen relevant sind, etwa innerhalb eines Staates, in einem Unternehmen und auch in jeder anderen Gruppe. In diesem Kontext erkennen die Studierenden auch den Zusammenhang zwischen Ethik und Kultur mit verschiedenen Interdependenzen. Auf der Grundlage dieses Wissens werden die Studierenden dann mit den unterschiedlichen Möglichkeiten und Potenzialen interkulturellen und ethischen Lernens und Arbeitens vertraut gemacht. Anhand von Praxisfällen werden die erlernten Zusammenhänge in ihrer Bedeutung für den heutigen Arbeitskontext in vielen Unternehmen deutlich gemacht. Die Studierenden bearbeiten sodann eine Fallstudie, in der das erworbene Wissen systematisch angewendet wird.

Qualifikationsziele des Moduls**Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Begriffe in den Bereichen Interkulturalität, Diversity und Ethik zu erklären.
- unterschiedliche Erklärungsmuster von Kultur voneinander abzugrenzen.
- Kultur auf verschiedenen Ebenen zu begreifen.
- Prozesse interkulturellen Lernens und Arbeitens zu planen.
- die Interdependenzen von Kultur und Ethik zu verstehen.
- eine Fallstudie zur interkulturellen Handlungskompetenz selbständig zu bearbeiten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Das Modul ist eigenständig. Es liefert Grundlagenkenntnisse für alle weiteren Module.

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Studiengänge des IUBH-Fernstudiums

Interkulturelle und ethische Handlungskompetenzen

Kurscode: DLBIHK01

Kursart Fallstudie	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Methoden
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Beschreibung des Kurses
<p>In diesem Kurs erwerben die Studierenden das nötige Wissen, um interkulturelle Handlungskompetenzen sowie aktuelle Entwicklungen zu den Themen Diversity und Ethik zu verstehen. Die Studierenden verstehen, wie sie Lernprozesse zur Entwicklung der in diesen Bereichen wichtigen Kompetenzen systematisch planen und durchführen. Dazu werden zunächst wichtige Begriffe geklärt und voneinander abgegrenzt. Der Kulturaspekt wird aus verschiedenen Perspektiven erklärt. Zudem lernen Studierende, dass Kulturfragen auf unterschiedlichen Ebenen relevant sind, etwa innerhalb eines Staates, in einem Unternehmen und auch in jeder anderen Gruppe. In diesem Kontext erkennen die Studierenden auch den Zusammenhang zwischen Ethik und Kultur mit verschiedenen Interdependenzen. Auf der Grundlage dieses Wissens werden die Studierenden dann mit den unterschiedlichen Möglichkeiten und Potenzialen interkulturellen und ethischen Lernens und Arbeitens vertraut gemacht. Anhand von Praxisfällen werden die erlernten Zusammenhänge in ihrer Bedeutung für den heutigen Arbeitskontext in vielen Unternehmen deutlich gemacht. Die Studierenden bearbeiten sodann eine Fallstudie, in der das erworbene Wissen systematisch angewendet wird.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Begriffe in den Bereichen Interkulturalität, Diversity und Ethik zu erklären.
- unterschiedliche Erklärungsmuster von Kultur voneinander abzugrenzen.
- Kultur auf verschiedenen Ebenen zu begreifen.
- Prozesse interkulturellen Lernens und Arbeitens zu planen.
- die Interdependenzen von Kultur und Ethik zu verstehen.
- eine Fallstudie zur interkulturellen Handlungskompetenz selbständig zu bearbeiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen interkultureller und ethischer Handlungskompetenz
 - 1.1 Gegenstandsbereiche, Begriffe und Definitionen
 - 1.2 Relevanz interkulturellen und ethischen Handelns
 - 1.3 Interkulturelles Handeln – Diversity, Globalisierung, Ethik
2. Kulturkonzepte
 - 2.1 Hofstede's Kulturdimensionen
 - 2.2 Kulturdifferenzierung nach Hall
 - 2.3 Locus-of-Control-Konzept nach Rotter
3. Kultur und Ethik
 - 3.1 Ethik – Grundbegriffe und Konzepte
 - 3.2 Interdependenz von Kultur und Ethik
 - 3.3 Ethische Konzepte in verschiedenen Regionen der Welt
4. Aktuelle Themen im Bereich Interkulturalität, Ethik und Diversity
 - 4.1 Digital Ethics
 - 4.2 Gleichberechtigung und Gleichstellung
 - 4.3 Social Diversity
5. Interkulturelles Lernen und Arbeiten
 - 5.1 Akkulturation
 - 5.2 Lernen und Arbeiten in interkulturellen Arbeitsgruppen
 - 5.3 Strategien zum Umgang mit kulturell geprägten Konflikten
6. Fallbeispiele für kulturelle und ethische Konflikte
 - 6.1 Fallbeispiel Interkulturalität
 - 6.2 Fallbeispiel Diversity
 - 6.3 Fallbeispiel Interkulturalität und Ethik

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Emrich, C. (2011): Interkulturelles Management: Erfolgsfaktoren im globalen Business. Kohlhammer-Verlag, Stuttgart/Berlin/Köln.
- Erll, A./Gymnich, M. (2015): Uni-Wissen Interkulturelle Kompetenzen: Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen – Kernkompetenzen. 4. Auflage, Klett Lerntraining, Stuttgart.
- Eß, O. (2010): Das Andere lehren: Handbuch zur Lehre Interkultureller Handlungskompetenz. Waxmann Verlag, Münster.
- Hofstede, G./ Hofstede, G. J./Minkov, M. (2017): Lokales Denken, globales Handeln Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. 6. Auflage, Beck, München.
- Leenen, W.R./Groß, A. (2018): Handbuch Methoden Interkultureller Bildung und Weiterbildung. Verlag Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- Thomas, A. (2011): Interkulturelle Handlungskompetenz. Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft. Gabler-Verlag, Wiesbaden.

DLBIHK01

Data Analytics und Big Data

Modulcode: DLBINGDABD

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende				
Selbststudium 110 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Ralf Kneuper
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Data Analytics und Big Data (DLBINGDABD01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Einführung in die Analyse von Daten Statistische Grundlagen Data Mining Big Data-Methoden und Technologien Rechtliche Aspekte der Datenanalyse Lösungsszenarien Anwendung von Big Data in der Industrie

Qualifikationsziele des Moduls

Data Analytics und Big Data

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen Informationen und Daten zu unterscheiden und die Bedeutung dieser Begriffe für die Entscheidungsfindung wiederzugeben.
- die Big Data-Problematik, insbesondere im Zusammenhang mit dem Internet of Things, herzuleiten und anhand von Beispielen zu beschreiben.
- Grundlagen aus der Statistik, die für die Analyse großer Datenbestände notwendig sind zu erläutern.
- den Prozess des Data Mining nachzuvollziehen und verschiedene Methoden darin einzuordnen.
- ausgewählte Methoden und Technologien einzuordnen, die im Big Data-Kontext angewendet werden und sie an einfachen Beispielen anzuwenden.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Anwendung der Datenanalyse in Deutschland sowie international zu kategorisieren.
- die besonderen Chancen und Herausforderungen der Anwendung von Big Data-Analysen in der Industrie zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Data Science & Artificial Intelligence

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Data Analytics und Big Data

Kurscode: DLBINGDABD01

Kursart Fallstudie	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Data Science & Artificial Intelligence
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Ziel des Kurses ist es, die Studierenden mit ausgewählten Methoden und Techniken der Datenanalyse im Kontext stetig wachsender, heterogener Datenmengen vertraut zu machen. Hierzu wird zunächst die grundsätzliche Relevanz von Big Data-Methoden anhand der historischen Entwicklung der Datenbestände motiviert. Entscheidend ist hier unter anderem die kontinuierliche Belieferung der Systeme mit Sensordaten aus dem Internet of Things. Es folgt eine kurze Einführung in die wesentlichen statistischen Grundlagen, bevor die einzelnen Schritte des Data Mining-Prozess thematisiert werden. In Abgrenzung zu diesen klassischen Verfahren werden dann ausgewählte Methoden vorgestellt, mit denen Datenbestände im Big Data-Kontext analysierbar gemacht werden können. Weil die Datenanalyse bestimmten gesetzlichen Rahmenbedingungen unterliegt, werden in diesem Kurs zudem rechtliche Aspekte wie der Datenschutz behandelt. Der Kurs schließt mit einem Überblick über den Praxiseinsatz von Big Data-Methoden und - Werkzeugen. Hierbei werden insbesondere die Anwendungsfelder im industriellen Kontext beleuchtet.</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen Informationen und Daten zu unterscheiden und die Bedeutung dieser Begriffe für die Entscheidungsfindung wiederzugeben.
- die Big Data-Problematik, insbesondere im Zusammenhang mit dem Internet of Things, herzuleiten und anhand von Beispielen zu beschreiben.
- Grundlagen aus der Statistik, die für die Analyse großer Datenbestände notwendig sind zu erläutern.
- den Prozess des Data Mining nachzuvollziehen und verschiedene Methoden darin einzuordnen.
- ausgewählte Methoden und Technologien einzuordnen, die im Big Data-Kontext angewendet werden und sie an einfachen Beispielen anzuwenden.
- die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Anwendung der Datenanalyse in Deutschland sowie international zu kategorisieren.
- die besonderen Chancen und Herausforderungen der Anwendung von Big Data-Analysen in der Industrie zu erläutern.

Kursinhalt

1. Einführung in die Analyse von Daten
 - 1.1 Entscheidungen, Informationen, Daten
 - 1.2 Historische Entwicklung der Speicherung und Auswertung von Daten
 - 1.3 Big Data: Eigenschaften und Beispiele
 - 1.4 Datenanalyse
 - 1.5 Das Internet of Things als Treiber für Big Data
2. Statistische Grundlagen
 - 2.1 Deskriptive Datenanalyse
 - 2.2 Inferenzielle Datenanalyse
 - 2.3 Explorative Datenanalyse
 - 2.4 Multivariate Datenanalyse
3. Data Mining
 - 3.1 Knowledge Discovery in Databases
 - 3.2 Assoziationsanalyse
 - 3.3 Korrelationsanalyse
 - 3.4 Prognose
 - 3.5 Clusteranalyse
 - 3.6 Klassifikation

4. Big Data-Methoden und -Technologien
 - 4.1 Technologiebausteine
 - 4.2 MapReduce
 - 4.3 Text- und semantische Analyse
 - 4.4 Audio- und Videoanalyse
 - 4.5 BASE und NoSQL
 - 4.6 In-Memory-Datenbanken
 - 4.7 Big-Data-Erfolgsfaktoren
5. Rechtliche Aspekte der Datenanalyse
 - 5.1 Datenschutzgrundsätze in Deutschland
 - 5.2 Anonymisierung und Pseudonymisierung
 - 5.3 Internationale Datenanalyse
 - 5.4 Leistungs- und Integritätsschutz
6. Lösungsszenarien
7. Anwendung von Big Data in der Industrie
 - 7.1 Produktion und Logistik
 - 7.2 Effizienzsteigerungen in der Supply Chain
 - 7.3 Schlüsselfaktor Daten
 - 7.4 Beispiele und Fazit

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Brandt, S. (2013): Datenanalyse für Naturwissenschaftler und Ingenieure. Mit statistischen Methoden und Java-Programmen. 5. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Dorschel, J. (Hrsg.) (2015): Praxishandbuch Big Data. Wirtschaft – Recht – Technik. Springer Gabler Wiesbaden.
- Gandomi, A./Haider, M. (2015): Beyond the hype. Big data concepts, methods, and analytics. In: International Journal of Information Management, 35. Jg., Heft 2, S. 137–144.
- Provost, F./Fawcett, T. (2013): Data science for business. What You Need to Know About Data Mining and Data-Analytic Thinking. O'Reilly, Sebastopol (CA).
- Runkler, T. A. (2015): Data Mining. Modelle und Algorithmen intelligenter Datenanalyse. 2. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden .

Interkulturelles Management

Modulcode: DLBLOIM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Florian Hummel
--

Kurse im Modul
▪ Interkulturelles Management (DLBLOIM01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorien des interkulturellen Managements zu erinnern. ▪ Themenkomplexe und Diskussionen des interkulturellen Managements zu verstehen. ▪ das erarbeitete Wissen des interkulturellen Managements anzuwenden. ▪ Fakten, Daten und Informationen aus wissenschaftlichen Quellen systematisch zu analysieren. ▪ Argumente, Ideen, Informationen, Probleme und Lösungsansätze aus dem Themenbereich des interkulturellen Managements zu bewerten. ▪ kritische Argumente in Bezug auf Themenstellungen des interkulturellen Managements zu entwickeln. 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Interkulturelles Management</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Theorien des interkulturellen Managements zu erinnern. ▪ Themenkomplexe und Diskussionen des interkulturellen Managements zu verstehen. ▪ das erarbeitete Wissen des interkulturellen Managements anzuwenden. ▪ Fakten, Daten und Informationen aus wissenschaftlichen Quellen systematisch zu analysieren. ▪ Argumente, Ideen, Informationen, Probleme und Lösungsansätze aus dem Themenbereich des interkulturellen Managements zu bewerten. ▪ kritische Argumente in Bezug auf Themenstellungen des interkulturellen Managements zu entwickeln. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management</p>

Interkulturelles Management

Kurscode: DLBLOIM01

Kursart Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
-----------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 100 h	Tutorium 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Beschreibung des Kurses
Die Studierenden lernen die wichtigsten interkulturellen Disziplinen und Arbeitsbereiche kennen und erwerben Kenntnisse über relevante sozialwissenschaftliche, betriebswirtschaftliche und naturwissenschaftliche Rahmenbedingungen und Grundlagen. Dabei wird auch Bezug genommen auf die unterschiedlichen beruflichen Rollen, Pflichten und Handlungsspielräume in international agierenden Unternehmen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Theorien des interkulturellen Managements zu erinnern.
- Themenkomplexe und Diskussionen des interkulturellen Managements zu verstehen.
- das erarbeitete Wissen des interkulturellen Managements anzuwenden.
- Fakten, Daten und Informationen aus wissenschaftlichen Quellen systematisch zu analysieren.
- Argumente, Ideen, Informationen, Probleme und Lösungsansätze aus dem Themenbereich des interkulturellen Managements zu bewerten.
- kritische Argumente in Bezug auf Themenstellungen des interkulturellen Managements zu entwickeln.

Kursinhalt

1. Einführung und Übersicht
 - 1.1 Einordnung und Abgrenzung des Interkulturellen Managements
 - 1.2 Interkulturelles Management als Wissenschaft
2. Einführung in die Theorien des interkulturellen Managements
 - 2.1 Interkulturelle Kerntheorie
 - 2.2 Kultur und Psychologie
 - 2.3 Die Bedeutung von Kontext, Kultur, Religion und Sprache
 - 2.4 Kulturkonzepte von Hofstede, Trompenaars und GLOBE
3. Interkulturelles Management in der Wirtschaft
 - 3.1 Kultur und Globalisierung
 - 3.2 Internationale Kulturen und globale Trends
 - 3.3 Organisationskulturen bei KMUs und MNCs
 - 3.4 Fallbeispiele internationaler Verhandlungen
4. Personalmanagement in internationalen Unternehmen
 - 4.1 Grundlagen des Personalmanagements
 - 4.2 Funktionen des Personalmanagements
5. Innovationsmanagement in internationalen Unternehmen
 - 5.1 Grundlagen des Innovationsmanagements
 - 5.2 Strukturen und Prozesse des Innovationsmanagements

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Ahlstrom, D./Bruton, G. D. (2010): International Management. Strategy and Culture in the Emerging World. South-Western Cengage Learning, Boston.
- Geertz, C. (1987): Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Suhrkamp, Frankfurt a. M.
- Hofstede, G./Hofstede, G. J./Minkow, M. (2010): Cultures and Organizations. Software of the Mind. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. 3. Auflage, McGraw-Hill, New York City.
- Holden, N. J. (2002): Cross-Cultural Management. A Knowledge Management Perspective. FT Prentice Hall, Harlow.
- March, R. F. (1992): Working for a Japanese company. Insights into the Multicultural Workplace. Kodansha International, Tokyo.
- Trompenaars, F. (2012): Riding the Waves of Culture. Understanding Cultural Diversity in Global Business. 3. Auflage, N. Brealey Publishing. London/Boston.
- Usunier, J.-C./Lee, J. A. (2009): Marketing across cultures. 5. Auflage, FT Prentice Hall, Harlow.

DLBLOIM01

Marketing

Modulcode: BMAR-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Maren Weber

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketing I (BMAR01-01) ▪ Marketing II (BMAR02-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>Marketing I</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Marketings ▪ Produktpolitik ▪ Kommunikationspolitik ▪ Preispolitik ▪ Distributionspolitik <p>Marketing II</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung ▪ Marketingbotschaft ▪ Kaufentscheidungsmodelle ▪ Marktforschung und Segmentierung ▪ Kundenzufriedenheit 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Marketing I</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundbegriffe und Grundlagen im Marketing zu skizzieren. ▪ die Begriffe Markenmanagement und Positionierung zu erläutern. ▪ die Marketing-Instrumente (4 Ps) zu unterscheiden. ▪ die Zusammenhänge im Marketingmix zu erkennen. <p>Marketing II</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Bedeutung des Konsumentenverhaltens zu verstehen. ▪ den Kaufentscheidungsprozess und die Einflussfaktoren auf diesen Prozess zu skizzieren. ▪ das Thema Kundensegmentierung differenziert zu betrachten. ▪ die Wichtigkeit der Kundenzufriedenheit sowie der Kundenbindung zu erfassen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation</p>

Marketing I

Kurscode: BMAR01-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Marketing & Vertrieb
--	--

ECTS-Punkte 3	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 54 h	Tutorium 18 h	Selbstüberprüfung 18 h	Gesamtstunden 90 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Ziel des Kurses ist es, den Studierenden die grundlegenden Konzepte und Begriffe des operativen Marketings zu vermitteln. Sie erhalten einen Einblick in die unterschiedlichen Ansätze des Marketings im Unternehmen und werden vertraut mit dem Management von Produkten und Marken sowie mit dem Begriff der Positionierung im Markt. Der Kurs vermittelt den Studierenden das Grundwerkzeug des Marketings anhand des Marketingmix. Im Detail wird auf die vier Elemente des Marketingmix eingegangen, also die Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Distributionspolitik. Die Zusammenhänge und das Zusammenspiel der einzelnen Elemente wird durch Beispiele aus der Praxis verdeutlicht. Die Studierenden lernen, dass der Erfolg eines Produkts von einer konsistenten und konsequenten Umsetzung der einzelnen Elemente im operativen Marketing abhängt.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Grundbegriffe und Grundlagen im Marketing zu skizzieren.
- die Begriffe Markenmanagement und Positionierung zu erläutern.
- die Marketing-Instrumente (4 Ps) zu unterscheiden.
- die Zusammenhänge im Marketingmix zu erkennen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Marketings
 - 1.1 Begriffe des Marketings
 - 1.2 Markenführung, Positionierung und Wettbewerbsstrategien
 - 1.3 Marketingmanagement
2. Produktpolitik
 - 2.1 Begriffe der Produktpolitik
 - 2.2 Gestaltungsfelder der Produktpolitik
 - 2.3 Innovationsmanagement
3. Kommunikationspolitik
 - 3.1 Integrierte Marketingkommunikation.
 - 3.2 Kommunikationsinstrumente
4. Preispolitik
 - 4.1 Die Stellung der Preispolitik im Marketing
 - 4.2 Preispolitische Strategien
 - 4.3 Preisbestimmung und Konditionierung
5. Distributionspolitik
 - 5.1 Grundlagen der Distributionspolitik
 - 5.2 Vertikale Gestaltung des Vertriebssystems
 - 5.3 Horizontale Gestaltung des Vertriebssystems

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Armstrong, G./Kotler, P./Opresnik, M. O. (2016): Marketing. An Introduction. 13. Auflage, Pearson, London.
- Blythe, J. (2006): Essentials of Marketing Communications. 3. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Blythe, J. (2012): Essentials of Marketing. 5. Auflage, Pearson, London.
- Bruhn, M. (2014): Unternehmens- und Marketingkommunikation. Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Diller, H. (2007): Preispolitik. 4. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
- Egan, J. (2015): Marketing Communications. 2. Auflage, SAGE, Thousand Oaks (CA).
- Großklaus, R. H. G. (2009): Praxisbuch Produktmanagement. Marktanalysen und Marketingstrategien. Positionierung und Preisfindung. Mediaplanung und Agenturauswahl. Verlag Moderne Industrie, Landsberg am Lech.
- Homburg, C./Krohmer, H. (2009): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Kotler, P. et al. (2010): Grundlagen des Marketing. 5. Auflage, Pearson, München.
- Meffert, H./Burmam, C./Kirchgeorg, M. (2014): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele. 12. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Simon, H./Fassnacht, M. (2016): Preismanagement. Strategie – Analyse – Entscheidung – Umsetzung. 4. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Marketing II

Kurscode: BMAR02-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Marketing & Vertrieb
--	--

ECTS-Punkte 2	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 36 h	Tutorium 12 h	Selbstüberprüfung 12 h	Gesamtstunden 60 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Ziel des Kurses ist es, ein tieferes Verständnis für das Verhalten der unterschiedlichen Konsumenten zu wecken. Die Studierenden lernen die Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung kennen. Der Kurs geht auf verschiedene Kaufentscheidungsmodelle ein und untersucht die Faktoren der Konditionierung, Lernen und Emotionen, welche Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen. Auch hier dienen Beispiele dazu, die Verbindung zwischen Theorie und Praxis herzustellen. Das Thema Segmentierung des Marktes wird im Zusammenhang mit der Marktforschung detailliert beleuchtet. Hier werden die Studierenden mit den wichtigsten Instrumenten und Methoden vertraut. Ein weiterer wichtiger Themenbereich des Marketings ist die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung, welche eng miteinander verbunden sind. Hier werden Kundenerwartungen und verschiedene Maßnahmen zur Kundenbindung vorgestellt und vertieft.</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Konsumentenverhaltens zu verstehen.
- den Kaufentscheidungsprozess und die Einflussfaktoren auf diesen Prozess zu skizzieren.
- das Thema Kundensegmentierung differenziert zu betrachten.
- die Wichtigkeit der Kundenzufriedenheit sowie der Kundenbindung zu erfassen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Konsumentenverhaltensforschung
 - 1.1 Relevanz und Begriffe der Konsumentenverhaltensforschung
 - 1.2 Private und professionelle Konsumenten
 - 1.3 Theoretische Grundlagen
2. Konsumenten und die Marketingbotschaft
 - 2.1 Aktivierende Prozesse
 - 2.2 Kognitive Prozesse
 - 2.3 Moderatoren aus der Umwelt
3. Kaufentscheidungsmodelle
 - 3.1 Der Kaufentscheidungsprozess
 - 3.2 Arten von Kaufentscheidungen
 - 3.3 Theorien zur Kaufentscheidungen
4. Marktforschung und Segmentierung
 - 4.1 Relevanz und Begriffe der Marktforschung
 - 4.2 Methoden und Instrumente der Marktforschung
 - 4.3 Methoden der Segmentierung
5. Kundenzufriedenheit
 - 5.1 Relevanz und Begriff der Kundenzufriedenheit
 - 5.2 Kundenbindung
 - 5.3 Beziehungsmarketing

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Babin, B. J./Harris, E. G. (2015): Consumer Behavior. 7. Auflage, South-Western/Cengage, Boston.
- Foscht, T./Swoboda, B./Schramm-Klein, H. (2015): Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen. 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (2013): Konsumentenverhalten. 10. Auflage, Vahlen, München.
- Sethna, Z./Blythe, J. (2016): Consumer Behavior. 3. Auflage, SAGE, Thousand Oaks (CA).
- Solomon, M. R. (2014): Consumer Behavior. Buying, Having, and Being. 11. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).

Aktuelle Themen des Logistikmanagements

Modulcode: DLBLOATL

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuelle Themen des Logistikmanagements (DLBLOATL01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgaben und Entwicklung des Logistikmanagements ▪ Trends- und Trendanalysen, Technologiebewertung im Kontext logistischer Prozesse ▪ Systeme und Prozesse in der Logistik: intra- und interorganisatorische Logistiksysteme ▪ Management und Planung in komplexen Systemen ▪ Funktionsbereiche des Logistikmanagements (Beschaffung, Produktion, Distribution, Rückführung) ▪ Adaptive Wertschöpfungsketten und Logistiksysteme ▪ Kennzahlenorientierte Führung ▪ IT-Systeme in der Logistik ▪ Big Data und die Potenziale für die Logistik ▪ Digitalisierung von Logistikprozessen und Supply Chains ▪ Innovationen und Innovationsmanagement in der Logistik ▪ Globale Lieferketten und logistische Netzwerke 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Aktuelle Themen des Logistikmanagements</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ihr Wissen um neueste Erkenntnisse im Bereich des Logistikmanagements und der relevanten Trends und Entwicklungen wiederzugeben. ▪ aktuelle und zukunftsorientierte Methoden und Anwendungen des Logistikmanagements professionell in der Praxis einzusetzen und zur Lösung von Problemstellungen heranziehen zu können. ▪ Methoden kritisch zu hinterfragen und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin zu bewerten und ggf. anzupassen. Argumente pro und contra können präzise formuliert und untermauert werden. ▪ zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile formulieren zu können, die wesentliche soziale, wirtschaftliche, wissenschaftliche und ethische Aspekte des Logistikmanagements berücksichtigen. ▪ sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vorzustellen und zu kommunizieren. ▪ selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen im Bereich des Logistikmanagements mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Transport & Logistik</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik</p>

Aktuelle Themen des Logistikmanagements

Kurscode: DLBLOATL01

Kursart Seminar	Studienform Fernstudium	Niveau BA
---------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Beschreibung des Kurses
<p>Der Kurs „Aktuelle Themen des Logistikmanagements“ beschäftigt sich mit aktuellen Themen und Entwicklungen des Logistikmanagements. Einerseits werden den Studierenden aktuelle Trends und deren mögliche Wirkungen vorgestellt und kritisch auf ihre Bedeutung für die Logistik und das Logistikmanagement hin hinterfragt. Andererseits werden aber auch Methoden und Verfahren vorgestellt, um regelmäßig Trendbeobachtungen,-analysen und -bewertungen durchführen zu können. Die Kenntnis der Methoden des Innovationsmanagements befähigt die Studierenden, aus Trends Entwicklungen und Innovationspotenziale für die Praxis abzuleiten.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr Wissen um neueste Erkenntnisse im Bereich des Logistikmanagements und der relevanten Trends und Entwicklungen wiederzugeben.
- aktuelle und zukunftsorientierte Methoden und Anwendungen des Logistikmanagements professionell in der Praxis einzusetzen und zur Lösung von Problemstellungen heranziehen zu können.
- Methoden kritisch zu hinterfragen und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin zu bewerten und ggf. anzupassen. Argumente pro und contra können präzise formuliert und untermauert werden.
- zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile formulieren zu können, die wesentliche soziale, wirtschaftliche, wissenschaftliche und ethische Aspekte des Logistikmanagements berücksichtigen.
- sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vorzustellen und zu kommunizieren.
- selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen im Bereich des Logistikmanagements mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen.

Kursinhalt

- Der Kurs verfolgt das Ziel, die neuesten Entwicklungen und Trends im Bereich der Logistik aber auch des technischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfelds zu identifizieren und mit Blick auf die Aufgaben des Logistikmanagements einzuordnen. Der dynamische Wandel der durch neue Technologien einerseits und sich ändernde Kundenbedürfnisse andererseits ausgelöst wird, erfordert flexible und adaptive Prozesse in der Praxis. Hier sollen die Studierenden in ihren Seminararbeiten diverse Treiber genauer betrachten und hinsichtlich ihres Einflusses auf die Aufgaben des Logistikmanagements hin untersuchen und bewerten. Da wir es hier mit sich schnell verändernden Rahmenbedingungen zu tun haben, werden die Themen den aktuellen Entwicklungen entsprechend formuliert und den Studierenden zur Bearbeitung zur Verfügung gestellt. Auch die relevante Literatur wird permanent durch neuere Studien und Forschungsergebnisse ergänzt und erweitert. In besonderer Weise zeigt sich dies im Bereich der Themen, die auf die Digitalisierung der Prozesse und Abläufe abzielen. Die Studierenden haben somit die Chance, sich mit einem aktuellen und zukunftsrelevanten Thema intensiv auseinander zu setzen und mit eigenen Überlegungen zu ergänzen und zu erweitern.

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Bauernhansel, T./Hompele, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Chopra, S./Meindl, P. (2014): Supply Chain Management. Strategie, Planung, Umsetzung. 5. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Handfield, R. et al. (2013): Trends and Strategies in Logistics and Supply Chain Management. Embracing Global Logistics Complexity to Drive Market Advantage. BVL International, Bremen/DVV Media Group, Hamburg.
- Hausladen, I. (2014): IT-gestützte Logistik. Systeme, Prozesse, Anwendungen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Horx, M. (2005): Wie wir leben werden. Unsere Zukunft beginnt jetzt. 3. Auflage, Campus, Frankfurt a. M.
- Kersten, W. et al. (2017): Trends und Strategien in Logistik und Supply Chain Management – Chancen der digitalen Transformation. BVL, DVV Media Group, Hamburg.
- Krampe, H./Lucke, H.-J./Schenk, M. (Hrsg.) (2012): Grundlagen der Logistik. Theorie und Praxis logistischer Systeme. 4. Auflage, HUSS, München.
- Mattfeld, D. et al. (Hrsg.) (2016): Logistics Management. Springer, Heidelberg et al.
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschbroich.

DLBLOATL01

5. Semester

Leadership 4.0

Modulcode: DLBWPLS

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende				
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Gregor Nimz

Kurse im Modul
▪ Leadership 4.0 (DLBWPLS01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klassisches Verständnis von Führung ▪ Führungsinstrumente ▪ Führung versus Leadership ▪ Integrales Menschenbild als zukunftsweisendes Modell ▪ Eigenschaften und Kompetenzen eines Leaders ▪ Leadership-Modelle ▪ Agile Leadership-Instrumente

<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Leadership 4.0</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die klassischen Theorien des Führungsverständnisses und neue Leadership-Modelle zu erläutern. ▪ die Begriffe Führung und Leadership voneinander abzugrenzen. ▪ auf dem Verständnis erfolgreicher Führungsmodelle diese vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Veränderungen zu reflektieren. ▪ ein Verständnis für die Notwendigkeit anderer Formen der organisationalen Lenkung zu entwickeln. ▪ je nach Reifegrad eines Unternehmens entsprechende Leadership-Methoden zu implementieren. ▪ über ein fundiertes theoretisches Wissen zu verfügen, das sie auf anwendungsbezogene Fragestellungen anwenden können. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management</p>

Leadership 4.0

Kurscode: DLBWPLS01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Wettbewerbsfähigkeit hängt heute mehr denn je von konstanter Innovationsfähigkeit ab. Das stellt neue Anforderungen an das Management von Firmen. Die Aufgabe erfolgreicher Innovations- und Unternehmenslenker besteht nicht mehr darin, Richtung und Lösungen vorzugeben, sondern einen Rahmen zu schaffen, in dem Andere Innovationen entwickeln. Dieser Wandel, der sich derzeit mit voller Kraft in Unternehmen vollzieht, erfordert eine Weiterentwicklung des klassischen Führungsbegriffs und dessen Prinzipien. Geschäftsmodelle stehen vor dem Hintergrund des Digitalen Wandels sowie dem Vormarsch der Künstlichen Intelligenz permanent auf dem Prüfstand. Es gilt daher, einerseits an mehreren Projekten gleichzeitig zu arbeiten, sich jederzeit flexibel veränderten Rahmenbedingungen anzupassen; auf der anderen Seite wollen Mitarbeiter anders in den Arbeitsprozess eingebunden werden. Sinn und Flexibilität für deren persönliche und familiäre Situation spielen dabei zunehmend eine Rolle. Innovations- und Unternehmenslenker können all diesen vielfältigen Herausforderungen nur mit Leadership begegnen, indem sie andere inspirieren, weiter zu denken und bereichsübergreifend zu handeln, also visionär zu sein. Ein Verständnis, Wissen und Instrumentarien hierzu sollen in dem Kurs vermittelt werden.</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die klassischen Theorien des Führungsverständnisses und neue Leadership-Modelle zu erläutern.
- die Begriffe Führung und Leadership voneinander abzugrenzen.
- auf dem Verständnis erfolgreicher Führungsmodelle diese vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Veränderungen zu reflektieren.
- ein Verständnis für die Notwendigkeit anderer Formen der organisationalen Lenkung zu entwickeln.
- je nach Reifegrad eines Unternehmens entsprechende Leadership-Methoden zu implementieren.
- über ein fundiertes theoretisches Wissen zu verfügen, das sie auf anwendungsbezogene Fragestellungen anwenden können.

Kursinhalt

1. Grundlagen des klassischen Führungsverständnisses
 - 1.1 Definition des Führungsbegriffs und der Führungstätigkeit
 - 1.2 Klassische theoretische Ansätze (eigenschaftstheoretischer Ansatz, verhaltenstheoretischer Ansatz, situationsorientierter Ansatz, interaktionistischer Ansatz, transaktionaler Ansatz)
2. Führungsinstrumente
 - 2.1 Mitarbeitergespräche
 - 2.2 Zielvereinbarung
 - 2.3 Leistungsbeurteilungsgespräche
3. Führung versus Leadership
 - 3.1 Abgrenzung der Konstrukte
 - 3.2 Relevanz von Leadership im Rahmen des organisationalen Wandels
 - 3.3 Leadership-Prinzipien
4. Integrales Menschenbild als zukunftsweisendes Modell (K. Wilber)
5. Eigenschaften und Kompetenzen
 - 5.1 Vertrauen und Kommunikation
 - 5.2 Macht und Emotionen

6. Leadership-Modelle
 - 6.1 Transformationale Führung
 - 6.2 Laterale Führung
 - 6.3 Leadership als agile Rolle
 - 6.4 Positive Leadership und Self-Leadership
 - 6.5 Shared Leadership und Shared Network Leadership
 - 6.6 Empowering Leadership
 - 6.7 Holokratie
7. Agile Leadership-Instrumente
 - 7.1 Appreciate Inquiry
 - 7.2 Chefwahl
 - 7.3 VUCA-Management

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Au, C. v. (Hrsg.) (2017): Eigenschaften und Kompetenzen von Führungspersönlichkeiten. Achtsamkeit, Selbstreflexion, Soft Skills und Kompetenzsysteme. Springer, Wiesbaden.
- Creusen, U./Eschemann, N.-R./Joahnn, T. (2010): Positive Leadership. Psychologie erfolgreicher Führung. Erweiterte Strategien zur Anwendung des Grid-Modells. Gabler, Wiesbaden.
- Evans, M. (1995): Führungstheorien – Weg-Ziel-Theorie. In: Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (Hrsg.): Handwörterbuch der Führung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, S. 1075 –1091.
- Furtner, M. R. (2017): Empowering Leadership. Mit selbstverantwortlichen Mitarbeitern zu Innovation und Spitzenleistungen. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Furtner, M. R./Baldegger, U. (2016): Self-Leadership und Führung. Theorien, Modelle und praktische Umsetzung. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Manager Magazin Verlagsgesellschaft (Hrsg.) (2015): Harvard Business Manager Spezial: Leadership. Wie geht Führung im Zeitalter digitaler Transformation? Ein Heft über Management im Wandel. 37. Jg.
- Hofer, S. (2016): Agiler führen. Einfache Maßnahmen für bessere Teamarbeit, mehr Leistung und höhere Kreativität. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kauffeld, S. (Hrsg.) (2014): Arbeits- Organisations- und Personalpsychologie für Bachelor. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Maxwell, J. C. (2016): Leadership. Die 21 wichtigsten Führungsprinzipien. 8. Auflage, Brunnen, Gießen.
- Wilber, K. (2012): Integrale Psychologie. Geist, Bewusstsein, Psychologie, Therapie. Arbor, Freiburg.

Einführung in New Work

Modulcode: DLBNWENW

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Michaela Moser
--

Kurse im Modul
▪ Einführung in New Work (DLBNWENW01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeitswelt der Zukunft ▪ Begriffsentwicklung ▪ New Work als interdisziplinärer Ansatz ▪ Megatrends ▪ Auswirkungen agiler Organisationsformen ▪ Führung und Zusammenarbeit in New Work ▪ Empowerment ▪ Kompetenzentwicklung ▪ Rahmenbedingungen

Qualifikationsziele des Moduls

Einführung in New Work

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu benennen und verstehen.
- die entstehenden Herausforderungen auf das Personalmanagement und die Führungskultur in Unternehmen zu übertragen.
- die Konzepte agiler und fluider Organisationen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen nachzuvollziehen.
- Lösungsansätze für komplexere Umwelteinflüsse für Führung und Personalmanagement zu benennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Personalwesen.

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management.

Einführung in New Work

Kurscode: DLBNWENW01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Personalwesen
--	---------------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Unternehmen werden zunehmend agil. Bürokratien und Hierarchien werden obsolet, Wissen nimmt stetig zu und hat eine immer kürzere Halbwertszeit. Autonomie und Kreativität nehmen in vielen Unternehmen einen wichtigeren Stellenwert ein. Immer häufiger werden Prozesse und Abteilungen nach agilen Grundsätzen aufgestellt. Arbeit erfährt eine zunehmende Entgrenzung mit positiven als auch negativen Auswirkungen. Die Frage, wie Strukturen und Unternehmenskultur sich besser und schneller an kürzere Innovationszyklen und Umweltveränderungen anpassen, betrifft alle Unternehmen und ihr Personalmanagement. Wissen und Qualifikationen müssen immer schneller aktualisiert werden, sodass Lernen einen höheren Stellenwert einnehmen muss. Im Rahmen des gesellschaftlichen und demografischen Wandels entwickeln sich Arbeit und Organisationen immer weiter weg vom Taylorismus und hin zu integralen, evolutionären Organisationen, deren Arbeit charakterisiert ist von Selbstführung, Ganzheit und Sinn. Damit geht ein Orientierungswandel einher, weg von Bürokratie hin zu demokratischen Strukturen und Empowerment. Der Kurs vermittelt eine Einführung in die komplexe und aktuelle Thematik der neuen Arbeitswelt und -struktur. Ausgehend von einer Begriffsbestimmung und Abgrenzung des Themas werden gesellschaftliche Megatrends als wesentliche Einflussfaktoren auf Personalmanagement und Organisation diskutiert. Darauf aufbauend wird der Dipol starrer und agiler Organisationsstrukturen und den daraus folgenden Auswirkungen für Führung, Personalmanagement und Mitarbeiter diskutiert. Zusammenarbeit und Führung im Zuge der Einführung von New-Work-Strukturen und -Methoden sowie die dazu notwendigen Kompetenzen werden thematisiert. Im Rahmen der Kompetenzentwicklung wird behandelt, wie Lernen, Einstellungen und Kompetenzen zusammenspielen müssen um Unternehmen agiler zu machen. Abschließend wird das New-Work-Konzept mit Vor- und Nachteilen für die Beteiligten vor rechtlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen kritisch reflektiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herausforderungen des technologischen und gesellschaftlichen Wandels zu benennen und verstehen.
- die entstehenden Herausforderungen auf das Personalmanagement und die Führungskultur in Unternehmen zu übertragen.
- die Konzepte agiler und fluider Organisationen sowie die daraus resultierenden Konsequenzen nachzuvollziehen.
- Lösungsansätze für komplexere Umwelteinflüsse für Führung und Personalmanagement zu benennen.

Kursinhalt

1. Was ist New Work?
 - 1.1 Arbeitswelt der Zukunft
 - 1.2 Begriffsentwicklung
 - 1.3 New Work als interdisziplinärer Ansatz

2. Megatrends
 - 2.1 Globalisierung
 - 2.2 Digitalisierung und Konnektivität
 - 2.3 Individualisierung und Werte
 - 2.4 Demografischer Wandel und Diversity
3. Organisation von New Work
 - 3.1 Starre Organisationsformen
 - 3.2 Agile Organisationsformen
 - 3.3 Auswirkungen agiler Organisationsformen
4. Führung und Zusammenarbeit in New Work
 - 4.1 Empowerment
 - 4.2 Leadership
 - 4.3 Neue Formen der agilen Zusammenarbeit
 - 4.4 Neue Rahmenwerke, Methoden und Tools der Zusammenarbeit
5. Kompetenzentwicklung
 - 5.1 Kompetenzen
 - 5.2 Einstellungen und Mindset
 - 5.3 Lernen
6. Rahmenbedingungen und Kritik
 - 6.1 Rahmenbedingungen
 - 6.2 Kritische Einordnung von New Work

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Bahlow, J./Kullmann, G. (2018): Agile Teams. BusinessVillage, Göttingen.
- Bernstein, E. et al. (2016): Beyond the Holacracy Hype. Harvard Business Review, Harvard.
- Bergmann, F. (2019): New Work, New Culture: Work We Want and a Culture That Strengthens Us. Zero Books, Washington, S. 7-19.
- Carson, J. B./Tesluk, P. E./Marrone, J. A. (2007): Shared leadership in teams: An investigation of antecedent conditions and performance. In: Academy of management Journal, 50. Jg., Heft 5, S. 1217-1234.
- Felin, T./Powell, T. C. (2016): Designing organizations for dynamic capabilities. In: California Management Review, 58. Jg., Heft 4, S. 78-96.
- Haapakangas, A. et al. (2018): Self-rated productivity and employee well-being in activity-based offices: the role of environmental perceptions and workspace use. Building and Environment, Heft 145, S. 115-124.
- Hackl, B. et al. (2017): New Work - Auf dem Weg zu neuen Arbeitswelt. Springer, Berlin.
- Maitland, A./Thomson, P. (2011): Future work: How businesses can adapt and thrive in the new world of work. Springer, Berlin.
- Schermuly, C. C. (2019): New Work-Gute Arbeit gestalten: Psychologisches Empowerment von Mitarbeitern. Haufe, Freiburg im Breisgau.

Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement

Modulcode: DLBLONQM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Michael Broens
--

Kurse im Modul
▪ Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement (DLBLONQM01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Nachhaltigkeit ▪ Nachhaltigkeit in drei Dimensionen ▪ Nachhaltigkeit in der Praxis ▪ 4 Werkzeuge und Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements ▪ Qualität von Produkten, Prozessen und Dienstleistungen ▪ Verfahren, Methoden und Qualitätswerkzeuge ▪ Qualitätsmanagementsysteme

Qualifikationsziele des Moduls

Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Prinzipien der Nachhaltigkeit und des Qualitätsmanagements und die Bedeutung für Unternehmen und Gesellschaft zu kennen.
- Vorgehensweisen und Instrumentarien zu kennen, um Nachhaltigkeits- und Qualitätskonzepte in der Praxis umsetzen zu können.
- auf der Basis der Inhalte der Lehrveranstaltungen sowie unter Hinzuziehung ergänzender wissenschaftlicher Literatur das gesamte Themenfeld wissenschaftlich einzu ordnen, in Beziehung zueinander zu setzen und mit Blick auf die Bedeutung für die Praxis bewerten zu können.
- das Themenfeld Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement vor dem Hintergrund unternehmerischer Verantwortung reflektieren zu können.
- Methoden und Anwendungen für die Realisierung von Nachhaltigkeitskonzepten unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte zu kennen und professionell in der Praxis anwenden sowie zur Erarbeitung von an Nachhaltigkeitskriterien orientierten Problemlösungen einsetzen zu können.
- Verfahren und Instrumente des Qualitätsmanagements in der Praxis anwenden zu können.
- die erarbeiteten Lösungsansätze argumentativ fundiert und nachvollziehbar darstellen zu können. Die Studierenden können die Rolle nachhaltig wirtschaftender Unternehmen und Einrichtungen insbesondere auch aus der Systemperspektive beurteilen.
- die gesetzlichen und normativen Rahmenbedingungen für das Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement zu kennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Qualitäts- & Nachhaltigkeitsmanagement

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement

Kurscode: DLBLONQM01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Qualitäts- & Nachhaltigkeitsmanagement
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Die Studierenden lernen die Grundlagen und die betrieblichen Konzepte des Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagements kennen und können fundiert an der Umsetzung in der Praxis mitarbeiten. Die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Qualität als unternehmerische Aufgabe wird u.a. unter dem Gesichtspunkt der persönlichen, unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung diskutiert. Methoden und Systeme der Umsetzung in Unternehmen werden vorgestellt und kritisch hinterfragt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Prinzipien der Nachhaltigkeit und des Qualitätsmanagements und die Bedeutung für Unternehmen und Gesellschaft zu kennen.
- Vorgehensweisen und Instrumentarien zu kennen, um Nachhaltigkeits- und Qualitätskonzepte in der Praxis umsetzen zu können.
- auf der Basis der Inhalte der Lehrveranstaltungen sowie unter Hinzuziehung ergänzender wissenschaftlicher Literatur das gesamte Themenfeld wissenschaftlich einzu ordnen, in Beziehung zueinander zu setzen und mit Blick auf die Bedeutung für die Praxis bewerten zu können.
- das Themenfeld Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement vor dem Hintergrund unternehmerischer Verantwortung reflektieren zu können.
- Methoden und Anwendungen für die Realisierung von Nachhaltigkeitskonzepten unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte zu kennen und professionell in der Praxis anwenden sowie zur Erarbeitung von an Nachhaltigkeitskriterien orientierten Problemlösungen einsetzen zu können.
- Verfahren und Instrumente des Qualitätsmanagements in der Praxis anwenden zu können.
- die erarbeiteten Lösungsansätze argumentativ fundiert und nachvollziehbar darstellen zu können. Die Studierenden können die Rolle nachhaltig wirtschaftender Unternehmen und Einrichtungen insbesondere auch aus der Systemperspektive beurteilen.
- die gesetzlichen und normativen Rahmenbedingungen für das Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement zu kennen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Nachhaltigkeit
 - 1.1 Grundlegendes Verständnis und Definitionen
 - 1.2 Ethische Aspekte und gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
 - 1.3 Lernen von der Natur: Vorbild für Wirtschaftsprozesse
2. Nachhaltigkeit in drei Dimensionen
 - 2.1 Historische Entwicklungen
 - 2.2 Entwicklungen in der natürlichen Umwelt
 - 2.3 Wirtschaftliche Trends
 - 2.4 Soziale Entwicklungen und gesellschaftliches Umfeld
3. Nachhaltigkeit in der Praxis
 - 3.1 Politik und Staat
 - 3.2 Unternehmen
 - 3.3 Zivilgesellschaft

4. Werkzeuge und Methoden des Nachhaltigkeitsmanagements
 - 4.1 System Dynamics und Technikbewertungen
 - 4.2 Umweltrecht
 - 4.3 Nachhaltigkeits- und Umweltmanagementsysteme
 - 4.4 Ökobilanz und CO2-Fußabdruck
5. Qualität von Produkten, Prozessen und Dienstleistungen
 - 5.1 Definitionen und Begriffe
 - 5.2 Entwicklungen und Trends
 - 5.3 Besonderheiten und Dienstleistungsqualität
 - 5.4 Metriken und Kennzahlensysteme
6. Verfahren, Methoden und Qualitätswerkzeuge
 - 6.1 Kontinuierliche Verbesserung
 - 6.2 Fehlermöglichkeits- und -einflussanalyse (FMEA)
 - 6.3 Q - die sieben Qualitätswerkzeuge
 - 6.4 Audits und Zertifizierungen
7. Qualitätsmanagementsysteme
 - 7.1 Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9000ff
 - 7.2 Total Quality Management

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Arbeitskreis Nachhaltigkeit der Logistik-Initiative Hamburg (Hrsg.) (2010): Leitfaden Nachhaltigkeit in der Logistik. Anforderungen, Umsetzung in die Praxis, Beispiele. (URL: <http://www.hamburg-logistik.net/services-und-publikationen/publikationen/leitfaeden/nachhaltigkeit-in-der-logistik/> [letzter Zugriff: 17.02.2017]).
- Baumast, A./Pape, J. (Hrsg.) (2013): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. UTB Stuttgart.
- Blüchel, K. G./Sieger, H. (Hrsg.) (2009): Krisenmanagerin Natur. Was Wirtschaft und Gesellschaft vom erfolgreichsten Unternehmen aller Zeiten lernen können. DWC Medien, München.
- Brunner, F. J. (2010): Qualität im Service. Wege zur besseren Dienstleistung. Hanser.
- Brunner, F. J./Wagner, K. W. (2016): Qualitätsmanagement. Leitfaden für Studium und Praxis. Hanser, München.
- Crane, A./Matten, D. (2016): Business ethics. Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. 4. Auflage, Oxford University Press, Oxford.
- Heinrichs, H./Michelsen, G. (Hrsg.) (2014): Nachhaltigkeitswissenschaften. Berlin, Heidelberg.
- Kamiske, G. F. (Hrsg.) (2015): Handbuch QM-Methoden. Die richtige Methode auswählen und erfolgreich umsetzen. 3. Auflage, Hanser, München.
- Malik, F. (2015): Strategie des Managements komplexer Systeme. Ein Beitrag zur Management-Kybernetik evolutionärer Systeme. 11. Auflage, Haupt, Bern et al.
- McKinnon, A. et al. (Hrsg.) (2010): Green Logistics. Improving the environmental sustainability of logistics. Kogan Page, London/Philadelphia/Neu Dehli.
- Meadows, D H./Randers, J./Meadows, D. L. (2009): Grenzen des Wachstums. Das 30 Jahre Update. Signal zum Kurswechsel. 3. Auflage, Hirzel, Stuttgart.
- Schaltegger, S./Petersen, H./Burritt, R. (2003): An introduction to corporate environmental management. Striving for sustainability. Sheffield, England.
- Weizsäcker, E. U. v./Hargroves, K./Smith, M. (2010): Faktor Fünf. Die Formel für Nachhaltiges Wachstum. Droemer, München.
- Welge, M. K./Al-Laham, A. (2012): Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Wirtschafts-, Logistik- und Zollrecht

Modulcode: DLBLOWLZR

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 5	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Wirtschafts-, Logistik- und Zollrecht (DLBLOWLZR01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Handelsrecht Gesellschaftsrecht Kontraktlogistik Internationales Transportrecht Zollrecht

Qualifikationsziele des Moduls

Wirtschafts-, Logistik- und Zollrecht

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- rechtliche Probleme vornehmlich im Transport- und Zollrecht einschätzen zu können.
- Standardkonstellationen hinsichtlich der gesetzlichen Rechtslage und der daraus resultierenden Risiken zu bewerten.
- die Hintergründe für routinemäßige Abläufe im eigenen Unternehmen nachzuvollziehen, insbesondere im Bereich der Zollabwicklung.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Recht

Wirtschafts-, Logistik- und Zollrecht

Kurscode: DLBLOWLZR01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Recht
--	-------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Studenten vertiefen den logistikspezifischen Teil des Handelsrechts. Anschließend erhalten sie einen Einblick in das deutsche Gesellschaftsrecht. Es folgen die internationalen Regelungen zu verschiedenen Rechtsträgern und Einblicke in das Zollrecht.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche Probleme vornehmlich im Transport- und Zollrecht einschätzen zu können. ▪ Standardkonstellationen hinsichtlich der gesetzlichen Rechtslage und der daraus resultierenden Risiken zu bewerten. ▪ die Hintergründe für routinemäßige Abläufe im eigenen Unternehmen nachzuvollziehen, insbesondere im Bereich der Zollabwicklung.

Kursinhalt

1. Handelsrecht
 - 1.1 Frachtvertrag
 - 1.2 Speditionsvertrag
 - 1.3 Lagervertrag
 - 1.4 Konnossement, Lade- und Lagerschein
2. Gesellschaftsrecht
 - 2.1 Überblick über die Gesellschaftsformen
 - 2.2 Personengesellschaften
 - 2.3 Kapitalgesellschaften
3. Kontraktlogistik
 - 3.1 Allgemeines
 - 3.2 Dienstleistungsvertrag
 - 3.3 Werkvertrag
 - 3.4 Deliktische Haftung
 - 3.5 Produkthaftung
4. Internationales Transportrecht
 - 4.1 Internationaler Straßentransport (CMR)
 - 4.2 Internationaler Lufttransport (Montrealer Übereinkommen)
 - 4.3 Güterbeförderung in der Binnenschifffahrt (CMNI)
 - 4.4 Internationales Seefrachtrecht
 - 4.5 Internationaler Eisenbahnverkehr (COTIF/CIM/CUV/CUI/AIM/RID)
 - 4.6 Der internationale multimodale Transport
5. Zollrecht
 - 5.1 Zollbegriff und Zolltheorie
 - 5.2 Rechtsgrundlagen des Zollrechts
 - 5.3 Status als zugelassener Wirtschaftsbeteiligter (AEO)
 - 5.4 Zollkodex und allgemeines Verfahrensrecht
 - 5.5 Zollsanktionen und Zollstrafrecht

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Czerwenka, B. (2014): Textsammlung Transportrecht. Einführung, Gesetze, Übereinkünfte, EU-Verordnungen. Bundesanzeiger Verlag, Köln.
- Koller, I. (2013): Transportrecht. Kommentar. 8. Auflage, C.H.Beck, München.
- Nomos Verlagsgesellschaft (Hrsg.) (2015): Zivilrecht. Wirtschaftsrecht. 24. Auflage, Nomos, Baden-Baden.
- Witte, P./Wolffgang, H.-M. (Hrsg.) (2016): Lehrbuch des Zollrechts der Europäischen Union. 8. Auflage, NWB, Herne.

DLBLOWLZR01

Organisationsentwicklung und Change Management

Modulcode: DLBWPOCM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Anke Haag

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisationsentwicklung (DLBWPOCM01) ▪ Change Management (DLBWPOCM02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Organisationsentwicklung

- Organisationsentwicklung
- Rahmenbedingungen für Organisationsveränderungen
- Konzepte der Organisationsentwicklung
- Organisationen im Umbruch
- Neue Formen der Organisation
- Organisationsdesign
- Problembereiche und Interventionstechniken
- Erfolgsbewertung und Transfer

Change Management

- Einführung in das Change Management
- Veränderungen verstehen und gestalten
- Phasenmodelle des Change Managements
- Phasen des Change-Prozesses
- Change-Kommunikation
- Einflussfaktoren und typische Fehler im Change Management
- Operative Instrumente im Rahmen des Change Managements

Qualifikationsziele des Moduls**Organisationsentwicklung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge der Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die grundlegenden Modelle und Menschenbilder der Organisationsentwicklung zu benennen.
- Kritikpunkte an der Organisationsentwicklung zu erklären.
- die Implikationen der Systemischen Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Bedeutung und Ausgestaltung der Unternehmenskultur innerhalb der Organisationsentwicklung zu skizzieren.
- die Charakteristika einer Lernenden Organisation zu nennen.
- mögliche Entwicklungswege hin zur Lernenden Organisation aufzuzeigen.

Change Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Auslöser für Veränderungen im Unternehmen zu unterscheiden.
- mögliche Widerstände gegen Veränderungsmaßnahmen zu erkennen
- sinnvolle Wege im Umgang mit auftretenden Widerständen im Change-Prozess zu entwickeln.
- die Rollen und Aufgaben des Change Managements zu benennen.
- die Grundlagen von Prozessen im Change Management zu erfassen und diese auch anderen Beteiligten zu vermitteln.
- Veränderungsbedarf zu diagnostizieren und zu analysieren.
- die typischen Aufgaben von Führungskräften zur Initiierung und Begleitung von Veränderungsprozessen zu skizzieren.
- sinnvolle Kommunikationsmaßnahmen im Change Prozess zu entwickeln.
- Change-Prozesse und -Maßnahmen hinsichtlich ihres Erfolgs zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Organisationsentwicklung

Kurscode: DLBWPOCM01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Um wettbewerbsfähig zu bleiben, sind sämtliche Organisationen einem ständigen Wandel unterworfen. Diesen Wandel positiv zu gestalten, ist eine Hauptfunktion der verantwortlichen Führungskräfte und Zeichen für ein erfolgreiches Management. Häufig geben Anlässe wie der Wegfall oder die Erschließung von neuen Geschäftsfeldern, Fusionen und Standortverlagerungen den Ausschlag, aber auch kontinuierliches Unternehmenswachstum, technologische Verbesserungen und gesellschaftliche Veränderungen sind Gründe für zum Teil weitreichende Maßnahmen der Weiterentwicklung von Organisationen. Hierzu ist es notwendig, die Grundlagen der Organisationsentwicklung zu kennen, deren Gegenstandsbereich die Prozesse der Veränderung der handelnden Personen sind. Diese Kenntnisse sind von zentraler Bedeutung, um Veränderungen umzusetzen. Dieser Kurs zeigt die wichtigsten Modelle und Menschenbilder auf, die als Grundlage der Organisationsentwicklung dienen. Da die Unternehmenskultur ein zentraler Bestandteil der Organisationsentwicklung ist, werden sowohl die Analyse als auch die Entwicklung der Unternehmenskultur dargestellt. Außerdem werden die wichtigsten Aspekte der Lernenden Organisation thematisiert.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge der Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die grundlegenden Modelle und Menschenbilder der Organisationsentwicklung zu benennen.
- Kritikpunkte an der Organisationsentwicklung zu erklären.
- die Implikationen der Systemischen Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Bedeutung und Ausgestaltung der Unternehmenskultur innerhalb der Organisationsentwicklung zu skizzieren.
- die Charakteristika einer Lernenden Organisation zu nennen.
- mögliche Entwicklungswege hin zur Lernenden Organisation aufzuzeigen.

Kursinhalt

1. Organisationsverständnis der Organisationsentwicklung
 - 1.1 Organisationsbegriff
 - 1.2 Entwicklung organisationstheoretischer Ansätze
 - 1.3 Organisationsprinzipien und Organisationsformen
2. Grundlagen der Organisationsentwicklung
 - 2.1 Begriff und Abgrenzungen
 - 2.2 Geschichtliche Entstehung der Organisationsentwicklung
 - 2.3 Kritik am Konzept der Organisationsentwicklung
3. Modellannahmen der Organisationsentwicklung
 - 3.1 Menschenbild der Organisationsentwicklung
 - 3.2 Phasenmodelle
 - 3.3 Organisationaler Burn-out und organisationale Resilienz
4. Systemische Organisationsentwicklung
 - 4.1 Theoretische Grundlagen
 - 4.2 Implikationen für die systemische Organisationsentwicklung
5. Entwicklung der Unternehmenskultur
 - 5.1 Theoretische Grundlagen
 - 5.2 Kulturanalyse
 - 5.3 Kulturentwicklung
6. Entwicklung des organisationalen Lernens
 - 6.1 Grundgedanken und Definitionen
 - 6.2 Lernebenen: Wie lernen Organisationen?
 - 6.3 Entwicklung der lernenden Organisation

Lehrmethoden

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Arnold, H. (2016): Wir sind Chef. Wie eine unsichtbare Revolution Unternehmen verändert. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Becker, H./Langosch, I. (2002): Produktivität und Menschlichkeit. Organisationsentwicklung und ihre Anwendung in der Praxis. 5. Auflage, Lucius & Lucius, Stuttgart.
- Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (Hrsg.) (2013): Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte, Band 2. Springer VS, Wiesbaden.
- Laloux, F. (2015): Reinventing Organizations. Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Organisation. Vahlen, München.
- Nagel, R. (2014): Organisationsdesign. Modelle und Methoden für Berater und Entscheider. Schäffer-Poeschl, Stuttgart.
- Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2014): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 4. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.

Change Management

Kurscode: DLBWPOCM02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Das Tempo von Veränderungen in Märkten, Technologien und Kundenverhalten hat sich signifikant erhöht. Gleichzeitig bieten sich hierdurch auch die größten Wachstumschancen für Unternehmen – neue Geschäftsmodelle, zusammenwachsende Märkte, verändertes Kundenverhalten. Diese Zukunftspotenziale zu nutzen, fordert von Unternehmen, Veränderungen wirksam und schnell umzusetzen. Hierfür ist es essenziell, um die Bedeutung, die Struktur, die Rollen des Beteiligten, mögliche Widerstände und die Kommunikation im Rahmen des Change Managements zu wissen. Sehr viele Change-Programme scheitern regelmäßig in der operativen Umsetzung. Deshalb ist Wissen um das systematische Vorgehen im Veränderungsprozess notwendig, um den Wandel im und von Unternehmen erfolgreich steuern zu können. Menschen und Prozesse spielen dabei die zentrale Rolle.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Auslöser für Veränderungen im Unternehmen zu unterscheiden.
- mögliche Widerstände gegen Veränderungsmaßnahmen zu erkennen
- sinnvolle Wege im Umgang mit auftretenden Widerständen im Change-Prozess zu entwickeln.
- die Rollen und Aufgaben des Change Managements zu benennen.
- die Grundlagen von Prozessen im Change Management zu erfassen und diese auch anderen Beteiligten zu vermitteln.
- Veränderungsbedarf zu diagnostizieren und zu analysieren.
- die typischen Aufgaben von Führungskräften zur Initiierung und Begleitung von Veränderungsprozessen zu skizzieren.
- sinnvolle Kommunikationsmaßnahmen im Change Prozess zu entwickeln.
- Change-Prozesse und -Maßnahmen hinsichtlich ihres Erfolgs zu bewerten.

Kursinhalt

1. Einführung in das Change Management
 - 1.1 Begriffe und Definitionen
 - 1.2 Abgrenzungen des Change Managements
 - 1.3 Modelle des Wandels
2. Ursachen und Auslöser des Wandels
 - 2.1 Veränderung und Wandel
 - 2.2 Externe Auslöser des Wandels
 - 2.3 Interne Auslöser des Wandels
3. Das Unternehmen als Wandelhemmnis
 - 3.1 Hemmnisse auf Organisationsebene
 - 3.2 Kollektive Hemmnisse
 - 3.3 Wirtschaftliche Hemmnisse
4. Widerstand auf individueller Ebene
 - 4.1 Erscheinungsformen individuellen Widerstands
 - 4.2 Ursachen und Auslöser individuellen Widerstands
 - 4.3 Behandlungen von Widerständen
5. Change als Managementaufgabe
 - 5.1 Erfolgsfaktoren des Change Managements
 - 5.2 Managementaufgaben im Change
 - 5.3 Arbeitspakete des Change Managements

6. Leading Change
 - 6.1 Erfolgsfaktor Führung und Führungsperson
 - 6.2 Führungsrollen und -funktionen
 - 6.3 Change-Kommunikation
7. Management von Change-Projekten
 - 7.1 Change-Management-Modelle
 - 7.2 Organisation des Change Managements
 - 7.3 Controlling und Evaluierung von Change-Projekten

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Capgemini Consulting (Hrsg.) (2015): Superkräfte oder Superteam? Wie Führungskräfte ihre Welt wirklich verändern können. (URL: https://www.de.capgemini-consulting.com/resource-file-access/resource/pdf/change-management-studie-2015_4.pdf [letzter Zugriff: 03.04.2017]).
- Deutinger, G. (2013): Kommunikation im Change. Erfolgreich kommunizieren in Veränderungsprozessen. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Häusel, H.-G. (2014): Think Limbic! Die Macht des Unbewussten nutzen für Management und Verkauf. 5. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Kotter, J./Rathgeber, H. (2006): Das Pinguin-Prinzip. Wie Veränderung zum Erfolg wird. Droemer, München.
- Kraus, G./Becker-Kolle, C./Fischer, T. (2010): Change-Management. Gründe, Ablauf und Steuerung. 3. Auflage, Cornelsen, Berlin.
- Lauer, T. (2014): Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 2. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Rank, S./Scheinpflug, R. (Hrsg.) (2010): Change Management in der Praxis. Beispiele, Methoden, Instrumente. 2. Auflage, ESV, Berlin
- Rosenstiel, L. v./Hornstein, E. v./Augustin, S. (2012): Change Management Praxisfälle. Springer, Berlin.
- Schmidt-Tanger, M. (2012): Change – Raum für Veränderung. Sich und andere verändern. Junfermann, Paderborn.

Management Contract Logistics

Modulcode: DLBLOWMCL

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen DLBLOLD101	Niveau BA
----------------------------------	---	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Dr. Philippe Tufinkgi / Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einkauf, Beschaffung und Distribution (DLBLOISCM102) ▪ Kontraktlogistik (DLBLOLD102)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Einkauf, Beschaffung und Distribution

- Einkauf und Beschaffung
- Grundlagen der Distribution
- Distribution von Industriegütern
- Trends und Digitalisierung in Beschaffung und Distribution

Kontraktlogistik

- Outsourcing und Kontraktlogistik
- Wirtschaftliche Einordnung
- Einordnung in die Supply Chain
- Technische Systeme: Logistik und IT, Schnittstellen
- Risikomanagement in der Kontraktlogistik
- Ausschreibungen und Tender-Management
- Grundlegende Aspekte der Vertragsgestaltung, rechtlicher Rahmen
- Projektmanagement in der Vertragsanbahnung und Implementierung

Qualifikationsziele des Moduls

Einkauf, Beschaffung und Distribution

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Beschaffung zur Erreichung übergeordneter Unternehmensziele zu verstehen.
- die wesentlichen Prozesse der Beschaffung zu beschreiben sowie Strategien und Konzepte der Beschaffung einzuordnen und anzuwenden.
- Prozesse und Methoden des Lieferantenmanagements zu benennen.
- Einsatzfelder und Formen von Informations- und Kommunikationssystemen zur Unterstützung von Beschaffungsprozessen zu beschreiben.
- Aufgaben, Ziele, Funktionen und Träger der Distribution zu kennen.
- Gestaltungsansätze distributionslogistischer Systeme zu verstehen und hinsichtlich verschiedener Distributionsstrategien einzuordnen.
- die Besonderheiten der Distribution von Investitionsgütern in Abgrenzung zu anderen Gütergruppen zu kennen sowie die verschiedenen Arten des Investitionsgütermarketings beschreiben zu können.
- Formen von elektronischen Marktplätzen in der Beschaffung und Distribution abgrenzen zu können.

Kontraktlogistik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Begrifflichkeiten der Kontraktlogistik sowie deren wirtschaftliche Einordnung wiederzugeben und zu erläutern.
- die relevanten Potenziale und Einsatzbereiche der Kontraktlogistik zu beschreiben und einzuordnen. Sie kennen auf der Basis der Lehrveranstaltungen sowie ergänzender wissenschaftlicher Literatur die wissenschaftliche Einordnung und die praktische Bedeutung für Dienstleister und Nachfrager.
- Methoden und Anwendungen, die für die Umsetzung kontraktlogistischer Projekte und Prozesse hilfreich sind, zu bewerten und professionell im Unternehmen anzuwenden sowie zur Erarbeitung von Problemlösungen einzusetzen.
- die technischen Systeme zur Umsetzung effektiver und effizienter Kontraktlogistik ebenso zu kennen wie zu analysieren.
- sicher die relevanten Aspekte von Ausschreibungen, Tender-Management sowie rechtlichen Aspekten der Kontraktlogistik vorzustellen und zu kommunizieren.
- die Verknüpfung der Kontraktlogistik mit Unternehmensstrategie und Projektmanagement zu verstehen sowie analysieren zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Einkauf, Beschaffung und Distribution

Kurscode: DLBLOISCM102

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Die Studierenden erlernen grundlegende Prozesse und Strategien in der Beschaffung und Distribution von Industrieunternehmen. Dabei werden verschiedene Managementsysteme wie zum Beispiel das Lieferantenmanagement und deren Bedeutung zur Erreichung der beschaffungs- und distributionsspezifischen Unternehmensziele näher erläutert. Eine gesonderte Betrachtung erfahren im Rahmen dieses Kurses die Distribution von Investitionsgütern und spezifische Fragestellungen des Investitionsgütermarketings. Zudem werden Einsatzfelder und Potentiale von Informations- und Kommunikationssystemen in Beschaffungs- und Distributionsprozessen thematisiert und verschiedene Ausprägungsformen vorgestellt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Beschaffung zur Erreichung übergeordneter Unternehmensziele zu verstehen.
- die wesentlichen Prozesse der Beschaffung zu beschreiben sowie Strategien und Konzepte der Beschaffung einzuordnen und anzuwenden.
- Prozesse und Methoden des Lieferantenmanagements zu benennen.
- Einsatzfelder und Formen von Informations- und Kommunikationssystemen zur Unterstützung von Beschaffungsprozessen zu beschreiben.
- Aufgaben, Ziele, Funktionen und Träger der Distribution zu kennen.
- Gestaltungsansätze distributionslogistischer Systeme zu verstehen und hinsichtlich verschiedener Distributionsstrategien einzuordnen.
- die Besonderheiten der Distribution von Investitionsgütern in Abgrenzung zu anderen Gütergruppen zu kennen sowie die verschiedenen Arten des Investitionsgütermarketings beschreiben zu können.
- Formen von elektronischen Marktplätzen in der Beschaffung und Distribution abgrenzen zu können.

Kursinhalt

1. Einkauf und Beschaffung
 - 1.1 Definition „Beschaffung“ und „Beschaffungsprozesse“
 - 1.2 Make-or-Buy-Entscheidungen
 - 1.3 In- und Outsourcing-Strategien
 - 1.4 Beschaffungskonzepte und -strategien
 - 1.5 Beschaffungsmarktforschung
 - 1.6 Lieferantenmanagement
 - 1.7 Information- und Kommunikationstechnik in Einkauf und Beschaffung
 - 1.8 Beschaffungsorganisation
2. Grundlagen der Distribution
 - 2.1 Die Aufgabenfelder der Distribution
 - 2.2 Betriebliche Träger der Distribution
 - 2.3 Distributionslogistik
 - 2.4 Distributionsstrukturen
 - 2.5 Distributionsstrategien
 - 2.6 Operatives Distributionsmanagement

- 3. Distribution von Industriegütern
 - 3.1 Investitionsgütermarketing
 - 3.2 Produktgeschäft
 - 3.3 Anlagengeschäft
 - 3.4 Systemgeschäft
 - 3.5 Zuliefergeschäft

- 4. Trends und Digitalisierung in Beschaffung und Distribution
 - 4.1 Elektronische Marktplätze
 - 4.2 Die Lieferantenkooperation: Das Supplier Relationship Management (SRM)

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Backhaus, K./Voeth, M. (2010): Industriegütermarketing. 9. Auflage, Vahlen, München.
- Heß, G. (2010): Supply-Strategien in Einkauf und Beschaffung. Systematischer Ansatz und Praxisfälle. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hutzschenreuter, T. (2015): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Grundlagen mit zahlreichen Praxisbeispielen. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kleinaltenkamp, M./Plinke, W. (Hrsg.) (2000): Technischer Vertrieb. Grundlagen des Business-to-Business Marketing. 2. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Kummer, S./Grün, O./Jammernegg, W. (2009): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. 2. Auflage, Pearson, München.
- Selzer, G. (2010): Distributionslogistik. Die Steuerung von weltweit vernetzten Warenströmen. Shaker, Aachen.
- Stollenwerk, A. (2012): Wertschöpfungsmanagement im Einkauf. Analysen – Strategien – Methoden – Kennzahlen. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Winkelmann, P. (2010): Marketing und Vertrieb. 7. Auflage, Oldenbourg, München.
- Wöhe, G./Döring, U.: (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage, Vahlen, München.

Kontraktlogistik

Kurscode: DLBLOLD102

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen DLBLOLD101	Kompetenzfeld Transport & Logistik
---	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Aufbauend auf den Basismodulen zur Logistik lernen die Studierenden die Kontraktlogistik als komplexere logistische Dienstleistung kennen. Neben der Bedeutung kontraktlogistischer Dienstleistungen im Portfolio eines Dienstleisters bzw. als Outsourcing-Potenzial eines Industrie- oder Handelskunden stehen auch die Fragen der Vertragsanbahnung und -durchführung im Vordergrund des Interesses. Schließlich werden auch die spezifischen Fragen des Projektmanagements in der Anbahnungs- und Implementierungsphase kontraktlogistischer Projekte thematisiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Begrifflichkeiten der Kontraktlogistik sowie deren wirtschaftliche Einordnung wiederzugeben und zu erläutern.
- die relevanten Potenziale und Einsatzbereiche der Kontraktlogistik zu beschreiben und einzuordnen. Sie kennen auf der Basis der Lehrveranstaltungen sowie ergänzender wissenschaftlicher Literatur die wissenschaftliche Einordnung und die praktische Bedeutung für Dienstleister und Nachfrager.
- Methoden und Anwendungen, die für die Umsetzung kontraktlogistischer Projekte und Prozesse hilfreich sind, zu bewerten und professionell im Unternehmen anzuwenden sowie zur Erarbeitung von Problemlösungen einzusetzen.
- die technischen Systeme zur Umsetzung effektiver und effizienter Kontraktlogistik ebenso zu kennen wie zu analysieren.
- sicher die relevanten Aspekte von Ausschreibungen, Tender-Management sowie rechtlichen Aspekten der Kontraktlogistik vorzustellen und zu kommunizieren.
- die Verknüpfung der Kontraktlogistik mit Unternehmensstrategie und Projektmanagement zu verstehen sowie analysieren zu können.

Kursinhalt

1. Definitionen und Begriffe im Zusammenhang mit der Kontraktlogistik
 - 1.1 Der Logistikbegriff und Entwicklung der Logistik
 - 1.2 Definition Logistikdienstleistungen und Merkmale logistischer Dienstleistungen
 - 1.3 Typisierung von Logistikdienstleistern
 - 1.4 Definition und Teilmärkte der Kontraktlogistik
 - 1.5 Trends und Entwicklungen in der Logistik
2. Outsourcing und Kontraktlogistik
 - 2.1 Die Make-or-Buy-Entscheidung
 - 2.2 Chancen und Risiken des Outsourcings von kontraktlogistischen Leistungen
 - 2.3 Problemfelder der Kontraktlogistik aus unterschiedlichen Perspektiven
3. Der Markt für kontraktlogistische Dienstleistungen
 - 3.1 Marktdaten zur Kontraktlogistik im Überblick
 - 3.2 Kundenanforderungen und nachgefragte Kontraktlogistikleistungen in ausgewählten Branchen
 - 3.3 Der Anbietermarkt und Anbieterprofile im Überblick
4. Ausschreibungen und Tendermanagement in der Kontraktlogistik
 - 4.1 Hauptphasen der Kontraktlogistik-Ausschreibung
 - 4.2 Gestaltungsansätze und -leitlinien in den einzelnen Ausschreibungsphasen

- 5. Rechtliche Grundlagen und Vertragsgestaltung in der Kontraktlogistik
 - 5.1 Gesetzliche Grundlagen von Logistikverträgen
 - 5.2 Rechtliche Aspekte beim Outsourcing kontraktlogistischer Leistungen
 - 5.3 Vergütungsmodelle in der Kontraktlogistik
- 6. Risikomanagement in der Kontraktlogistik
 - 6.1 Grundlagen des Risikomanagements
 - 6.2 Abgrenzung von Risiken in der Kontraktlogistik und Umsetzung des Risikomanagements aus Dienstleistersicht
- 7. Innovative Technologien in der Kontraktlogistik
 - 7.1 Innovative Technologien mit Relevanz für die Kontraktlogistik
 - 7.2 IT-Systemgestaltung in Kontraktlogistikbeziehungen

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Chopra, S./Meindl, P. (2014): Supply Chain Management. Strategie, Planung, Umsetzung. 5. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.
- Handfield, R. et al. (Hrsg.) (2013): Trends and Strategies in Logistics and Supply Chain Management. Embracing Global Logistics Complexity to Drive Market Advantage. BVL International/DVV Bremen/Hamburg.
- Kille, C./Schwemmer, M. (2014): Die Top 100 der Logistik 2014/2015. DVV, Hamburg.
- Krampe, H./Lucke, H.-J./Sachenk, M. (Hrsg.) (2012): Grundlagen der Logistik. Theorie und Praxis logistischer Systeme. 4. Auflage, HUSS-Verlag, München.
- Mühlencoert, T. (2012): Kontraktlogistik-Management. Grundlagen – Beispiele – Checklisten. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Pfohl, H.-C. (2010): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Schmidt, N. (2013): Leitfaden Kontraktlogistik-Ausschreibung. Handlungsempfehlungen und Checklisten für Industrie, Handel und Dienstleister. DVV, Hamburg.
- Stadtler, H./Kilger, C./Meyr, H. (Hrsg.) (2015): Supply Chain Management und Advanced Planning. Concepts, Models, Software, and Case Studies. 5. Auflage, Springer, Berlin.
- Stölzle, W. et al. (Hrsg.) (2007): Handbuch Kontraktlogistik. Management komplexer Logistikdienstleistungen. Wiley-VCH, Weinheim.
- Sydow, J./Möllering, G. (2015): Produktion in Netzwerken. Make, Buy & Cooperate. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Tyssen, C./Klaas-Wissing, T./Stölzle, W. (2010): Studie Kontraktlogistik. Geschäftsbeziehungen in der Kontraktlogistik erfolgreich gestalten. Verstehen – Konzipieren – Implementieren. Cuivillier, Göttingen.
- Vahrenkamp, R./Kotzab, H./Siepermann, C. (2012): Logistik. Management und Strategien, 7. Auflage, Oldenbourg, München.

DLBLOLD102

Industrielles Supply Chain Management II

Modulcode: DLBLOISCM2

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Dr. Philippe Tufinkgi

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Digital Future Industry (DLBLOISCM201) ▪ Innovation im Supply Chain Management (DLBLOISCM202)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Digital Future Industry

- IT-Systeme und digitale Modelle
- Technologieinnovationen als Treiber von Industrie 4.0
- innovative Geschäftsmodelle durch Digitalisierung
- Cyber-physische Systeme und dezentrale Steuerungsstrukturen in digitalen Wertschöpfungsnetzen
- Anwendungsfelder und Einsatzpotentiale von Big-Data-Anwendungen und des Cloud Computing
- Arbeit und Bildung im Zeitalter der Digitalisierung
- Produktionssysteme und Wertschöpfungsnetze der Zukunft („smart“ factory)

Innovation im Supply Chain Management

- Mega- und Makrotrends
- Forschungsfelder für die Produktion von morgen
- Innovationsmanagement
- Open Innovation Konzept
- Verfahren und Methoden in Innovationsprozessen

Qualifikationsziele des Moduls

Digital Future Industry

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Prozessdenkens in der Logistik und im Kontext des Supply Chain Managements einzuordnen und die wichtigsten Merkmale von Prozessen zu benennen.
- IT-Systeme zur Abbildung und Unterstützung betrieblicher Prozesse abzugrenzen und Potentiale durch die Digitalisierung im Bereich der Modellierung in Form des digitalen Zwillings zu beschreiben.
- die verschiedenen Phasen der industriellen Revolution zu benennen und zu charakterisieren.
- gesellschaftliche Entwicklungen und Implikationen für die Arbeitswelt als Folge der Digitalisierung und Industrie 4.0 aufzuzeigen.
- technologische Entwicklungen und Innovationen als Treiber von Industrie 4.0 zu benennen und die durch die Digitalisierung geschaffenen Möglichkeiten zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle zu beschreiben und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- die durch die Digitalisierung eröffneten Potentiale dezentraler Steuerungsstrukturen in digitalen Wertschöpfungsnetzen zu erkennen sowie cyberphysische Systeme und deren Funktionalität sowie Bedeutung im Kontext der Echtzeitsteuerung der industriellen Produktion zu beschreiben.
- Implikationen und Potentiale der Digitalisierung für industrielle Prozesse und die industrielle Produktion strukturiert darzustellen.
- die verbesserten Analysemöglichkeiten durch den Einsatz von Big-Data-Anwendungen aufzuzeigen und in der betrieblichen Praxis zu spiegeln sowie die Bedeutung des Cloud Computing im industriellen Kontext zu erklären.
- die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gestaltung zukünftiger Produktionssysteme und Wertschöpfungsnetzwerke in einer übergeordneten Sicht zu beschreiben und die Zusammenhänge zu anderen gesellschaftlichen Aufgaben und Bereichen wie Bildung und Forschung zu erklären.

Innovation im Supply Chain Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Mega- und Makrotrends mit erheblichem Einfluss auf Industrieunternehmen zu benennen und den Einfluss technologischer, organisatorischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Trends auf Industrieunternehmen zu beschreiben.
- Instrumente zur Analyse und Bewertung technologischer Trends anzuwenden.
- die wichtigsten Forschungsfelder für die Produktion von morgen zu benennen.
- Instrumente und Techniken der Beobachtung und Bewertung von Technologieentwicklungen anzuwenden.
- die Begriffe Idee, Invention und Innovation voneinander abzugrenzen sowie verschiedene Formen von Innovationen zu benennen.
- verschiedene Lebenszyklen- und Lebensphasenkonzepte von Produkten und Technologien zu beschreiben und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- den Zusammenhang zwischen Unternehmens- und Innovationsstrategie zu erklären, die Bedeutung und den Aufbau eines Innovationsmanagements in Industrieunternehmen zu charakterisieren und verschiedene Ansätze der Ressourcennutzung im Rahmen des Innovationsmanagements voneinander abzugrenzen.
- die idealtypische Ablaufstruktur von Innovationsprozessen in die betriebliche Anwendung zu übertragen sowie Verfahren und Methoden für die verschiedenen Phasen eines Innovationsprozesses zu benennen und anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Digital Future Industry

Kurscode: DLBLOISCM201

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Mit der Teilnahme an diesem Kurs erhalten die Studierenden einen umfassenden Einblick in Fragestellungen der Digitalisierung in der industriellen Produktion und in Wertschöpfungsnetzwerken. Zum einen werden dabei die wesentlichen Treiber von Industrie 4.0 in Form technologischer Innovationen und deren Anwendungs- und Einsatzfelder thematisiert und hinsichtlich ihrer Potentiale zur Verbesserung betrieblicher Prozesse eingeordnet sowie im Kontext der Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle diskutiert. Zum anderen werden gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung insbesondere im Hinblick auf die Arbeitswelt von morgen und die Gestaltung der Mensch-Maschine-Schnittstelle vor- und zur Diskussion gestellt.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Prozessdenkens in der Logistik und im Kontext des Supply Chain Managements einzuordnen und die wichtigsten Merkmale von Prozessen zu benennen.
- IT-Systeme zur Abbildung und Unterstützung betrieblicher Prozesse abzugrenzen und Potentiale durch die Digitalisierung im Bereich der Modellierung in Form des digitalen Zwillings zu beschreiben.
- die verschiedenen Phasen der industriellen Revolution zu benennen und zu charakterisieren.
- gesellschaftliche Entwicklungen und Implikationen für die Arbeitswelt als Folge der Digitalisierung und Industrie 4.0 aufzuzeigen.
- technologische Entwicklungen und Innovationen als Treiber von Industrie 4.0 zu benennen und die durch die Digitalisierung geschaffenen Möglichkeiten zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle zu beschreiben und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- die durch die Digitalisierung eröffneten Potentiale dezentraler Steuerungsstrukturen in digitalen Wertschöpfungsnetzen zu erkennen sowie cyberphysische Systeme und deren Funktionalität sowie Bedeutung im Kontext der Echtzeitsteuerung der industriellen Produktion zu beschreiben.
- Implikationen und Potentiale der Digitalisierung für industrielle Prozesse und die industrielle Produktion strukturiert darzustellen.
- die verbesserten Analysemöglichkeiten durch den Einsatz von Big-Data-Anwendungen aufzuzeigen und in der betrieblichen Praxis zu spiegeln sowie die Bedeutung des Cloud Computing im industriellen Kontext zu erklären.
- die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gestaltung zukünftiger Produktionssysteme und Wertschöpfungsnetzwerke in einer übergeordneten Sicht zu beschreiben und die Zusammenhänge zu anderen gesellschaftlichen Aufgaben und Bereichen wie Bildung und Forschung zu erklären.

Kursinhalt

1. Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik
 - 1.1 Systemdenken und Modellbildung
 - 1.2 Prozesse und Prozessdenken – Industrielle Prozesse und Geschäftsprozesse
 - 1.3 Abbildung von betriebswirtschaftlichen Prozessen in IT-Systemen
 - 1.4 Automatisierung und Digitalisierung in der Produktion – der digitale Zwilling
2. Trends und Entwicklungen
 - 2.1 Von der industriellen Revolution bis heute und darüber hinaus – Von der Automatisierung zur Digitalisierung
 - 2.2 Produktion 4.0 und Gesellschaft 4.0 – Evolution und Revolution, soziale Implikationen
 - 2.3 Kooperation Mensch – Roboter – Gemeinsam Kompetenzen für die Produktion entwickeln
 - 2.4 Innovationen und Innovationsmanagement in der Industrie und für die Industrie 4.0

3. Digitale Wertschöpfungsnetzwerke
 - 3.1 Dezentrale Formen der Steuerung – Selbststeuernde Produktionssysteme und Schwarmintelligenz
 - 3.2 Wertschöpfung in Echtzeitkontrolle und -steuerung
 - 3.3 3D-Druck und Implikationen für die industrielle Produktion
 - 3.4 Industrielle Prozesse in einer digitalen Welt
4. Umgang mit großen Datenmengen
 - 4.1 Herausforderungen und Strategien im Umgang mit Big Data in der Produktion
 - 4.2 Technische Lösungen in verschiedenen Anwendungsfeldern – Predictive Maintenance und Künstliche Intelligenz in der Produktion
 - 4.3 Cloud Services in der Produktion von morgen
 - 4.4 Sicherheit und Datenschutz
 - 4.5 Implikationen und Chancen für die Produktionslogistik
5. Produktionssysteme in einer digitalen Welt
 - 5.1 Zukünftiges Design von Produktionssystemen
 - 5.2 Produktionsautomatisierung und Cyber-Physische Systeme
 - 5.3 Digitalisierung weltweiter Produktions- und Liefernetzwerke
 - 5.4 Der Mensch in der Produktion der Zukunft
 - 5.5 Bildung für die digitalisierte Welt – Zukunftskompetenzen für die Produktion von morgen
 - 5.6 Gamification für die Konzeptentwicklung in der Produktion
 - 5.7 Aktuelle Forschungsprojekte für die Produktion

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A. T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains. Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hausladen, I. (2014): IT-gestützte Logistik. Systeme, Prozesse, Anwendungen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich.

Innovation im Supply Chain Management

Kurscode: DLBLOISCM202

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Ausgehend von der Darstellung der übergeordneten Mega- und Makrotrends lernen die Studierenden verschiedene Konzepte zur Einordnung und Bewertung von Technologie- und Produktentwicklungen kennen. Die gezielte Nutzung von Technologieentwicklungen durch die Generierung und Umsetzung von Produkt- und Prozessinnovationen in Industrieunternehmen ist weiterer zentraler Bestandteil des Kurses. Die Studierenden lernen das Innovationsmanagement als wichtigen Baustein des Unternehmenserfolges kennen und Verfahren und Methoden bei der Umsetzung von Innovationsprozessen anzuwenden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Mega- und Makrotrends mit erheblichem Einfluss auf Industrieunternehmen zu benennen und den Einfluss technologischer, organisatorischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Trends auf Industrieunternehmen zu beschreiben.
- Instrumente zur Analyse und Bewertung technologischer Trends anzuwenden.
- die wichtigsten Forschungsfelder für die Produktion von morgen zu benennen.
- Instrumente und Techniken der Beobachtung und Bewertung von Technologieentwicklungen anzuwenden.
- die Begriffe Idee, Invention und Innovation voneinander abzugrenzen sowie verschiedene Formen von Innovationen zu benennen.
- verschiedene Lebenszyklen- und Lebensphasenkonzepte von Produkten und Technologien zu beschreiben und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- den Zusammenhang zwischen Unternehmens- und Innovationsstrategie zu erklären, die Bedeutung und den Aufbau eines Innovationsmanagements in Industrieunternehmen zu charakterisieren und verschiedene Ansätze der Ressourcennutzung im Rahmen des Innovationsmanagements voneinander abzugrenzen.
- die idealtypische Ablaufstruktur von Innovationsprozessen in die betriebliche Anwendung zu übertragen sowie Verfahren und Methoden für die verschiedenen Phasen eines Innovationsprozesses zu benennen und anzuwenden.

Kursinhalt

1. Trends und Entwicklungen in der Industrie und deren Bedeutung für Industrieunternehmen
 - 1.1 Technologische Trends
 - 1.2 Organisatorische Trends
 - 1.3 Wirtschaftliche und gesellschaftliche Trends
 - 1.4 Trendanalyse und -bewertung
2. Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen
 - 2.1 Forschungsfelder für die Produktion von morgen
 - 2.2 Technologiefolgenabschätzung und -bewertung bei Produkten
 - 2.3 Von der Invention zur Innovation
 - 2.4 Produktlebenszyklen und ihr Management
 - 2.5 Typen von Innovationen
3. Innovationen und Innovationsmanagement in Industrieunternehmen
 - 3.1 Zusammenhang zwischen Unternehmens- und Innovationsstrategie
 - 3.2 Innovative Unternehmenskultur – Lernen von Start-ups
 - 3.3 Systematisches Innovationsmanagement – Innovationsprojekte
 - 3.4 Organisatorische Umsetzung von betrieblichen Innovationsprozessen
 - 3.5 Nutzen externer Ressourcen in Innovationsprozessen durch Open Innovation

4. Methoden und Verfahren

- 4.1 Die Stufen von Innovationsprozessen: Stage Gate Prozesse
- 4.2 Ideenfindung und Kreativitätsmethoden
- 4.3 Systematische Analyse und Potenzialbewertung von Ideen
- 4.4 Kreative Zerstörung durch Design Thinking
- 4.5 Dynamische Geschäftsmodelle für die Produktion

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A. T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains. Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hompel, M. ten (Hrsg.) (2013): IT in der Logistik 2013/2014. Fraunhofer Verlag, München.
- Herrmann, D./Hüneke, K./Rohrberg, A. (2012): Führung auf Distanz. Mit virtuellen Teams zum Erfolg. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- White, M. A./Bruton, G. D. (2006): The Management of Technology and Innovation. Thomson South Western, Mason (OH).
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich.

6. Semester

Logistikdienstleistung II

Modulcode: DLBLOLD2

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Digital Future Logistics (DLBLOLD201) ▪ Innovation in der Logistikdienstleistung (DLBLOLD202)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Digital Future Logistics**

- Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik
- Trends und Entwicklungen
- Digitale Wertschöpfungsnetzwerke
- Umgang mit großen Datenmengen
- Logistiksysteme in einer digitalen Welt

Innovation in der Logistikdienstleistung

- Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Methoden und Verfahren

Qualifikationsziele des Moduls**Digital Future Logistics**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen logistischer und wirtschaftlicher Systeme und Prozesse zu verstehen und zu kommunizieren.
- die substantiellen Trends und Entwicklungen in Logistik und Technologie (Automatisierung, Digitalisierung, Robotik) zu verstehen und zu analysieren.
- die Methoden digitaler Wertschöpfungsketten zu analysieren und digitale Geschäftsprozesse in der Logistik anzuwenden und zu entwickeln.
- Umgang, Analyse und Schutz von sensiblen Unternehmens- und Logistik-Daten zu verstehen und zu bewerten.
- die Verknüpfung zwischen Logistik und der zunehmend digitalisierten Welt zu analysieren und im betriebswirtschaftlichen Kontext zu verstehen.

Innovation in der Logistikdienstleistung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Trends aus Technologie, Gesellschaft und Wirtschaft zu erinnern sowie deren Wechselbeziehungen zu verstehen.
- die Grundlagen von Forschung und Innovation im betrieblichen Kontext zu verstehen und damit verbundene Lebenszyklen von Produkten und Dienstleistungen analysieren zu können.
- die Kernaufgaben und Instrumente innovativer Unternehmensstrategie und Unternehmenskultur zu verstehen und zu bewerten sowie darauf aufbauend die Grundlagen betrieblicher Innovationsprozesse zu bewerten.
- die grundlegenden Methoden und Verfahren der Ideenfindung und Innovation zu entwickeln und betriebliche Kreativitäts- und Innovationsprozesse zu bewerten.
- selbstständig die Zusammenhänge von Trends, Forschung, Unternehmensstrategie und Innovationsprozessen zu analysieren und in der Unternehmenspraxis zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Digital Future Logistics

Kurscode: DLBLOLD201

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses Die Teilnahme an dem Kurs soll die Studierenden mit den Zukunftsthemen der Digitalisierung in Logistik, Industrie und Handel vertraut machen. Sie erhalten einen Überblick über den Stand der technischen Entwicklungen und der aktuellen Umsetzung. Darauf aufbauend entwickeln sie Konzepte und Umsetzungsstrategien für ausgewählte betriebliche Kontexte.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen logistischer und wirtschaftlicher Systeme und Prozesse zu verstehen und zu kommunizieren.
- die substantiellen Trends und Entwicklungen in Logistik und Technologie (Automatisierung, Digitalisierung, Robotik) zu verstehen und zu analysieren.
- die Methoden digitaler Wertschöpfungsketten zu analysieren und digitale Geschäftsprozesse in der Logistik anzuwenden und zu entwickeln.
- Umgang, Analyse und Schutz von sensiblen Unternehmens- und Logistik-Daten zu verstehen und zu bewerten.
- die Verknüpfung zwischen Logistik und der zunehmend digitalisierten Welt zu analysieren und im betriebswirtschaftlichen Kontext zu verstehen.

Kursinhalt

1. Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik
 - 1.1 Systemdenken und Modellbildung – Digitale Modelle in der Logistik
 - 1.2 Prozesse und Prozessdenken in der Logistik
 - 1.3 Abbildung von betriebswirtschaftlichen Prozessen in IT-Systemen
 - 1.4 Workflow Management – Automatisierung und Digitalisierung von administrativen Prozessen
2. Trends und Entwicklungen mit Bedeutung für die Logistik
 - 2.1 Von der industriellen Revolution bis heute und darüber hinaus – Von der Automatisierung zur Digitalisierung
 - 2.2 Logistik 4.0 und Gesellschaft 4.0 – Evolution und Revolution
 - 2.3 Kooperation Mensch – Roboter in Transport- und Lagerprozessen
 - 2.4 Innovationen und Innovationsmanagement in der Logistik
3. Digitale Wertschöpfungsnetzwerke in der Logistik
 - 3.1 Selbststeuernde Systeme – Technologien und Organisation – Schwarmintelligenz
 - 3.2 Cyberphysische Systeme in Transport Verkehr und Lagerprozessen
 - 3.3 3D-Druck und Implikationen für die Logistik
 - 3.4 Geschäftsprozesse in einer digitalisierten Logistik
4. Umgang mit großen Datenmengen in der Logistik
 - 4.1 Herausforderungen und Strategien im Umgang mit Big Data
 - 4.2 Technische Lösungen in verschiedenen Anwendungsfeldern, Predictive Logistics, Künstliche Intelligenz
 - 4.3 Cloud Services, Sicherheit und Datenschutz
 - 4.4 Implikationen und Chancen für die Logistik

- 5. Logistiksysteme in einer digitalen Welt
 - 5.1 Zukünftiges Design von Logistiksystemen
 - 5.2 Smarte Logistik und new technical devices
 - 5.3 Der Mensch in der Logistik der Zukunft
 - 5.4 Bildung für die digitalisierte Welt – neue Kompetenzen für die Logistik
 - 5.5 Gamification in der Logistikaus- und weiterbildung

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A.T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains. Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hausladen, I. (2014): IT-gestützte Logistik. Systeme, Prozesse, Anwendungen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich.
- Computerwoche
- Zeitschrift für Führung und Organisation

Innovation in der Logistikdienstleistung

Kurscode: DLBLOLD202

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Es werden innovative Ideen entwickelt und in virtuellen Teams in einem definierten Prozess konkretisiert. Es ist das Ziel, für ein konkretes betriebliches Umfeld Umsetzungsstrategien und Implementierungsvorschläge zu erarbeiten und kritisch zu bewerten. Der für das Präsenzstudium definierte Laborcharakter wird hier durch die Bildung virtueller Teams, ggf. mit den Tutoren des Programms und weiteren Beteiligten, z. B. im Rahmen eines „Open Innovation Prozesses“ abgebildet.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Trends aus Technologie, Gesellschaft und Wirtschaft zu erinnern sowie deren Wechselbeziehungen zu verstehen.
- die Grundlagen von Forschung und Innovation im betrieblichen Kontext zu verstehen und damit verbundene Lebenszyklen von Produkten und Dienstleistungen analysieren zu können.
- die Kernaufgaben und Instrumente innovativer Unternehmensstrategie und Unternehmenskultur zu verstehen und zu bewerten sowie darauf aufbauend die Grundlagen betrieblicher Innovationsprozesse zu bewerten.
- die grundlegenden Methoden und Verfahren der Ideenfindung und Innovation zu entwickeln und betriebliche Kreativitäts- und Innovationsprozesse zu bewerten.
- selbstständig die Zusammenhänge von Trends, Forschung, Unternehmensstrategie und Innovationsprozessen zu analysieren und in der Unternehmenspraxis zu bewerten.

Kursinhalt

1. Trends und Entwicklungen in der Logistik und mit Bedeutung
 - 1.1 Technologische Trends
 - 1.2 Organisatorische Trends
 - 1.3 Wirtschaftliche und gesellschaftliche Trends
 - 1.4 Trendanalyse und -bewertung
2. Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen als Basis für Innovationen in der Logistik
 - 2.1 Forschungsfelder
 - 2.2 Technologiefolgenabschätzung und -bewertung als unternehmerische Aufgabe im Logistikunternehmen
 - 2.3 Von der Invention zur Innovation
 - 2.4 Produkt- und Dienstleistungslebenszyklen
 - 2.5 Typen von Innovationen
3. Innovationen und Innovationsmanagement in der Logistik
 - 3.1 Unternehmensstrategie und Innovationen
 - 3.2 Innovative Unternehmenskultur
 - 3.3 Innovationen in Dienstleistungsunternehmen
 - 3.4 Gestalten von betrieblichen Innovationsprozessen
 - 3.5 Externe Kompetenzen für die Logistik nutzen – Kooperationen und Interaktionen
 - 3.6 Neue Wettbewerber im Feld der Logistik

- 4. Methoden und Verfahren mit Fokus auf die Anwendung in der Logistik
 - 4.1 Die Stufen von Innovationsprozessen, Stage Gate Prozesse
 - 4.2 Ideenfindung und Kreativitätsmethoden
 - 4.3 Systematische Analyse und Potenzialbewertung
 - 4.4 Kreative Zerstörung vs. kontinuierliche Innovation
 - 4.5 Design thinking – den Kunden des Logistikers im Fokus
 - 4.6 Geschäftsmodelle entwickeln: Das Business Canvas Modell

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A.T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains. Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hompel, M. ten (Hrsg.) (2013): IT in der Logistik 2013/2014. Fraunhofer Verlag, München.
- Herrmann, D./Hüneke, K./Rohrberg, A. (2012): Führung auf Distanz. Mit virtuellen Teams zum Erfolg. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- White, M. A./Bruton, G. D. (2006): The Management of Technology and Innovation. Thomson South Western, Mason (OH).
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschbroich.
- Ausgewählte Filme/Bücher aus dem SciFi-Genre

DLBLOLD202

Service Operations Management

Modulcode: DLBLOWSOM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 210 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Logistics Operations Management (DLBLOWSOM01) ▪ Projekt: New Work (DLBPEPNW01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung	Teilmodulprüfung <u>Logistics Operations Management</u> Klausur, 90 <u>Projekt: New Work</u> Portfolio
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Logistics Operations Management**

- Logistics Operations Management im Spannungsfeld steigender Anforderungen
- Management betrieblicher Zielgrößen
- Prozessentwicklung
- Auftragsplanung und -steuerung
- Qualitätsmanagementsysteme
- Operations Research
- Prozesse verbessern

Projekt: New Work

Der Kurs befasst sich mit den Veränderungen der Arbeit, Führung und Organisation von Unternehmen, die infolge von Megatrends derzeit auf die Unternehmen einwirken.

Qualifikationsziele des Moduls**Logistics Operations Management**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Logistics Operations Management im Spannungsfeld steigender Anforderungen einzuordnen, die grundlegenden Zielsetzungen abzuleiten sowie die Bedeutung und Aufgaben zu überblicken.
- betriebliche Zielgrößen zur Steuerung der logistischen Wertschöpfungsprozesse zu bewerten und auf den Ergebnissen wirksame Handlungsmaßnahmen abzuleiten.
- Subsysteme und Kernprozesse der Logistik aus unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu beschreiben und anhand unterschiedlicher Konzepte zu bewerten.
- die Bedeutung und den Nutzen von Qualitätsmanagementsystemen in Zusammenhang mit der betrieblichen Leistungserstellung reflektiert zu betrachten.
- wesentliche Methoden des Operations Research zur Entscheidungsunterstützung im Rahmen charakteristischer Problemstellungen anzuwenden.
- Wichtige Elemente und Prinzipien zur Prozessverbesserung zu beschreiben und die Rolle der Führungskräfte zu erkennen und in den Gesamtkontext einzuordnen.

Projekt: New Work

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff New Work inhaltlich zu belegen und zu definieren.
- ein Mindset für Veränderungen der Arbeit, Führung und Organisation im Zuge wichtiger Megatrends und ihrer Auswirkungen zu entwickeln.
- die einzelnen Stufen von Veränderungsprozessen im Zuge des New Work-Gedankens zu erklären und in einem Beispielprojekt zu durchlaufen.
- wichtige Methoden und Werkzeuge in Veränderungsprozessen einzusetzen.
- die wichtigsten Lernerkenntnisse für Veränderungsprozesse zu reflektieren und zu dokumentieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik und Human Resources auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik und Human Resources

Logistics Operations Management

Kurscode: DLBLOWSOM01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Logistics Operations Management stellt neben den Bereichen Personal-, Finanz- und Marketingmanagement eines der zentralen Elemente in der Unternehmensführung dar. Im Kern geht es um die effektive und effiziente Planung, Steuerung und Kontrolle aller betrieblichen Geschäfts- und Arbeitsabläufe, die mit der Produktion von Waren oder Erbringung von Dienstleistungen verbunden sind. Dieser Kurs vermittelt den Studierenden einen Überblick über die Rahmenbedingungen, Vorgehensweisen, Methoden, Planungs- und Steuerungstools zur optimalen Gestaltung logistischer Wertschöpfungsprozesse. Darüber hinaus lernen Sie die Bedeutung von Qualitätsmanagementsystemen in Bezug auf die Logistik kennen. Die Studierenden erkennen, wie komplexe Aufgaben der Logistik immer auf Basis einer material- und informationsflussorientierten Prozessentwicklung transparent und beherrschbar gemacht werden müssen. Da charakteristische Problemstellungen im Operations Management teilweise komplexe Zusammenhänge beinhalten, werden den Studierenden verschiedene Teilgebiete des Operations Research und ihre Anwendungsmöglichkeiten zur Entscheidungsfindung vermittelt. Die Studierenden erfahren, dass gerade im Logistics Operations Management die kontinuierliche Verbesserung der Prozesse zum „daily business“ gehört und Führungskräften eine entscheidende Rolle zukommt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Logistics Operations Management im Spannungsfeld steigender Anforderungen einzuordnen, die grundlegenden Zielsetzungen abzuleiten sowie die Bedeutung und Aufgaben zu überblicken.
- betriebliche Zielgrößen zur Steuerung der logistischen Wertschöpfungsprozesse zu bewerten und auf den Ergebnissen wirksame Handlungsmaßnahmen abzuleiten.
- Subsysteme und Kernprozesse der Logistik aus unterschiedlichen Betrachtungsweisen zu beschreiben und anhand unterschiedlicher Konzepte zu bewerten.
- die Bedeutung und den Nutzen von Qualitätsmanagementsystemen in Zusammenhang mit der betrieblichen Leistungserstellung reflektiert zu betrachten.
- wesentliche Methoden des Operations Research zur Entscheidungsunterstützung im Rahmen charakteristischer Problemstellungen anzuwenden.
- Wichtige Elemente und Prinzipien zur Prozessverbesserung zu beschreiben und die Rolle der Führungskräfte zu erkennen und in den Gesamtkontext einzuordnen.

Kursinhalt

1. Logistics Operations Management im Spannungsfeld steigender Anforderungen
 - 1.1 Erstellung zuverlässiger Nachfrageprognosen
 - 1.2 Standortplanung und Reaktionszeiten
 - 1.3 Bestandsmanagement und Produktionssteuerung
 - 1.4 Prioritätsregeln zur Planung und Steuerung von Abläufen

2. Management betrieblicher Zielgrößen
 - 2.1 Durchlaufzeiten
 - 2.2 Bestandsmanagement
 - 2.3 Liefertreue
 - 2.4 Produktivität
 - 2.5 Qualität
3. Prozessentwicklung
 - 3.1 Geschäftsprozessmodelle
 - 3.2 Ereignisgesteuerte Prozesskette
 - 3.3 Prozessflussanalyse
 - 3.4 Wertstromdesign
 - 3.5 Arbeitsplan
4. Auftragsplanung und -steuerung
 - 4.1 Auftragsarten
 - 4.2 ABC-, XYZ-Analyse des Verbraucherverhaltens
 - 4.3 Aachener PPS-Modell
 - 4.4 Grundprinzipien der Auftragserzeugung
 - 4.5 Technische Bausteine der Smart Factory
5. Qualitätsmanagementsysteme
 - 5.1 Aufgaben und Ziele von Qualitätsmanagementsystemen
 - 5.2 Qualitätsmanagementsysteme nach DIN EN ISO 9000ff.
 - 5.3 Integrierte Managementsysteme
 - 5.4 Total Quality Management
 - 5.5 Methoden und Werkzeuge
6. Operations Research
 - 6.1 Charakteristische Problemstellungen
 - 6.2 Lineare Optimierung mit zwei Variablen
 - 6.3 Methoden zur Lösung klassischer Transportprobleme
 - 6.4 Netzplantechnik
 - 6.5 Warteschlangentheorie

7. Prozesse verbessern
 - 7.1 Kontinuierlicher Verbesserungsprozess und Serviceorientierung
 - 7.2 Lean Logistics
 - 7.3 Die Rolle von Führungskräften
 - 7.4 Visuelles Management – Abweichungen sichtbar machen

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Domschke, W./ et al (2015): Einführung in Operations Research, 9. überarbeitete und verbesserte Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Domschke, W./ et al (2015): Übungen und Fallbeispiele zum Operations Research, 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Grabner, T. (2019): Operations Management, 4. aktualisierte Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kummer, S./ Grün, O./ Jammerneegg, W. (2018): Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, 4. aktualisierte Auflage, Pearson, Deutschland.
- Tempelmeier, H. (2014): Produktion und Logistik, 8. überarbeitete Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Fahr, P./ et al (2014): BPM – Rotes Tuch oder Heilsbringer (URL: <https://www.process.vogel.de/bpm-rotes-tuch-oder-heilsbringer-a-466195/> [letzter Zugriff: 11.11.2020]).

Projekt: New Work

Kurscode: DLBPEPNW01

Kursart Projekt	Studienform	Niveau BA
---------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Personalwesen
--	---------------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Portfolio

Beschreibung des Kurses Der Begriff New Work als Klammerbegriff für alle Veränderungen zu Arbeit, Führung und Organisation steht im Vordergrund dieses Kurses und soll von den Studierenden praxisorientiert mit Inhalten belegt werden. Auf Basis eines Projektes aus der betrieblichen HR-Praxis mit dem Schwerpunkt New Work wird ein Portfolio erarbeitet, in dem die Studierenden ihre wichtigsten Lernerkenntnisse reflektieren und dokumentieren. Die Kompetenzen der Studierenden sollen dabei in fachlicher, methodischer, personaler und sozialer Sicht geschärft werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff New Work inhaltlich zu belegen und zu definieren.
- ein Mindset für Veränderungen der Arbeit, Führung und Organisation im Zuge wichtiger Megatrends und ihrer Auswirkungen zu entwickeln.
- die einzelnen Stufen von Veränderungsprozessen im Zuge des New Work-Gedankens zu erklären und in einem Beispielprojekt zu durchlaufen.
- wichtige Methoden und Werkzeuge in Veränderungsprozessen einzusetzen.
- die wichtigsten Lernerkenntnisse für Veränderungsprozesse zu reflektieren und zu dokumentieren.

Kursinhalt

- New Work beschäftigt sich mit Veränderungen, die sich aus Megatrends für die Arbeit, die Führung und die Organisation ergeben. Diese Megatrends können etwa die Digitalisierung, die Globalisierung, der demografische Trend oder der Wertewandel sein. Mögliche Inhalte des Kurses sind daher
 - neue Modelle zur Arbeitsplatzgestaltung (z.B. Co-Working space)
 - neue Modelle der Zusammenarbeit (z.B. virtuelle Teams, altersgemischte Teams)
 - neue Modelle der Führung (z.B. Shared leadership, agile Führung)
 - agile Organisation (z.B. Holocracy)
 - Auswirkungen auf die Personalarbeit (z.B. Verlagerung der Verantwortung für lebenslanges Lernen auf den Mitarbeiter)
- Der Veränderungsprozess, der mit der Einführung solch neuer Konzepte einhergeht, soll beispielhaft dargestellt und die wichtigen Lernerkenntnisse des Studierenden reflektiert und dokumentiert werden.

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Doppler, K. et al. (2013): Unternehmenswandel gegen Widerstände: Change Management mit den Menschen. Campus-Verlag, Frankfurt/New York.
- Fortmann, H.R./Kolocek, B. (Hrsg.) (2018): Arbeitswelt der Zukunft. Trends – Arbeitsraum – Menschen – Kompetenzen. SpringerGabler-Verlag, Wiesbaden.
- Hermeier, B./Heupel, T./Fichtner-Rosada, S. (Hrsg.) (2019): Arbeitswelten der Zukunft. Wie die Digitalisierung unsere Arbeitsplätze und Arbeitsweisen verändert. SpringerGabler-Verlag, Wiesbaden.
- Lauer, T. (2014): Change Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren. 2. Auflage, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg.
- Wörwag, S./Cloots, A. (Hrsg.) (2018): Zukunft der Arbeit – Perspektive Mensch. SpringerGabler-Verlag, Wiesbaden.

Risikomanagement in Supply Chain Netzwerken

Modulcode: DLBLOWRSCN

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen	Niveau BA
----------------------------------	-------------------------------	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bausteine für ein wirksames Risikomanagement (DLBLOWRSCN01) ▪ Supply Chain Management II (BWSC02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Bausteine für ein wirksames Risikomanagement

- Grundlagen Risikomanagement
- Risikomanagement in der Logistik
- Risiken identifizieren
- Risiken bewerten
- Risiken steuern
- Risiken überwachen
- Einfluss der Digitalisierung auf das Risikomanagement

Supply Chain Management II

- Strategische Aspekte des SCMs
- SCM-Praxis: Aufgaben und Aktivitäten im Kernprozess Planung
- SCM-Praxis: Aufgaben und Aktivitäten im Kernprozess Beschaffung
- SCM-Praxis: Aufgaben und Aktivitäten im Kernprozess Produktion
- SCM-Praxis: Aufgaben und Aktivitäten im Kernprozess Distribution

Qualifikationsziele des Moduls

Bausteine für ein wirksames Risikomanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Risikomanagement in seinen Grundlagen zu beschreiben, die wesentlichen Bausteine eines Risikomanagementsystems zu benennen, organisatorisch einzuordnen und ausgewählte Risikomanagementstandards zu überblicken.
- charakteristische Risikobereiche in der Logistik sowie die Risikoquellen in der Supply Chain innerhalb des Regelkreises zu bewerten und die Bedeutung des strategischen Risikomanagementansatzes zu erkennen.
- die wesentlichen Bausteine eines Risikomanagementsystems hinsichtlich Zielsetzung und Instrumenteneinsatz zu beschreiben und gegeneinander abzugrenzen.
- die Probleme und Herausforderungen innerhalb der einzelnen Bausteine im Risikomanagementprozess zu bewerten und phasenspezifisch wirksame Handlungsempfehlungen herauszuarbeiten.
- den Einfluss der Digitalisierung auf das Risikomanagement reflektiert zu betrachten und Verbesserungspotenziale abzuleiten.

Supply Chain Management II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Relevanz unternehmensgreifender Wertschöpfungsprozesse in systematischer Weise zu erklären.
- die wichtigsten Aufgaben und Problem im SCM-Kernprozess Planung zu benennen.
- die Elemente und Zusammenhänge im CPFR-Modell in differenzierter Weise zu systematisieren.
- Merkmale und Besonderheiten der sog. Kontraktlogistik zu erläutern.
- die wichtigsten Aufgaben und Probleme im SCM-Kernprozess Beschaffung zu erklären.
- zentrale Elemente und Merkmale einer Beschaffungsstrategie zu erläutern.
- wichtigsten Aufgaben und Probleme im SCM-Kernprozess Produktion zu benennen.
- zentrale Elemente und Merkmale einer modernen Produktionsstrategie zu erläutern.
- die wichtigsten Aufgaben und Probleme im SCM-Kernprozess Distribution zu erklären.
- zentrale Elemente und Merkmale des sog. ECR-Konzeptes zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Bausteine für ein wirksames Risikomanagement

Kurscode: DLBLOWRSCN01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Unternehmerische Tätigkeit ist immer mit Unsicherheiten verbunden. Aufgabe eines wirksamen Risikomanagementsystems ist es, die Chancen und Risiken systematisch zu identifizieren, sie hinsichtlich potenzieller Auswirkungen auf das Unternehmen zu bewerten, ereignisorientiert zu steuern und prozessabhängig zu überwachen. Dieser Kurs vermittelt den Studierenden einen Überblick über die charakteristischen Problemstellungen und Herausforderungen im Risikomanagementprozess in der Logistik und in der Supply Chain. Darüber hinaus wird die Funktionsweise des Risikomanagement-Regelkreises sowie die Bedeutung des strategischen Risikomanagementansatzes für den Unternehmenserfolg vermittelt. Die Studierenden erkennen, wie komplexe Risikobereiche phasenspezifisch betrachtet werden müssen, um sie auf Basis einer umfassenden Ursachenanalyse transparent und beherrschbar zu machen. Hierbei erfahren die Studierenden, dass die Digitalisierung vielfache Möglichkeiten bietet, den Risikomanagementprozess an wichtigen Stellen aktiv zu unterstützen und die Wirksamkeit des Risikomanagementsystems zu erhöhen.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Risikomanagement in seinen Grundlagen zu beschreiben, die wesentlichen Bausteine eines Risikomanagementsystems zu benennen, organisatorisch einzuordnen und ausgewählte Risikomanagementstandards zu überblicken.
- charakteristische Risikobereiche in der Logistik sowie die Risikoquellen in der Supply Chain innerhalb des Regelkreises zu bewerten und die Bedeutung des strategischen Risikomanagementansatzes zu erkennen.
- die wesentlichen Bausteine eines Risikomanagementsystems hinsichtlich Zielsetzung und Instrumenteneinsatz zu beschreiben und gegeneinander abzugrenzen.
- die Probleme und Herausforderungen innerhalb der einzelnen Bausteine im Risikomanagementprozess zu bewerten und phasenspezifisch wirksame Handlungsempfehlungen herauszuarbeiten.
- den Einfluss der Digitalisierung auf das Risikomanagement reflektiert zu betrachten und Verbesserungspotenziale abzuleiten.

Kursinhalt

1. Grundlagen Risikomanagement
 - 1.1 Risikobegriff und Risikoarten
 - 1.2 Risikomanagement und Risikomanagementsystem
 - 1.3 Organisation des Risikomanagements
 - 1.4 Ausgewählte Risikomanagementstandards
2. Risikomanagement in der Logistik
 - 2.1 Charakteristische Risikobereiche in der Logistik
 - 2.2 Risikoquellen in der Supply Chain
 - 2.3 Systemische Risiken und Resilienz
 - 2.4 Strategischer Risikomanagementansatz und Unternehmenserfolg
 - 2.5 Risikomanagement-Regelkreis
3. Risiken identifizieren
 - 3.1 Begriff und Ziele der Risikoidentifikation
 - 3.2 Instrumente der Risikoidentifikation
 - 3.3 Probleme und Herausforderungen der Risikoidentifikation
 - 3.4 Handlungsempfehlungen für eine wirksame Risikoidentifikation

- 4. Risiken bewerten
 - 4.1 Begriff und Ziele der Risikobewertung
 - 4.2 Instrumente der Risikobewertung
 - 4.3 Probleme und Herausforderungen der Risikobewertung
 - 4.4 Handlungsempfehlungen für eine wirksame Risikobewertung

- 5. Risiken steuern
 - 5.1 Begriff, Ziel und Kalküle der Risikosteuerung
 - 5.2 Strategiemix der Risikosteuerung
 - 5.3 Instrumente und Maßnahmen zur Risikosteuerung
 - 5.4 Probleme und Herausforderungen der Risikosteuerung
 - 5.5 Handlungsempfehlungen für eine wirksame Risikosteuerung

- 6. Risiken überwachen
 - 6.1 Begriff, Ziele und Arten der Risikoüberwachung
 - 6.2 Prozessabhängige Risikoüberwachung
 - 6.3 Probleme und Herausforderungen der Risikoüberwachung
 - 6.4 Handlungsempfehlungen für eine wirksame Risikoüberwachung

- 7. Einfluss der Digitalisierung auf das Risikomanagement
 - 7.1 Verbesserte Datenanalyse durch Automatisierungstechniken
 - 7.2 Echtzeitüberwachung identifizierter Risiken
 - 7.3 Gesteigerte Transparenz von Risikokennzahlen

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- BME Verband (2017): Risikomanagement mit Defiziten. (URL: <https://www.bme.de/risikomanagement-mit-defiziten-2306/> [letzter Zugriff: 12.11.2020]).
- Huth, M./ Romeike, F. (2015): Risikomanagement in der Logistik. Konzepte – Instrumente – Anwendungsbeispiele. 1. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Romeike, F. (2018): Risikomanagement. 1. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Risk-Management & Rating Association e.V. Hrsg. (2020): Krisenbewältigung mit Risikomanagement – Jahrbuch Risikomanagement 2020, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Schmitz, T. (2006): Risikomanagement. Grundlagen – Theorie – Praxis. Beck Verlag, München.
- RiskNET GmbH: Der Prozess des Risikomanagements. (URL: <https://www.risknet.de/wissen/risk-management-prozess/> [letzter Zugriff: 13.11.2020]).

Supply Chain Management II

Kurscode: BWSC02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen	Kompetenzfeld Transport & Logistik
-------------------------------	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Aus der Perspektive der strategischen Managementforschung und Praxis stehen die unter dem Begriff SCM gefassten Aktivitäten in enger Verbindung mit dem Bemühen zum Aufbau und/oder dem Erhalt erosionsstabiler betrieblicher Wettbewerbsvorteile. Eine grundsätzliche Erörterung dieses Zusammenhangs bildet den Ausgangspunkt dieses Kurses. Auf dieser Grundlage erfolgt danach im Rückgriff auf das sog. SCOR-Modell eine differenzierte Analyse von strategierelevanten Aktivitäten und Instrumenten im Bereich der Prozesskategorien Plan, Source, Make, Deliver und Return. Besondere Aufmerksamkeit wird dabei den praxisrelevanten Bereichen des SCMs gewidmet, bspw. also dem sog. Order-Promising (Plan), dem sog. Supplier-Relation-Management (Source), dem sog. Postponement (Make) oder dem sog. ECR-Konzept (Deliver).</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Relevanz unternehmensgreifender Wertschöpfungsprozesse in systematischer Weise zu erklären.
- die wichtigsten Aufgaben und Problem im SCM-Kernprozess Planung zu benennen.
- die Elemente und Zusammenhänge im CPFR-Modell in differenzierter Weise zu systematisieren.
- Merkmale und Besonderheiten der sog. Kontraktlogistik zu erläutern.
- die wichtigsten Aufgaben und Probleme im SCM-Kernprozess Beschaffung zu erklären.
- zentrale Elemente und Merkmale einer Beschaffungsstrategie zu erläutern.
- wichtigsten Aufgaben und Probleme im SCM-Kernprozess Produktion zu benennen.
- zentrale Elemente und Merkmale einer modernen Produktionsstrategie zu erläutern.
- die wichtigsten Aufgaben und Probleme im SCM-Kernprozess Distribution zu erklären.
- zentrale Elemente und Merkmale des sog. ECR-Konzeptes zu erläutern.

Kursinhalt

1. Strategische Aspekte des SCM
 - 1.1 Strategisches Denken und Handeln: Grundsätzliches
 - 1.2 Wettbewerbsschwerpunkt und SCM
 - 1.3 Wettbewerbsort und SCM
 - 1.4 Wettbewerbsregeln und SCM
2. SCM-Praxis: Kernprozess Planung
 - 2.1 Allgemeine Vorüberlegungen
 - 2.2 Collaborative Planning, Forecasting and Peplenishment
 - 2.3 Order Promising
 - 2.4 Kanban
 - 2.5 Integration von X-PL-Logistikdienstleistern
3. SCM-Praxis: Kernprozess Beschaffung
 - 3.1 Allgemeine Vorüberlegungen
 - 3.2 Produktionssynchrone Beschaffung
 - 3.3 Sourcing-Konzepte
 - 3.4 Supplier Relations Management
4. SCM-Praxis: Kernprozess Produktion
 - 4.1 Ausgewählte Aspekte zum Problemhintergrund
 - 4.2 Collaborative Engineering
 - 4.3 Postponement-Strategien
 - 4.4 Value Added Partnership

5. SCM-Praxis: Kernprozess Distribution
 - 5.1 Grundsätzliches zum Distributionsproblem
 - 5.2 Efficient Consumer Response (ECR)
 - 5.3 Konsignationslager

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Arndt, H. (2018): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Beckmann, H. (2012): Prozessorientiertes Supply Chain Engineering. Strategien, Konzepte und Methoden zur modellbasierten Gestaltung. Gabler-Verlag | Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Heiserich, O.E./Helbig, K./Ullmann, W. (2011): Logistik. Eine praxisorientierte Einführung. 4. Auflage, Gabler-Verlag | Springer Fachmedien, Wiesbaden 2011.
- Hungenberg, H. (2014): Strategisches Management in Unternehmen. Ziele-Prozesse-Verfahren. 8. Auflage, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2010): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8 Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2013): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Werner, H. (2013): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

Unternehmensfinanzierung

Modulcode: DLFUGG

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ keine 	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Gerhard Sälzer
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Corporate Finance (DLFUGG01) ▪ Finanzmanagement (DLFUGG02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Corporate Finance**

- strategische Fragen der Finanzierung: Shareholder value, Kapitalstrukturpolitik, Financial modeling, Unternehmensbewertung, Unternehmenstransaktionen, Ausschüttungspolitik

Finanzmanagement

- operative Fragen der Finanzierung: Kapitalbedarf und Finanzierung im Lebenszyklus, Eigenkapitalorientierte Instrumente der Finanzierung, Fremdkapitalorientierte Finanzierungsinstrumente, Hybride Finanzierungsinstrumente, Spezifische Finanzierungssituationen, Working Capital Management

Qualifikationsziele des Moduls**Corporate Finance**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Finanzmodule als wesentliches Instrument der Corporate Finance zu modellieren, zu analysieren und im Hinblick auf wichtige finanzwirtschaftliche Key Performance-Indikatoren zu interpretieren.
- Unternehmensbewertungen mit marktüblichen Verfahren selbstständig durchzuführen und die Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Milestones bei der Umsetzung von Unternehmenstransaktionen – wie z. B. die finanzielle Due Diligence – zu benennen und durchzuführen.
- strategische Zielsetzungen von Unternehmen im Zusammenhang mit Unternehmenstransaktionen zu analysieren und ökonomisch zu bewerten.
- die Ausschüttungspolitik von Unternehmen zu bewerten und mit Hilfe der verschiedenen Instrumente in der Praxis zielgerichtet umzusetzen.
- die im Kurs erlernten und diskutierten Ansätze – soweit sinnvoll – in Microsoft Excel umzusetzen und praktisch zu implementieren.

Finanzmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- idealtypische Unternehmenszyklen basierend auf Produkt-, Technologie- oder Branchenlebenszyklen zu beschreiben und die spezifischen Anforderungen an die Unternehmensfinanzierung zu erkennen.
- einen problemadäquaten und zykluspezifischen Finanzierungsmix abzuleiten.
- typische Finanzierungsformen der Eigen-, Fremd- und Hybridfinanzierung den Lebenszyklusphasen der Unternehmen zuzuordnen. Außerdem haben sie ein genaues Verständnis über wichtige Finanzierungsinstrumente der Praxis erworben.
- mögliche Finanzierungsstrukturen für spezifische Unternehmenssituationen selbstständig zu entwickeln.
- kurzfristige Finanzierungsmöglichkeiten mit Hilfe des Working Capital Managements aufzuzeigen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Finanzen & Steuern

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Corporate Finance

Kurscode: DLFUFG01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Finanzen & Steuern
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Corporate Finance“ legt den Schwerpunkt auf strategische Aspekte der Unternehmensfinanzierung. Ausgehend vom Shareholder-Value-Ansatz und der ökonomischen Bewertung von Unternehmensstrategien wird zunächst die Funktion und Bedeutung der Unternehmensfinanzierung für die Erreichung der Unternehmensziele thematisiert. Die Studierenden werden im ersten Block nochmals vertiefend in die Analyse von Finanzberichten und die Ableitung und Interpretation zentraler finanzieller Key Performance-Indikatoren zur Bewertung der finanziellen Situation von Unternehmen eingeführt. Die Gestaltung der optimalen Kapitalstruktur als wesentliches Entscheidungsfeld der Corporate Finance wird im folgenden Abschnitt erörtert. Mit den Theorem von Modigliani/ Miller werden finanzierungstheoretische Grundlagen dargestellt und die Studierenden lernen, welchen Einfluss Leverage Effekt und Kapital- und Agency Kosten auf die optimale Finanzierungsstruktur haben. Eine wesentliche Grundlage und Voraussetzung für viele Fragestellungen der Unternehmensfinanzierung ist der sog. Business Case und dabei insbesondere das Finanzplanungsmodul, i. e. S. bestehend aus Bilanz, GuV und Cashflow-Rechnung. Studierende erlernen die Modellierung und Analyse dieser Finanzmodule. Der Business Case ist auch eine wichtige Grundlage der Unternehmensbewertung. In diesem Block lernen die Studierenden wichtige praktisch relevante Methoden und Verfahren der Unternehmensbewertung anzuwenden und deren Ergebnisse – insbesondere auch im Vergleich der verschiedenen Verfahren – kritisch zu hinterfragen. Von besonderer praktischer Bedeutung ist der Discounted Cash Flow Ansatz, der in unterschiedlichen Varianten zur Anwendung kommt und in einem gesonderten Kapitel ausführlich behandelt wird. Ein weiterer Themenblock widmet sich Unternehmenstransaktionen und der Restrukturierung von Unternehmen im Wege der Fusion, der Übernahme oder durch Unternehmensverkauf. Transaktionsprozesse sollen analysiert (z. B. finanzielle Due Diligence als ein Milestone) und die Motivation und Vorteilhaftigkeit von Unternehmenstransaktionen erläutert werden. Abschließend wird die Ausschüttungspolitik von Unternehmen vor dem Hintergrund des Shareholder Value Ansatzes diskutiert und es werden verschiedene Instrumente dargestellt und bewertet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Finanzmodule als wesentliches Instrument der Corporate Finance zu modellieren, zu analysieren und im Hinblick auf wichtige finanzwirtschaftliche Key Performance-Indikatoren zu interpretieren.
- Unternehmensbewertungen mit marktüblichen Verfahren selbstständig durchzuführen und die Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.
- wichtige Milestones bei der Umsetzung von Unternehmenstransaktionen – wie z. B. die finanzielle Due Diligence – zu benennen und durchzuführen.
- strategische Zielsetzungen von Unternehmen im Zusammenhang mit Unternehmenstransaktionen zu analysieren und ökonomisch zu bewerten.
- die Ausschüttungspolitik von Unternehmen zu bewerten und mit Hilfe der verschiedenen Instrumente in der Praxis zielgerichtet umzusetzen.
- die im Kurs erlernten und diskutierten Ansätze – soweit sinnvoll – in Microsoft Excel umzusetzen und praktisch zu implementieren.

Kursinhalt

1. Corporate Finance und Shareholder-Value
 - 1.1 Corporate Finance und Unternehmensziele
 - 1.2 Corporate Finance und die wichtigsten finanziellen Key Performance Indicators
2. Kapitalstruktur und Agency-Probleme
 - 2.1 Kapitalstruktur und Leverage-Effekt
 - 2.2 Die Irrelevanz der Kapitalstruktur in einem friktionslosen Markt
 - 2.3 Kapitalstruktur und Steuern (Irrelevanz-Theorem und Steuern)
 - 2.4 Asymmetrische Information und Interessenkonflikte
3. Financial Modeling
 - 3.1 Das Finanzmodell als Visualisierung eines Business Cases
 - 3.2 Die Kernbestandteile eines Finanzmodells
 - 3.3 Interpretationen von Finanzmodellen
4. Unternehmensbewertung
 - 4.1 Bewertungsanlässe
 - 4.2 Rechengrößen der Bewertung
 - 4.3 Überblick Bewertungsverfahren
 - 4.4 Das Multiplikator-Verfahren
 - 4.5 Die Venture Capital-Methode
5. Die Discounted-Cashflow-Methode
 - 5.1 Grundlagen der Discounted-Cashflow-Methode
 - 5.2 Der Entity Approach
 - 5.3 Flow-to-Equity-Ansatz und Vergleich DCF-Verfahren
6. Unternehmenstransaktionen
 - 6.1 Grundlagen und Typologie von Unternehmenstransaktionen
 - 6.2 Unternehmensakquisitionen
 - 6.3 Unternehmensfusionen
 - 6.4 Motive für Unternehmenstransaktionen
 - 6.5 Die Post-Merger-Integration: Die Struktur des M&A-Prozesses
7. Ausschüttungspolitik
 - 7.1 Formen der Ausschüttungspolitik
 - 7.2 Zielsetzung der Ausschüttungspolitik

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Berk, J./DeMarzo, P. (2014): Corporate Finance. 3. Auflage, Pearson, London.
- Berk, J./DeMarzo, P. (2014): Corporate Finance. The Core. 3. Auflage, Pearson, London.
- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2014): Principles of Corporate Finance. 11. Auflage, McGraw-Hill, New York City.
- Brigham, E. F./Ehrhardt, M. C. (2010): Financial Management. Theory and Practice. 13. Auflage, Cengage, Boston.
- Horne, J. C. v. /Wachowicz, J. M. (2008): Fundamentals of Financial Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Hillier, D. et al. (2013): Corporate Finance. 2. Auflage, McGraw-Hill, New York City.

Finanzmanagement

Kurscode: DLFUFG02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Finanzen & Steuern
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Der Kurs „Finanzmanagement“ behandelt wichtige Finanzierungsinstrumente vor dem Hintergrund typischer Lebenszyklusphasen von Unternehmen. Gründung, Wachstum oder Reifephase von Unternehmen führen zu völlig unterschiedlichen Finanzierungsproblemen und Anforderungen an die Finanzierung. In Abhängigkeit von der Lebenszyklusphase eines Unternehmens variieren zugleich auch die den Unternehmen zur Verfügung stehenden Finanzierungsinstrumente wesentlich. Der Kurs stellt die in der Praxis vorherrschenden Finanzierungsformen in den verschiedenen Phasen vertieft und anhand von Praxisbeispielen dar. Behandelt werden langfristige Finanzierungsformen wie bspw. Venture Capital, Private Equity, IPO, Kreditfinanzierung oder Hybridinstrumente wie Convertible Bonds. Daneben wird das Working Capital Management als eine wichtige Form des kurzfristig wirkenden Finanzmanagements behandelt.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- idealtypische Unternehmenszyklen basierend auf Produkt-, Technologie- oder Branchenlebenszyklen zu beschreiben und die spezifischen Anforderungen an die Unternehmensfinanzierung zu erkennen.
- einen problemadäquaten und zyklusspezifischen Finanzierungsmix abzuleiten.
- typische Finanzierungsformen der Eigen-, Fremd- und Hybridfinanzierung den Lebenszyklusphasen der Unternehmen zuzuordnen. Außerdem haben sie ein genaues Verständnis über wichtige Finanzierungsinstrumente der Praxis erworben.
- mögliche Finanzierungsstrukturen für spezifische Unternehmenssituationen selbstständig zu entwickeln.
- kurzfristige Finanzierungsmöglichkeiten mit Hilfe des Working Capital Managements aufzuzeigen.

Kursinhalt

1. Finanzierung und Lebenszyklus von Unternehmen
 - 1.1 Lebenszyklen und Investitionsphasen eines Unternehmens
 - 1.2 Kapitalbedarf und Finanzierungsmöglichkeiten der einzelnen Phasen
2. Eigenkapitalorientierte Instrumente der Unternehmensfinanzierung
 - 2.1 Eigenkapitalfinanzierungen nicht börsennotierter Unternehmen
 - 2.2 Venturecapital und Private Equity
 - 2.3 Börsengang und Seasoned Equity Offerings
3. Fremdkapitalorientierte Instrumente der Unternehmensfinanzierung
 - 3.1 Grundlagen zum Fremdkapital
 - 3.2 Kreditfinanzierung
 - 3.3 Unternehmensanleihen
 - 3.4 Leasing und Asset Backed Securities
4. Hybride Instrumente der Unternehmensfinanzierung
 - 4.1 Mezzaninekapital
 - 4.2 Wandelschuldverschreibungen
5. Spezifische Finanzierungssituationen im Lebenszyklus
 - 5.1 Mergers & Acquisitions (M&A) und Buy-outs
 - 5.2 Turnaround und Restrukturierung

6. Kursfristiges Finanzmanagement durch Liquiditätssteuerung
- 6.1 Cash Management
 - 6.2 Working Capital Management

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Berk, J./DeMarzo, P. (2014): Corporate Finance. 3. Auflage, Pearson, London.
- Berk, J./DeMarzo, P. (2014): Corporate Finance. The Core. 3. Auflage, Pearson, London.
- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2014): Principles of Corporate Finance. 11. Auflage, McGraw-Hill, New York City.
- Brigham, E. F./Ehrhardt, M. C. (2010): Financial Management. Theory and Practice. 13. Auflage, Cengage, Boston.
- Horne, J. C. v. /Wachowicz, J. M. (2008): Fundamentals of Financial Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Hillier, D. et al. (2013): Corporate Finance. 2. Auflage, McGraw-Hill, New York City.

Online- und Social-Media-Marketing

Modulcode: DLBMSM-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 220 h	Tutorium 40 h	Selbstüberprüfung 40 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Maren Weber

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Onlinemarketing (DLBMSM01-01) ▪ Social-Media-Marketing (DLBMSM02-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung	Teilmodulprüfung Onlinemarketing Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit Social-Media-Marketing Workbook
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Onlinemarketing

- Grundlagen des Onlinemarketings
- Formen und Kanäle des Onlinemarketings
- Onlinemarketing-Strategie
- Mediaplanung online
- Der Online-Auftritt
- Mobile Marketing und M-Commerce
- Online-Recht
- Online-Kundenbindung und -service
- Web Analytics

Social-Media-Marketing

- Grundlagen des Social-Media-Marketings
- Social-Media-Marketing im Gesamt-Marketingmix
- Social-Media-Landkarte
- Social-Media-Strategieentwicklung
- Social Media im Innovationsmanagement
- Operatives Social-Media-Marketing
- Rechtliche Rahmenbedingungen von Social Media
- Entwicklungen im Social-Media-Marketing

Qualifikationsziele des Moduls**Onlinemarketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die für das Onlinemarketing relevanten Grundlagen (Online-Kommunikationsprozess, elektronische Wertschöpfung, ...) einzuordnen und strategisch zu berücksichtigen.
- die unterschiedlichen Onlinemarketing-Kanäle zu kennen und darauf aufbauend digitale Werbemaßnahmen strategisch und operativ zu bewerten.
- eine Onlinemarketing-Strategie zu konzipieren und strategische und operative Entscheidungen zu treffen.
- Kunden durch Onlinemarketing-Maßnahmen zu gewinnen und zu binden.
- Onlinemarketing-Programme zu messen und zu bewerten.
- die Vermarktungschancen eines Unternehmens im World Wide Web grundlegend einzuschätzen.
- die Bedeutung von Mobile im Onlinemarketing-Mix zu berücksichtigen.

Social-Media-Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- soziale Implikationen und vernetzende Kommunikationsstrategien zu verstehen und auf den Bereich Social-Media-Marketing zu übertragen.
- Social-Media-Marketing in den Gesamt-Marketingmix zu integrieren.
- eine Social-Media-Strategie und Vorschläge für die operative Umsetzung zu entwickeln.
- die verschiedenen Social-Media-Kanäle (Facebook, Instagram...) zu bewerten.
- Social Media für Innovationsmanagement und Netzwerke zu nutzen.
- Vermarktungschancen eines Unternehmens im Social-Media-Bereich grundlegend einzuschätzen und diesbezüglich strategische Entscheidungen zu treffen.
- Entwicklungen im Social-Media-Marketing aus soziologischer und betriebswirtschaftlicher Perspektive zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Online & Social Media Marketing auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Onlinemarketing

Kurscode: DLBMSM01-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Online & Social Media Marketing
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs bedient sich interdisziplinärer Grundlagen, die den Studierenden eine operative und strategische Auseinandersetzung mit dem Thema Onlinemarketing ermöglichen. Hierzu zählen betriebs- und volkswirtschaftliche Prinzipien ebenso wie kommunikative multimediale Grundlagen oder die Betrachtung der grundsätzlichen Tonalität von Onlinemarketing-Kanälen. Dieser ganzheitliche Blick ist essenziell für die strategische Planung: Neben der Betrachtung der Positionierung von Unternehmen im World Wide Web wird im Kurs erarbeitet, wie Onlinemarketing-Auftritte optimiert werden können. Die Erfolgsmessung und Auswertung relevanter Kennzahlen runden die einheitliche Grundlage für dieses übergeordnete Modul ab. Der Kurs Onlinemarketing vermittelt grundlegende Fachbegriffe und Konzepte. Dazu zählen der Online-Kommunikationsprozess, Mehrwerte des Onlinemarketings sowie elektronische Wertschöpfung und Geschäftsmodelle. Aufbauend auf diesem grundlegenden Verständnis, geht der Kurs auf Fragen der Produkteignung, Preispolitik, Distributionspolitik, die unterschiedlichen Formen der Vermarktung und Verbreitung im Internet ein. Der Kurs erweitert das Verständnis des Onlinemarketings um Elemente des strategischen und vor allem operativen Marketings, besonders der Planung und Realisierung von Werbekampagnen über verschiedene Absatzkanäle. Außerdem wird die zunehmende Entwicklung hin zu einer mobilen Kommunikation berücksichtigt und auf Mobile-Marketing als Teil des Onlinemarketing-Mixes eingegangen. Für ein Verständnis des Verhaltens von Online-Kunden werden im Kurs erweiterte, Onlinemarketing-spezifische Werbewirkungsansätze behandelt. Basierend auf den Prinzipien der Kundengewinnung, Kundenbindung und Kundenloyalität im Onlinemarketing werden Strategien und Taktiken zur Erhöhung der Kundenzahlen und Kampagnen über das Internet und die Wichtigkeit von Online-Beziehungen diskutiert. Die Studierenden arbeiten sich in rechtliche Aspekte ein und lernen die für Onlinemarketing relevanten Grundsätze der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) kennen, um Werbemaßnahmen und Kundenansprache auf eine rechtlich korrekte Grundlage zu stellen. Dieser Kurs bietet den Studierenden die Möglichkeit, die verschiedenen Aspekte des Onlinemarketing-Managements in der Praxis kennenzulernen und umzusetzen. Sie lernen, wie die Online-Medienplanung durch Webanalytics und gezieltes Monitoring zu beurteilen ist. Dafür lernen die Studierenden die relevanten Kennzahlen (KPIs) des Onlinemarketings kennen, die eine wesentliche Voraussetzung zur Optimierung von Online-Strategien darstellen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die für das Onlinemarketing relevanten Grundlagen (Online-Kommunikationsprozess, elektronische Wertschöpfung, ...) einzuordnen und strategisch zu berücksichtigen.
- die unterschiedlichen Onlinemarketing-Kanäle zu kennen und darauf aufbauend digitale Werbemaßnahmen strategisch und operativ zu bewerten.
- eine Onlinemarketing-Strategie zu konzipieren und strategische und operative Entscheidungen zu treffen.
- Kunden durch Onlinemarketing-Maßnahmen zu gewinnen und zu binden.
- Onlinemarketing-Programme zu messen und zu bewerten.
- die Vermarktungschancen eines Unternehmens im World Wide Web grundlegend einzuschätzen.
- die Bedeutung von Mobile im Onlinemarketing-Mix zu berücksichtigen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Onlinemarketings
 - 1.1 Entwicklung und Begriff des Onlinemarketings
 - 1.2 Der Online-Kommunikationsprozess
 - 1.3 Mehrwerte des Onlinemarketings
 - 1.4 Die Rolle des Onlinemarketings im Marketingmix
 - 1.5 Die elektronische Wertschöpfung
 - 1.6 Elektronische Geschäftskonzepte und Plattformen
 - 1.7 Aktuelle Entwicklungen und Trends
2. Formen und Kanäle des Onlinemarketings
 - 2.1 Überblick über die Formen des Onlinemarketings
 - 2.2 Affiliate- und Suchmaschinen-Marketing
 - 2.3 Display-Werbung und E-Mail-Marketing
 - 2.4 Social-Media- und Influencer-Marketing
 - 2.5 Content-Marketing und Storytelling
 - 2.6 Virales Marketing und Word-of-Mouth
 - 2.7 Native Advertising und Mobile-Marketing
 - 2.8 Real Time Bidding und Programmatic Advertising
 - 2.9 Online PR
3. Onlinemarketing-Strategie
 - 3.1 Ziele festlegen und eine Basis schaffen
 - 3.2 Die Customer Journey
 - 3.3 Der richtige Channel Mix
 - 3.4 KPIs definieren und analysieren

4. Mediaplanung online
 - 4.1 Prinzipien erfolgreicher Mediaplanung
 - 4.2 Mediabudgets zielgerichtet kreieren und strukturieren
 - 4.3 Integrierter Kampagnen und Crossmedia-Marketing
 - 4.4 Erfolgreicher Mediamix durch Kampagnenmanagement

5. Der Online-Auftritt
 - 5.1 Website und Webdesign
 - 5.2 Corporate Website
 - 5.3 Landingpage
 - 5.4 Blog
 - 5.5 Onlineshop
 - 5.6 Online-Präsentation und -Distribution von Produkten und Dienstleistungen – Vor- und Nachteile

6. Mobile Marketing und M-Commerce
 - 6.1 Grundlagen und Einordnung des Mobile-Marketings
 - 6.2 Responsive Design vs. Apps vs. Mobile Web
 - 6.3 App- und QR-Code-Marketing
 - 6.4 Location-based Services
 - 6.5 Mobile Werbemittel
 - 6.6 Mobile Commerce – Definition und Entwicklung
 - 6.7 Mobile Payment
 - 6.8 Erfolgsfaktoren mobiler Kampagnen

7. Online-Recht
 - 7.1 Rechtliche Aspekte des Onlinemarketings
 - 7.2 Das Urheberrecht und der Umgang mit User-generated Content
 - 7.3 Das Recht am eigenen Bild
 - 7.4 Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

8. Online-Kundenbindung und -service
 - 8.1 Das AIDA-Modell – Erweiterungen für das Onlinemarketing
 - 8.2 Kundengewinnung und Kundenbindung im Onlinemarketing
 - 8.3 Online-Kundenbindung im Kundenbeziehungslebenszyklus
 - 8.4 Online-Kundenservice
 - 8.5 Exkurs: Mass Customization

9. Web Analytics
- 9.1 Kennzahlen im Onlinemarketing
 - 9.2 Web-Monitoring
 - 9.3 Big Data

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Hassler, M. (2017): Digital und Web Analytics. Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren. 4. Auflage, Mitp, Frechen.
- Kollmann, T. (2019): E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Kreutzer, R. T. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte – Instrumente – Checklisten. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lammenett, E. (2017): Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Facebook-Werbung. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Rieber, M. (2017): Mobile Marketing. Grundlagen, Strategien, Instrumente. Gabler, Wiesbaden.
- Sens, B. (2018): Suchmaschinenoptimierung. Erste Schritte und Checklisten für bessere Google-Positionen. Gabler, Wiesbaden.

Social-Media-Marketing

Kurscode: DLBMSM02-01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Online & Social Media Marketing
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Workbook

Beschreibung des Kurses

Wie wurde aus Social Media Social-Media-Marketing? Social Media hat sich von einem privaten Kommunikationsmedium zu einem kommerzialisiertem Werbetooll entwickelt. Ein grundlegendes Verständnis dieser Entwicklung, der sozialen Implikationen von Social Media sowie der vernetzten Kommunikationsstrategien im Internet ist die Basis für eine aktive Auseinandersetzung mit Social-Media-Marketing, die den Studierenden in dem Kurs ermöglicht wird. Hierbei wird Social-Media-Marketing sowohl strategisch als auch operativ betrachtet. Die strategische Perspektive beinhaltet sowohl den Aspekt der strategischen Positionierung von Social Media im Unternehmen als auch die Integration in den Gesamt-Marketingmix. Neben grundlegenden Aspekten zur Strategieentwicklung setzen sich die Studierenden mit den Instrumenten des heutigen Social-Media-Marketings und den Kanälen auseinander, um diese gezielt für weitere Marketingmaßnahmen und -strategien erfolgsorientiert einzusetzen. Für die aktive operative Auseinandersetzung mit Social-Media-Marketing werden Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, Pinterest u. a. genauer betrachtet, um diese gezielt für weitere Marketingmaßnahmen und -strategien einzusetzen. Darauf aufbauend sind digitale Werbemaßnahmen, die in Social Media zum Tragen kommen, Bestandteil dieses Kurses, deren Einsatz unter Berücksichtigung rechtlicher Aspekte betrachtet wird. Der Kurs Social-Media-Marketing vermittelt somit grundlegende Konzepte wie die Entwicklung einer Social-Media-Strategien, wozu z. B. Aspekte wie Content-Management, Redaktionsplanung oder Zielgruppenanalyse zählen. Er geht praxisbezogen auf die Nutzung und das Monitoring verschiedener Social-Media-Kanäle ein und berücksichtigt den Bereich des operativen Social-Media-Marketings. Somit erhalten die Studierenden mit diesem Kurs einen fundierten ganzheitlichen Blick auf den Bereich des Social-Media-Marketings und entwickeln die Fähigkeit, Social Media auch im Sinne des Innovationsmanagements einzusetzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- soziale Implikationen und vernetzende Kommunikationsstrategien zu verstehen und auf den Bereich Social-Media-Marketing zu übertragen.
- Social-Media-Marketing in den Gesamt-Marketingmix zu integrieren.
- eine Social-Media-Strategie und Vorschläge für die operative Umsetzung zu entwickeln.
- die verschiedenen Social-Media-Kanäle (Facebook, Instagram...) zu bewerten.
- Social Media für Innovationsmanagement und Netzwerke zu nutzen.
- Vermarktungschancen eines Unternehmens im Social-Media-Bereich grundlegend einzuschätzen und diesbezüglich strategische Entscheidungen zu treffen.
- Entwicklungen im Social-Media-Marketing aus soziologischer und betriebswirtschaftlicher Perspektive zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Social-Media-Marketings
 - 1.1 Entwicklung der sozialen Medien und der Begriff des Social-Media-Marketings
 - 1.2 Soziale Implikationen von Social Media
 - 1.3 Funktionsweise, Arten und Anwendungsfelder von Social-Media-Marketing
 - 1.4 Typologie und Aktivitäten von Social-Media-Nutzern

2. Social-Media-Marketing im Gesamt-Marketingmix
 - 2.1 Chancen und Risiken durch Social Media
 - 2.2 Die POST-Methode nach Groundswell
 - 2.3 Integration in den klassischen Marketingmix
 - 2.4 Social Media als Service-Kanal
 - 2.5 Ziele von Social-Media-Marketing
 - 2.6 Relevante Kennzahlen zur Erfolgsmessung
 - 2.7 Die strategische Positionierung von Social Media im Unternehmen
3. Social-Media-Landkarte
 - 3.1 Überblick über die Social-Media-Landkarte
 - 3.2 Steckbriefe der relevantesten Social-Media-Kanäle
 - 3.3 Zielgruppen/Nutzergruppen
4. Social-Media-Strategieentwicklung
 - 4.1 Was ist eine Strategie? Definitionen
 - 4.2 Ziele einer Strategie
 - 4.3 Stufen der Social-Media-Strategieentwicklung
 - 4.4 Online-Reputationsmanagement und Krisenmanagement
 - 4.5 Social Media Governance
5. Social Media im Innovationsmanagement
 - 5.1 Die Bedeutung und der Einsatz der Crowd
 - 5.2 Innovationen durch interaktive Wertschöpfung, Branded Communities, Lead User und Social Media Intelligence
 - 5.3 Social Media als Marktforschungsinstrument
6. Operatives Social-Media-Marketing
 - 6.1 Content Marketing und Native Advertising
 - 6.2 Virales Marketing und Word-of-Mouth
 - 6.3 Influencer Marketing
 - 6.4 Social Media im B2B
 - 6.5 Community Management und Social Media Monitoring
 - 6.6 Social Media Relations
 - 6.7 Social Media Recruiting
 - 6.8 Social Advertising – Kampagnen

7. Rechtliche Rahmenbedingungen von Social Media
 - 7.1 Gesetzlicher Rahmen von Social Media
 - 7.2 Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
 - 7.3 User-generated Content
 - 7.4 Social Media Guidelines
 - 7.5 Der Facebook-Pixel

8. Entwicklungen im Social-Media-Marketing
 - 8.1 Social Media im digitalen Wandel – neue Formen des Konsums
 - 8.2 Social Products und Brands
 - 8.3 Social Commerce und Social Selling
 - 8.4 Messenger und Bots
 - 8.5 Die Begriffe postfaktisch und postdigital
 - 8.6 Open Leadership – Umgang mit Kontrollverlust

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Decker, A. (2019): Der Social Media Zyklus. Schritt für Schritt zum systematischen Social-Media-Management im Unternehmen. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Grabs, A./Bannour, K.-P./Vogl, E. (2019): Follow me! Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co. 5. aktualisierte Auflage, 1. korrigierter Nachdruck, Rheinwerk Computing, Bonn.
- Kreutzer, R. T. (2018): Social Media Marketing kompakt. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Pein, V. (2019): Der Social Media Manager. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schirnbacher, M. (2017): Online-Marketing- und Social-Media-Recht. Das umfassende Praxis-Handbuch für alle rechtlichen Fragen im Marketing. 2. Auflage, mitp, Frechen.

E-Commerce
Modulcode: BWEC-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Dr. Thomas Bolz

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ E-Commerce I (BWEC01-01) ▪ E-Commerce II (BWEC02-01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>E-Commerce I</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des E-Commerce ▪ E-Marketplace ▪ Rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen des E-Commerce ▪ Vertragsschluss im Internet ▪ Technische Infrastrukturen ▪ E-Commerce-Strategien und Effizienz <p>E-Commerce II</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verhalten von Online-Kunden ▪ Elemente des elektronischen Marketingmix ▪ Social Media Marketing im E-Commerce ▪ E-CRM, Online-PR und E-Recruiting ▪ Zahlungsverkehr im E-Commerce 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>E-Commerce I</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Entwicklung von Online-Märkten zu skizzieren. ▪ technische Infrastrukturen im elektronischen Geschäftsverkehr zu verstehen. ▪ rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen zu analysieren. ▪ den elektronischen Vertrieb als Komponente der Unternehmensstrategie zu verstehen. ▪ den elektronischem Geschäftsverkehr in seinen Grundzügen darzustellen und erste strategische Entscheidungen zu treffen. <p>E-Commerce II</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ das Verhalten von Online-Kunden vorherzusagen und zu beeinflussen. ▪ elektronische Kommunikationsplattformen und -modelle zu erläutern (inklusive Onlinewerbung). ▪ variable Produktkonfektionierung und Preisbestimmung zu verstehen. ▪ den elektronischem Geschäftsverkehr vertieft zu skizzieren und strategische Marketingziele elektronisch zu operationalisieren. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Baut auf Modulen aus dem Bereich E-Commerce auf</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programm aus dem Bereich Marketing & Kommunikation</p>

E-Commerce I

Kurscode: BWEC01-01

Kursart Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
-----------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld E-Commerce
--	------------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Dieser Kurs bedient sich der Grundlagen betriebs- und volkswirtschaftlicher Prinzipien, um dem Teilnehmer eine erste strategische Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce zu ermöglichen. Chancen und Risiken des elektronischen Geschäftsverkehrs werden innerhalb marktbezogener und rechtlicher Rahmenbedingungen untersucht. Strategische Positionierung, Effizienzpotenziale sowie der elektronische Vertrieb bilden gemeinsam die Grundlage für das übergeordnete Modul. Der Kurs E-Commerce I (Einführung) vermittelt grundlegende Fachbegriffe und Konzepte aus dem elektronischen Geschäftsverkehr und geht hierbei auf unterschiedliche Transaktions- und Kommunikationsplattformen und -modelle ein. Weiterhin werden Verfahren zur Erstellung und Kontrolle elektronischer Interaktion erarbeitet sowie deren rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen beleuchtet.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Entwicklung von Online-Märkten zu skizzieren.
- technische Infrastrukturen im elektronischen Geschäftsverkehr zu verstehen.
- rechtliche und ökonomische Rahmenbedingungen zu analysieren.
- den elektronischen Vertrieb als Komponente der Unternehmensstrategie zu verstehen.
- den elektronischen Geschäftsverkehr in seinen Grundzügen darzustellen und erste strategische Entscheidungen zu treffen.

Kursinhalt

1. Einführung
 - 1.1 Begriffsbestimmung
 - 1.2 Vorgeschichte des E-Commerce
2. Akteure und Geschäftsbereich im Electronic Business
 - 2.1 Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen
 - 2.2 Geschäftsmodelle
 - 2.3 Wirtschaftsbereiche und Betriebstypen
3. E-Marketplace
 - 3.1 Elektronischer Markt
 - 3.2 Formen und Strukturen elektronischer Marktplätze
 - 3.3 Betreiber elektronischer Marktplätze
4. Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce
 - 4.1 Anforderungen des Telemediengesetzes
 - 4.2 Datenschutz beim Betrieb von Telemediendiensten
 - 4.3 Haftung für gesetzeswidrige Inhalte in Telemediendiensten
 - 4.4 Marken- und Wettbewerbsrecht im Bereich E-Commerce
5. Vertragsschluss im Internet
 - 5.1 Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen
 - 5.2 Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen
 - 5.3 Verbraucherschutz im Bereich E-Commerce
 - 5.4 Formvorschriften für elektronische Verträge
6. Technische Infrastrukturen
 - 6.1 Standard-Shop-Systeme
 - 6.2 Shop-Technologien

7. E-Commerce-Strategien und ökonomische Rahmenbedingungen

- 7.1 Ökonomische Rahmenbedingungen
- 7.2 Entwicklung von E-Business-Strategien
- 7.3 Strategische Positionierung

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Aichele, C./Schönberger, M. (2016): E-Business. Eine Übersicht für erfolgreiches B2B und B2C. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kollmann, T. (2016): E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kreutzer, R. T. (2016): Online-Marketing. Springer Gabler, Wiesbaden.

E-Commerce II

Kurscode: BWEC02-01

Kursart Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
-----------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld E-Commerce
--	------------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Dieser Kurs erweitert das Verständnis des elektronischen Geschäftsverkehrs um Elemente des strategischen und vor allem operativen Marketings, besonders der Marktkommunikation und interaktiven Produkt-/Service- und Preisgestaltung. Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Online-Kunden werden Onlinewerbung, -Preisbildung und -Kommunikation sowie -PR-Aktivitäten, beispielsweise im Bereich der sozialen Netze, diskutiert. Ergänzt wird das Kursprogramm um Möglichkeiten der Kundeneinbindung in die Produktentwicklung bzw. -konfektionierung und Preisbildung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Verhalten von Online-Kunden vorherzusagen und zu beeinflussen.
- elektronische Kommunikationsplattformen und -modelle zu erläutern (inklusive Onlinewerbung).
- variable Produktkonfektionierung und Preisbestimmung zu verstehen.
- den elektronischem Geschäftsverkehr vertieft zu skizzieren und strategische Marketingziele elektronisch zu operationalisieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Online-Marketings
 - 1.1 Begriffsbestimmung und Erfolgsfaktoren des Online-Marketings
 - 1.2 Instrumente des Online-Marketings
2. Verhalten von Online-Kunden
 - 2.1 Entwicklung des Nutzerverhaltens
 - 2.2 Ausprägung der Online-Nutzung durch die Nachfrager
 - 2.3 Erwartung und Motivation von Online-Nutzern
3. Elemente des elektronischen Marketingmix
 - 3.1 E-Distribution
 - 3.2 E-Pricing
 - 3.3 E-Products & E-Services
 - 3.4 E-Communication
4. Social Media Marketing im E-Commerce
 - 4.1 Social Media Marketing
 - 4.2 Social-Media-Instrumente
5. E-CRM, Online-PR und E-Recruiting
 - 5.1 Electronic Customer Relationship Management
 - 5.2 Online-PR
 - 5.3 E-Recruiting
6. Zahlungsverkehr im E-Commerce
 - 6.1 Klassische Zahlungsverfahren
 - 6.2 Bezahlen per Kreditkarte
 - 6.3 Online-Zahlungsverfahren
 - 6.4 M-Payment und weitere E-Payment-Verfahren

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Aichele, C./Schönberger, M. (2016): E-Business. Eine Übersicht für erfolgreiches B2B und B2C. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 8. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kollmann, T. (2016): E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kreutzer, R. T. (2016): Online-Marketing. Springer Gabler, Wiesbaden.

Business Controlling

Modulcode: BWBC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ keine 	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Robert Christian Schmidt
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Business Controlling I (BWBC01) ▪ Business Controlling II (BWBC02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Business Controlling I**

- Beschaffungs-Controlling
- Produktions-Controlling
- Marketing- und Vertriebs-Controlling
- Forschungs- und Entwicklungs-Controlling
- Finanz-Controlling

Business Controlling II

- Controlling und Controller
- Ebenen und Konzeptionen des Controllings
- Normative, strategische und operative Ebenen des Controllings
- Strategisches Controlling der Ziel- und Analysephase
- Strategisches Controlling der Erarbeitungs-, Bewertungs- und Implementierungsphase
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Grundzüge des operativen Controllings

Qualifikationsziele des Moduls**Business Controlling I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Zusammenhang zwischen Strategieformulierung und -implementierung sowie dem dazu erforderlichen Controlling zu erläutern.
- die Rolle des Controllers bei der Strategieimplementierung zu verstehen.
- Controlling-Methoden eigenständig anzuwenden.
- die Kennzahlen zur Erfolgsmessung anzuwenden und spezifische Analysen zur Erfolgsmessung auf Basis von bereitgestellten Cases und Kennzahlen durchzuführen.
- die Umsetzungsfunktion zu operativem Controlling zu verstehen und Abweichungsursachen zu analysieren.
- die entscheidenden Hebel einer erfolgreichen Strategieimplementierung wie Kundenmanagement, Prozessoptimierung und Innovationsmanagement zu verstehen.

Business Controlling II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- detailliert die Aufgaben und Prozesse in den wesentlichen, betrieblichen Funktionen zu erläutern und die Schnittstellen zum Controlling darzustellen.
- die notwendigen, spezifischen Controlling-Methoden und -Instrumente zu illustrieren und auf Basis von bereitgestellten Aufgaben und Daten konkret anzuwenden.
- die entsprechenden Kennzahlen zu berechnen und die Ergebniswerte zu analysieren.
- funktions- und situationsspezifische Analysen durchzuführen, die Relevanz der hergeleiteten Ergebnisse zu beurteilen und damit den jeweiligen Funktionsträgern alle entscheidungsrelevanten Informationen bereitzustellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Planung & Controlling auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Business Controlling I

Kurscode: BWBC01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Planung & Controlling
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Permanent wechselnde Markt- und Wettbewerbsbedingungen führen zu der fortlaufenden Notwendigkeit für ein Unternehmen, neue Strategien zu formulieren und zu implementieren. Speziell die Implementierung einer Strategie erfordert hochkomplexe Steuerungs- und Kommunikationsmechanismen. Eine große Zahl von Unternehmen scheitert deshalb an der erfolgreichen Implementierung von Strategien. Der Inhalt dieses Kurses beschreibt das Zusammenspiel von Business Controlling und Strategieimplementierung. Business Controlling stellt innerbetrieblich die erfolgreiche Implementierung sicher. Der Kurs vermittelt das entsprechende Faktenwissen über die erforderlichen Planungs- und Kontrollfunktionen, Strategieformulierung, Anwendung von Implementierungstools wie der Balanced Scorecard (BSC) sowie die erforderlichen Erfolgsmessungen. Es wird ein vertieftes Methodenverständnis in den Bereichen Profitabilitäts- und Liquiditätsmessung und -management vermittelt. Des Weiteren werden die Verfahren zur Optimierung von Kundenprofitabilitäten, Prozessoptimierung und Innovationsmanagement als Kernbestandteile von Strategieimplementierung erläutert. Mit Abschluss des Kurses besteht das meta-kognitive Wissen über alle Schritte von der ersten Formulierung einer Strategie bis zur finalen Implementierung einzelner Aufgaben und der damit verbundenen engen Vernetzung zum Controlling.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Zusammenhang zwischen Strategieformulierung und -implementierung sowie dem dazu erforderlichen Controlling zu erläutern.
- die Rolle des Controllers bei der Strategieimplementierung zu verstehen.
- Controlling-Methoden eigenständig anzuwenden.
- die Kennzahlen zur Erfolgsmessung anzuwenden und spezifische Analysen zur Erfolgsmessung auf Basis von bereitgestellten Cases und Kennzahlen durchzuführen.
- die Umsetzungsfunktion zu operativem Controlling zu verstehen und Abweichungsursachen zu analysieren.
- die entscheidenden Hebel einer erfolgreichen Strategieimplementierung wie Kundenmanagement, Prozessoptimierung und Innovationsmanagement zu verstehen.

Kursinhalt

1. Controlling und Controller
 - 1.1 "Controlling" – Annäherung an einen Begriff
 - 1.2 Entwicklung des Controllings
 - 1.3 Controller und Manager
2. Ebenen und Konzeptionen des Controllings
 - 2.1 Normative, strategische und operative Ebenen des Controllings
 - 2.2 Controlling-Konzeptionen

- 3. Strategisches Controlling der Ziel- und Analysephase
 - 3.1 Strategisches Management und strategisches Controlling
 - 3.2 Umfeldanalyse
 - 3.3 Unternehmensanalyse

- 4. Strategisches Controlling der Erarbeitungs-, Bewertungs- und Implementierungsphase
 - 4.1 Controlling der Strategiebearbeitung
 - 4.2 Bewertung, Auswahl und Implementierung der Strategien

- 5. Kennzahlen und Kennzahlensystem
 - 5.1 Traditionelle Kennzahlen
 - 5.2 Wertorientierte Kennzahlen
 - 5.3 Kennzahlensysteme

- 6. Grundzüge des operativen Controllings
 - 6.1 Planziele und Planungsverfahren
 - 6.2 Budgetierung
 - 6.3 Operative Steuerung durch Budgetcontrolling

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Alter, R. (2011): Strategisches Controlling Unterstützung des strategischen Managements. Oldenbourg Verlag, München.
- Bamberger, I./Wrona, T. (2004): Strategische Unternehmensberatung. Konzeptionen, Prozesse, Methoden., 6. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Britzelmaier, B. (2013): Controlling. Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder. Pearson Verlag, München.
- Eschenbach, R./Siller, H. (2009): Controlling. Professionell. Konzeption und Werkzeuge. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Fischer, Th. M./Möller, K./Schultze, W. (2012): Controlling. Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven. Schäffer Poeschel, Stuttgart.
- Küpper, H.-U. et al. (2013): Controlling. Konzeption, Aufgaben, Instrumente. 6. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Preißler, P. (2007): Controlling. Lehrbuch und Intensivkurs. 13. Auflage, Oldenbourg Verlag, München.
- Preißner, A. (2010): Praxiswissen Controlling. Grundlagen – Werkzeuge – Anwendungen. 6. Auflage, Hanser Verlag, München.
- Rappaport, A. (1999): Shareholder Value. Ein Handbuch für Manager und Investoren. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Siller, H. (2011): Normatives Controlling. UTB, Stuttgart.
- Weber, J./Schäffer, U. (2011): Einführung in das Controlling. 13. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Business Controlling II

Kurscode: BWBC02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Planung & Controlling
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Funktionscontrolling ist der Teil des betrieblichen Controllings, das die Planung und Kontrolle sowie die Steuerung und Informationsversorgung bei einzelnen betrieblichen Funktionen zum Inhalt hat. Der Kurs deckt die folgenden Kernfunktionen eines Unternehmens ab: F&E, Beschaffung, Produktion, Marketing, Vertrieb und Logistik. Der Kurs geht sowohl auf die zugrundeliegenden Aufgaben und Kernprozesse der Kernfunktion selber ein, als auch auf die zur Anwendung kommenden Controlling-spezifischen Methoden und Analysen. Die Aufgaben im F&E-Controlling bestehen vor allem in der Planungsunterstützung und -koordination. Hierunter fallen u. a. Berechnungen zur F&E-Projektsteuerung (Kosten, ROI), Risikoanalysen und Gateway-Entscheidungen. Das Beschaffungscontrolling liefert alle erforderlichen Informationen, die zum Einkauf entscheidungsrelevant sind. Hierbei werden Methoden u. a. zur Bemessung von Kosten- und Umsatzgrößen, Lieferzeit und Lieferrhythmus, Bestellmengenoptimierung (z. B. EOQ) sowie Profil- und Wertanalysen durchgeführt. Aufgaben im Produktionscontrolling sind u. a. die Überwachung der Produktionskosten, Kapazitätsentscheidungen, Planung von Absatz, Fertigung und Lagerbeständen sowie Qualitätsmanagement. Im Bereich des Marketingcontrollings werden folgende zentrale Funktionen abgedeckt und erläutert: Einsatz- und Effizienzkontrolle der Marketinginstrumente, Schaffung von Markttransparenz, Pricing, Target- und Product-Life-Cycle-Costing. Des Weiteren werden die entscheidenden Instrumente des Vertriebscontrollings vermittelt. Dazu gehören die Vertriebs-Kostenrechnung, -Erfolgsrechnung und -Wegeanalyse sowie die Außendienstmitarbeitersteuerung. Abschließend werden die Kernfunktionen der Logistik erläutert und folgende Instrumente zur Anwendung gebracht: Controlling der Materialwirtschaft, Fertigungslogistik und Distribution.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- detailliert die Aufgaben und Prozesse in den wesentlichen, betrieblichen Funktionen zu erläutern und die Schnittstellen zum Controlling darzustellen.
- die notwendigen, spezifischen Controlling-Methoden und -Instrumente zu illustrieren und auf Basis von bereitgestellten Aufgaben und Daten konkret anzuwenden.
- die entsprechenden Kennzahlen zu berechnen und die Ergebniswerte zu analysieren.
- funktions- und situationsspezifische Analysen durchzuführen, die Relevanz der hergeleiteten Ergebnisse zu beurteilen und damit den jeweiligen Funktionsträgern alle entscheidungsrelevanten Informationen bereitzustellen.

Kursinhalt

1. Beschaffungs-Controlling
 - 1.1 Gegenstand, Aufgaben und Ziele des Beschaffungs-Controllings
 - 1.2 Instrumente des Beschaffungs-Controllings
2. Produktionscontrollings
 - 2.1 Steuerungsrelevante Aufgaben des Produktionsmanagements
 - 2.2 Aufgaben und Instrumente des Produktions-Controllings

3. Marketing- und Vertriebscontrolling
 - 3.1 Aufgaben des Marketing-Controllings
 - 3.2 Instrumente des Marketing-Controllings
4. Forschungs- und Entwicklungscontrolling
 - 4.1 Aufgaben des F&E-Controllings
 - 4.2 Instrumente des F&E-Controllings
5. Finanzcontrolling
 - 5.1 Aufgaben des Finanz-Controllings
 - 5.2 Instrumente des Finanz-Controllings

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Britzelmaier, B. (2013): Controlling. Grundlagen, Praxis, Handlungsfelder. Pearson, München.
- Horváth, P./Reichmann, T. (Hrsg.) (2002): Vahlens großes Controlling-Lexikon. 2. Auflage, Verlag Vahlen, München.
- Jung, H. (2011): Controlling. 3. Auflage, Oldenbourg Verlag, München.
- Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, Ch./Hofmann, Y./Pedell, B.(2013): Controlling. Konzeption, Aufgaben, Instrumente. 6. Auflage, Schäffer Poeschel.
- Schäffer, U./Weber, J. (Hrsg.) (2005): Bereichscontrolling. Funktionsspezifische Anwendungsfelder, Methoden und Instrumente. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Business Consulting

Modulcode: BWCN

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Michael Broens
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Business Consulting I (BWCN01) ▪ Business Consulting II (BWCN02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Business Consulting I**

- Formen und Funktionen der Unternehmensberatung
- Der Markt für Unternehmensberatung
- Geschichte, Pioniere und Konzepte
- Beratungsfelder

Business Consulting II

- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Das Management der Unternehmensberatung
- Vermarktung von Beratungsdienstleistungen
- Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht
- Das Beratungsprojekt

Qualifikationsziele des Moduls**Business Consulting I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.
- die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.
- die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.
- die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.
- die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.

Business Consulting II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.
- die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.
- die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.
- die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Business Consulting I

Kurscode: BWCN01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Unternehmensberatung ist eine professionelle Dienstleistung, deren gesamtwirtschaftliche Bedeutung zunehmend ansteigt. Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftragsgebende Unternehmen an. Dies setzt die Fähigkeit voraus, spezifische Unternehmens- und Marktsituationen mithilfe moderner Managementkonzepte analysieren und bewerten zu können. Auf Basis ihrer Analysen sprechen Unternehmensberater Empfehlungen zur Optimierung von Unternehmensstrategien, -strukturen und -prozessen aus und begleiten diese – soweit gewünscht – in der Implementierung und Umsetzung. Um die verschiedenen Funktionen und Aufgaben der Unternehmensberatung erfolgreich zu erfüllen, benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Im Mittelpunkt fachlicher Kompetenzen stehen die Grund- und Spezialkenntnisse in der Beratung und der Betriebswirtschaftslehre. Sie umfassen u. a. analytische Kompetenzen zum Verständnis von Unternehmens- und Marktsituationen sowie die Fähigkeit zur Planung, Implementierung und Kontrolle von Beratungsprojekten. Die Entwicklung persönlicher und sozialer Kompetenzen zielt auf die Klienten-Zentrierung der Studierenden i. S. der Fähigkeit, sich auf die individuellen Beratungsbedürfnisse von Klienten einstellen zu können.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Definitionen von Unternehmensberatung zu verstehen.
- die Aufgaben und Herangehensweisen von Unternehmensberatern zu erklären.
- die Merkmale von Unternehmensberatungen zu nennen.
- die Unternehmensberatung als hochspezialisierte Dienstleistung zu erklären.
- die Besonderheiten im Berater-Klienten-Verhältnis zu benennen.

Kursinhalt

1. Einführung in die Unternehmensberatung
 - 1.1 Business Consulting – Management Consulting – Unternehmensberatung
 - 1.2 Unternehmensberatung als Gegenstand der Wissenschaft
2. Formen und Funktionen der Unternehmensberatung
 - 2.1 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
 - 2.2 Funktionen der Unternehmensberatung
 - 2.3 Inhouse Consulting
3. Der Markt für Unternehmensberatung
 - 3.1 Daten, Strukturen und Trends
 - 3.2 Beratungsunternehmen in Deutschland
4. Geschichte, Pioniere und Konzepte
 - 4.1 Geschichte der Unternehmensberatung
 - 4.2 Konzepte der Unternehmensberatung
5. Beratungsfelder
 - 5.1 Strategieberatung
 - 5.2 Organisations- und Transformationsberatung
 - 5.3 IT-Beratung
 - 5.4 Personalberatung/HR-Beratung

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Blanke, E./Uhlhorn, F. (2011): Wie ist Beratung möglich? Vom Dirigieren der Selbstbeobachtung. Carl-Auer Verlag, Heidelberg.
- Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn.
- FEACO (Hrsg.) (2009): Survey of the European Management Consultancy Market 2007/08. (URL: <http://www.feaco.org/sites/default/files/Feaco%20Survey%202007-2008.pdf> . [letzter Zugriff: 14.02.2017]).
- Fink, D. (2004): Management Consulting. Die Ansätze der großen Unternehmensberater. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Fink, D./Knoblach, B. (2003): Die großen Management Consultants. Ihre Geschichte, ihre Konzepte, ihre Strategien. Vahlen, München.
- Höselbarth, F./Lay, R./Lopez de Arriortua, J. I. (Hrsg.) (2000): Die Berater. Einstieg, Aufstieg, Wechsel. FAZ-Institut, Frankfurt a. M.
- Mohe, M./Heinecke, H. J./Pfriehm, R. (Hrsg.) (2002): Consulting. Problemlösung als Geschäftsmodell. Theorie, Praxis, Markt. Klett-Cotta, Stuttgart.
- Moscho, A.(Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (2012): Das Beratungsunternehmen. Gründung, Aufbau und Strategie, Führung, Nachfolge. Oldenbourg, München.
- Walger, G. (Hrsg.) (1995): Formen der Unternehmensberatung. Systemische Unternehmensberatung, Organisationsentwicklung, Expertenberatung und gutachterliche Beratungstätigkeit in Theorie und Praxis. Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln.

Business Consulting II

Kurscode: BWCN02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Unternehmensberater bieten professionelle Beratungsdienstleistungen für auftrag-gebende Unternehmen an. Gegenstand der Unternehmensberatung ist demnach die Akquisition, Planung und Durchführung von Unternehmensberatungsprojekten. Der Inhalt dieser Beratungsprojekte ist vielfältig und kann je nach Aufgabenstellung Aspekte der strategischen Unternehmensführung, Herausforderungen im Bereich der Finanzierung und Kostensenkung, die Einführung neuer Technologien, Arbeitsmethoden und Systeme, interne Kommunikation, Umstrukturierungen, Fusionen/Übernahmen oder Auslagerungen von Unternehmen bzw. einzelner Unternehmensbereiche umfassen. Beratungsprojekte und Beratungsprozesse sind durch wiederkehrende Elemente gekennzeichnet, deren Verständnis und Anwendung den Erfolg einer Beratungsleistung maßgeblich beeinflusst. Die Kompetenz und Qualität von Auftragsakquisition und Projektmanagement wird durch das Management der Beratungsunternehmung selbst bestimmt. Je nach Beratungsphilosophie, Beratungskonzept, Beratungsorganisation und Leistungsvermarktung stellt sich in Berater-Klienten-Beziehungen Erfolg oder Misserfolg ein. Eine Teilnahme am Kurs setzt den erfolgreichen Abschluss des Kurses Business Consulting I voraus.</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die speziellen Rahmenbedingungen von Beratungsunternehmen zu erklären.
- die Herangehensweisen im Marketing für Beratungsdienstleistungen zu benennen.
- die strategische und operative Ausrichtung von Beratungsunternehmen zu erläutern.
- die Herausforderungen des Personalmanagements in Beratungsunternehmen zu verstehen.
- die operativen Phasen des Beratungsprozesses zu erläutern.

Kursinhalt

1. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
 - 1.1 Die Unternehmensberatung als Professional Service Firm
 - 1.2 Das Wertschöpfungsmodell der Unternehmensberatung
 - 1.3 Das Marktumfeld der Beratungsfirma
2. Das Management der Unternehmensberatung
 - 2.1 Handlungs- und Entscheidungsfelder für das Management der Unternehmensberatung
 - 2.2 Normative und strategische Handlungs- und Entscheidungsfelder
 - 2.3 Personal- und HR-Management im Beratungsunternehmen
3. Vermarktung von Beratungsdienstleistungen
 - 3.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
 - 3.2 Strategisches Beratungs-Marketing
 - 3.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
 - 3.4 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
4. Beraterhaftung, Vertragsgestaltung und Berufsrecht
 - 4.1 Beraterhaftung
 - 4.2 Vertragsgestaltung
 - 4.3 Rechtsfragen der Berufsausübung
5. Das Beratungsprojekt
 - 5.1 Voraussetzungen
 - 5.2 Einstellungen und Techniken
 - 5.3 Beratungsphase

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Block, P. (1999): Erfolgreiches Consulting. Das Berater Handbuch. Heyne, München.
- Kapfer-Gördes, V. (2008): Wissensmanagement in der Unternehmensberatung. Einführung von Wissensmanagement für Unternehmensberatungen und Projektgeschäfte. VDM, Saarbrücken.
- Lindemann, V. (2004): Positionierung. Marketing in der Beratung. Wie sich Top-Consultants positionieren und profilieren. Finanzbuch Verlag, München.
- Miethe, C. (2000): Leistung und Vermarktung unterschiedlicher Formen der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C. (2010): Unternehmensberatung, Band 1. Beratungsmarketing und Auftragsakquisition. 5. Auflage, Oldenbourg, München.
- Niedereichholz, C. (2012): Unternehmensberatung, Band 2. Auftragsdurchführung und Qualitätssicherung. 6. Auflage, Oldenbourg, München.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (2008): Consulting Wissen. Oldenbourg, München.
- Schwan, K./Seipel, K. G. (1999): Erfolgreich Beraten. Grundlagen der Unternehmensberatung. C.H.Beck, München.
- Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin.

Advanced Leadership

Modulcode: BWAf

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Michaela Moser
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Advanced Leadership I (BWAf01) ▪ Advanced Leadership II (BWAf02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Advanced Leadership I

- Grundlagen professioneller Führung
- Klassische (mehrdimensionale) Führungstheorien
- Neue Führungstheorien
- Shared Leadership – polyzentrische Führung
- Kommunikation und Führung
- Motivationstheorien und ihre praktische Relevanz für die Führung
- Zielvereinbarungen (MbO) als effektives Instrument angewandter Führung
- Materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente
- Change Management
- Corporate Governance und Compliance

Advanced Leadership II

- Teamarbeit
- Konfliktmanagement
- Coaching im Überblick
- Coaching-Gespräch und Nutzen des Coachings
- Systematisches Zeitmanagement
- Work-Life-Balance
- Projektmanagement
- Personalcontrolling
- Integrationsmanagement – ein Anwendungsbeispiel
- Anwendungsbeispiel – Führung im Bankvertrieb: MbO und Vergütungssysteme

Qualifikationsziele des Moduls

Advanced Leadership I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen Grundlagen professioneller Führung und die dafür grundlegenden Begrifflichkeiten zu erläutern.
- klassische und neue Führungstheorien zu differenzieren.
- die polyzentrische Führung in ihren Grundzügen zu erläutern und anzuwenden.
- die Bedeutung von Kommunikation für die Führung von Mitarbeitern einzuschätzen und das entsprechende Instrumentarium anzuwenden.
- Motivationstheorien zu erklären und deren praktische Relevanz für die Führung zu bewerten und einzuordnen.
- Zielvereinbarungen als Instrument der Führung anzuwenden.
- materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente im Hinblick auf ihre Wirksamkeit zu analysieren.
- die Bedeutung von Change Management und die Rolle von Führungskräften in Veränderungsprozessen zu erläutern.
- die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance für eine Führungskraft in der täglichen Arbeit zu bewerten.

Advanced Leadership II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen von Teamarbeit zu skizzieren und diese auf die Teamführung anzuwenden.
- die verschiedenen Arten von Konflikten im Unternehmen zu erläutern und als zukünftige Führungskräfte Lösungsansätze des Konfliktmanagements anzuwenden.
- die Bedeutung von Coaching in der Führungsarbeit und den Nutzen von Coaching für ein Unternehmen zu bewerten.
- einen Überblick über die Instrumente eines effektiven Zeitmanagements zu geben und diese für die Organisation einer täglichen Führungsarbeit anzuwenden.
- die aktuelle Bedeutung von Work-Life-Balance Maßnahmen für eine erfolgreiche Führung und Motivation von Mitarbeitern zu erklären.
- das Projektmanagement und insbesondere die Besonderheiten der Führung von Projekten zu skizzieren.
- die Grundlagen des Personalcontrollings zu erläutern.
- das Instrumentarium des Integrationsmanagements anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu bewerten.
- die Führung im Bankvertrieb anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu analysieren und zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Advanced Leadership I

Kurscode: BWAF01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Die professionelle und bewusste Führung von Mitarbeitern ist bedeutend für den Erfolg eines Unternehmens. Die höchste Verantwortung einer Führungskraft ist es, den zukünftigen Erfolg des Unternehmens zu sichern. Dies setzt voraus, dass Führungskräfte erfolgreich mit ihren Mitarbeitern gemeinsam Ziele für ihr Unternehmen umsetzen können. Dabei soll Führung zielorientiert zur bestmöglichen Erfüllung der Aufgaben und somit der Zielerreichung beitragen. Dies beinhaltet, Mitarbeiter zu einem Verhalten zu motivieren, das genau den jeweils zugewiesenen Aufgabenstellungen entspricht. Idealerweise bewegt man die Mitarbeiter dazu, im Sinne der Vorgaben des Unternehmens zu handeln. Führung baut daher auch entscheidend auf der Motivation der Mitarbeiter auf und bindet diese aktiv in die Unternehmensabläufe mit ein.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen Grundlagen professioneller Führung und die dafür grundlegenden Begrifflichkeiten zu erläutern.
- klassische und neue Führungstheorien zu differenzieren.
- die polyzentrische Führung in ihren Grundzügen zu erläutern und anzuwenden.
- die Bedeutung von Kommunikation für die Führung von Mitarbeitern einzuschätzen und das entsprechende Instrumentarium anzuwenden.
- Motivationstheorien zu erklären und deren praktische Relevanz für die Führung zu bewerten und einzuordnen.
- Zielvereinbarungen als Instrument der Führung anzuwenden.
- materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente im Hinblick auf ihre Wirksamkeit zu analysieren.
- die Bedeutung von Change Management und die Rolle von Führungskräften in Veränderungsprozessen zu erläutern.
- die Bedeutung von Corporate Governance und Compliance für eine Führungskraft in der täglichen Arbeit zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen professioneller Führung
 - 1.1 Führung, Management und Leadership
 - 1.2 Eindimensionale Führungsansätze und Führungsstile
2. Klassische (mehrdimensionale) Führungstheorien
 - 2.1 Verhaltensorientierte Führungsansätze
 - 2.2 Situationsorientierte Führungsansätze
3. Neue Führungstheorien
 - 3.1 Heroic und Postheroic Leadership
 - 3.2 Die Führungskraft
4. Shared Leadership – polyzentrische Führung
 - 4.1 Shared Leadership – ein Überblick
 - 4.2 Dimensionen polyzentrischer Führung
 - 4.3 Shared Leadership in der Praxis
5. Kommunikation und Führung
 - 5.1 Kommunikation
 - 5.2 Grundlegende Kommunikationsinstrumente
 - 5.3 Feedbacksystem als Teil der Kommunikation

- 6. Motivationstheorien und ihre praktische Relevanz für die Führung
 - 6.1 Motive für berufliche Arbeit bzw. Arbeitsanreize nach Maslow
 - 6.2 Weitere Motivationstheorien
- 7. Zielvereinbarungen (MbO) als effektives Instrument angewandter Führung
 - 7.1 Allgemeiner Überblick: Management by Objectives (MbO)
 - 7.2 MbO als Führungskonzept
 - 7.3 Implikationen für die Motivation
- 8. Materielle und immaterielle Führungs- und Motivationsinstrumente
 - 8.1 Materielle Anreiz- und Führungsinstrumente
 - 8.2 Immaterielle Anreiz- und Führungsinstrumente
 - 8.3 Cafeteria-System als Mischform materieller bzw. immaterieller Anreize
- 9. Change Management
 - 9.1 Die Bedeutung von Veränderungsprozessen
 - 9.2 Instrumente des Change Managements
 - 9.3 Die Führungskraft als Change Manager
- 10. Corporate Governance und Compliance
 - 10.1 Corporate Governance
 - 10.2 Compliance

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bloisi, W./Cook, C. W./Hunsaker, P. L. (2006): Management and Organisational Behaviour. 2. Auflage, McGraw-Hill Education Europe, Maidenhead.
- Bröckermann, R. (2000): Personalführung. Arbeitsbuch für Studium und Praxis. Schäffer Poeschl, Köln.
- Burnes, B. (2009): Managing Change. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow.
- Conger, J. A./Riggio, R. E (2006): The Practice of Leadership. Wiley, Hoboken (NJ).
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2010): Unternehmensführung. 3. Auflage, München.
- Domsch, M. E./Regnet, E./Rosenstiel, L. (Hrsg.) (2012): Führung von Mitarbeitern. Fallstudien zum Personalmanagement. 3. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Edmüller, A./Jiranek, H. (2007): Konfliktmanagement. Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Hannum, K. M./Martineau, J. W./Reinelt, C. (2006): The Handbook of Leadership Development Evaluation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Harvard Business Essentials (Hrsg.) (2007): Managers Toolkits. The 13 Skills Managers Need to Succeed. Harvard Business School Press, Boston.
- Hinterhuber, H.H. (2010): Die 5 Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Hinterhuber, H.H./Krauthammer, E. (2015): Leadership – Mehr als Management. 5. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v. (2010): Motivation im Betrieb: mit Fallstudien aus der Praxis. 11. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Scholz, C. (2014): Personalmanagement. informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien. 7. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München.

Advanced Leadership II

Kurscode: BWAFO2

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen BWAFO1	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
---	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Die professionelle und bewusste Führung von Mitarbeitern ist bedeutend für den Erfolg eines Unternehmens. Eine Führungskraft muss in der Lage sein, auch Dinge aus der Distanz, aus der Vogelperspektive heraus zu betrachten. Um diesen Überblick zu erhalten, muss man sich bewusst von operativen Themen lösen und muss lernen, Aufgaben zu delegieren. Dies setzt voraus, dass man Aufgaben identifiziert, die an die richtigen Mitarbeiter delegiert werden können, dass auf beiden Seiten das nötige Vertrauen zur Bewältigung der Aufgabe besteht und dass man in der Lage ist, den Arbeitsfortschritt nachzuhalten und zu kontrollieren. Führung baut von daher entscheidend auf Fähigkeiten der Teamarbeit, aber auch des Konfliktmanagements auf, um Mitarbeiter zu Höchstleistungen zu motivieren.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen von Teamarbeit zu skizzieren und diese auf die Teamführung anzuwenden.
- die verschiedenen Arten von Konflikten im Unternehmen zu erläutern und als zukünftige Führungskräfte Lösungsansätze des Konfliktmanagements anzuwenden.
- die Bedeutung von Coaching in der Führungsarbeit und den Nutzen von Coaching für ein Unternehmen zu bewerten.
- einen Überblick über die Instrumente eines effektiven Zeitmanagements zu geben und diese für die Organisation einer täglichen Führungsarbeit anzuwenden.
- die aktuelle Bedeutung von Work-Life-Balance Maßnahmen für eine erfolgreiche Führung und Motivation von Mitarbeitern zu erklären.
- das Projektmanagement und insbesondere die Besonderheiten der Führung von Projekten zu skizzieren.
- die Grundlagen des Personalcontrollings zu erläutern.
- das Instrumentarium des Integrationsmanagements anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu bewerten.
- die Führung im Bankvertrieb anhand eines konkreten Anwendungsbeispiels zu analysieren und zu bewerten.

Kursinhalt

1. Teamarbeit
 - 1.1 Was sind Gruppen und Teams?
 - 1.2 Teamführung
2. Konfliktmanagement
 - 2.1 Konflikte – ein Überblick
 - 2.2 Lösungsstrategien
3. Coaching im Überblick
 - 3.1 Allgemeiner Überblick
 - 3.2 Auswirkungen und Erfolgsfaktoren des Coachings
4. Coaching-Gespräch und Nutzen des Coachings
 - 4.1 Die Führungskraft als Coach: Das Coaching-Gespräch
 - 4.2 Kosten und Nutzen des Coachings
5. Systematisches Zeitmanagement
 - 5.1 Überblick
 - 5.2 Durchführung eines systematischen Zeitmanagements

- 6. Work-Life-Balance
 - 6.1 Work-Life-Balance: Begriff und Hintergrund
 - 6.2 Work-Life-Balance-Maßnahmen und -Instrumente
- 7. Projektmanagement
 - 7.1 Grundlagen der Projektorganisation und des Projektmanagements
 - 7.2 Aufgaben und Kompetenzen des Projektleiters
- 8. Personalcontrolling
 - 8.1 Einleitung
 - 8.2 Methoden und Kennzahlen
- 9. Integrationsmanagement – ein Anwendungsbeispiel
 - 9.1 Konflikte – das Merger Syndrom
 - 9.2 Kommunikationsmanagement der Führungskraft
- 10. Anwendungsbeispiel – Führung im Bankvertrieb: MbO und Vergütungssystem
 - 10.1 Besonderheiten bei der Führung im Bankvertrieb
 - 10.2 Verschiedene Führungsansätze im Bankvertrieb
 - 10.3 Einführung eines neuen Bankvergütungsmodells

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bloisi, W./Cook, C. W./Hunsaker, P. L. (2006): Management and Organisational Behaviour. 2. Auflage, McGraw-Hill Education Europe, Maidenhead.
- Bröckermann, R. (2000): Personalführung. Arbeitsbuch für Studium und Praxis. Schäffer Poeschl, Köln.
- Burnes, B. (2009): Managing Change. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow.
- Conger, J. A./Riggio, R. E (2006): The Practice of Leadership. Wiley, Hoboken (NJ).
- Dillerupp, R./Stoi, R. (2010): Unternehmensführung. 3. Auflage, München.
- Domsch, M. E./Regnet, E./Rosenstiel, L. (Hrsg.) (2012): Führung von Mitarbeitern. Fallstudien zum Personalmanagement. 3. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Edmüller, A./Jiranek, H. (2007): Konfliktmanagement. Konflikte vorbeugen, sie erkennen und lösen. 3. Auflage, Haufe, Freiburg.
- Hannum, K. M./Martineau, J. W./Reinelt, C. (2006): The Handbook of Leadership Development Evaluation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Harvard Business Essentials (Hrsg.) (2007): Managers Toolkits. The 13 Skills Managers Need to Succeed. Harvard Business School Press, Boston.
- Hinterhuber, H.H. (2010): Die 5 Gebote für exzellente Führung. Wie Ihr Unternehmen in guten und in schlechten Zeiten zu den Gewinnern zählt. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Hinterhuber, H.H./Krauthammer, E. (2015): Leadership – Mehr als Management. 5. Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v. (2010): Motivation im Betrieb: mit Fallstudien aus der Praxis. 11. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäffer Poeschl, Stuttgart.
- Scholz, C. (2014): Personalmanagement. informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Steinmann, H./Schreyögg, G./Koch, J. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte, Funktionen, Fallstudien. 7. Auflage, Springer, Wiesbaden.
- Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München.

BWAF02

Angewandter Vertrieb

Modulcode: BWAV

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ BWAV01 ▪ keine 	Niveau BA
----------------------------------	---	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Patrick Geus
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angewandter Vertrieb I (BWAV01) ▪ Angewandter Vertrieb II (BWAV02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Angewandter Vertrieb I

- Grundlagen angewandten Vertriebs
- Das Vertriebssystem
- Persönlicher Verkauf
- Verkaufsplanung
- Neukundenakquisition
- Der Verkaufsbesuch
- Taktik der Gesprächsführung
- Verhandlungen führen
- Weitere Verkaufskanäle

Angewandter Vertrieb II

- Marketing und Vertrieb
- Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor
- Persönlichkeiten im Vertrieb
- Kundenorientierte Kommunikation
- Präsentation und Rhetorik
- Kundenbindung
- Networking
- Fallstudie

Qualifikationsziele des Moduls

Angewandter Vertrieb I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.
- das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.
- einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.
- aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.
- den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.
- die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.
- die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.

Angewandter Vertrieb II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Zusammenspiel und die jeweiligen Verantwortungsbereiche von Marketing und Vertrieb zu verstehen.
- die Ziele und Maßnahmen im Rahmen des angewandten Vertriebs zu reflektieren und einzuordnen.
- die Relevanz von Kundenzufriedenheit und -bindung einzuschätzen. Außerdem sind die Studierenden mit den zentralen Gestaltungselementen des CRM vertraut.
- alternative Ansätze des Kundenbindungs- und -beziehungsmanagements zu reflektieren, einzuschätzen und in der Unternehmenspraxis einzusetzen.
- die Bedeutung der Begriffe Kundenlebenszyklus und Kundenwert zu verstehen und Ansätze zu entwickeln, diese im Sinne der jeweiligen Vertriebsziele zu managen.
- Techniken zur anschaulichen Präsentation und Überzeugung von Kunden und Gesprächspartnern einzusetzen.
- die Relevanz von Networking zu erfassen und eigene Strategien zur Verbreiterung der Kontaktbasis zu entwickeln.
- an Hand praktischer Erfahrungen im Rahmen der Fallstudie eigene Marktanalysen und Vertriebskonzepte zu entwickeln und zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Marketing & Vertrieb auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Angewandter Vertrieb I

Kurscode: BWAV01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Marketing & Vertrieb
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Anforderungen an ein verkäuferisches Denken wachsen jeden Tag. Eine globalisierte Nachfrage in Kombination mit hohem Wettbewerb erschwert es Unternehmen zusehends, im Kampf um den Kunden mitzuhalten. Gleichzeitig ist der Kunde immer besser informiert, während klassische Versorgungsmärkte gesättigt sind und Überkapazitäten existieren. Um in einem solchen Umfeld erfolgreich zu sein, ist verkäuferisches Denken und Handeln gefragt und gleichzeitig ein neuer Typus von Verkäufern gefordert. Im Rahmen des Kurses angewandter Vertrieb I (Einführung) werden die Teilnehmer mit den Grundbegriffen des angewandten Vertriebs vertraut gemacht. Sie erlernen die Systematiken der Vertriebsorganisation, setzen sich mit alternativen Vertriebswegen auseinander und lernen den dezidierten Planungsprozess im Vertrieb kennen. Abgerundet werden die Inhalte des Moduls durch zentrale Inhalte zur erfolgreichen Neukundenakquisition, wobei insbesondere das Augenmerk auf die Organisation und Durchführung der Kundenbesuche und der Gesprächs- und Verhandlungsführung gelegt werden.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundzüge des angewandten Vertriebes zu verstehen, und in den Unternehmenskontext einzuordnen.
- das Zusammenspiel der einzelnen Facetten des angewandten Vertriebs zu verstehen.
- einzelne Vertriebssysteme zu unterscheiden und zu bewerten.
- aktuelle Vertriebstypen und Verkaufsmerkmale zu beschreiben.
- den gesamten Vertriebsprozess von der Kundenakquise bis zur -bindung zu überschauen und einzuordnen.
- die Grundlagen der Verkaufs- und Verhandlungsführung zu verstehen und in Grundzügen selbst anzuwenden.
- die gängigen Vertriebsinstrumente zu benennen, deren Vor- und Nachteile zu erkennen und wesentliche Einsatzfelder und -möglichkeiten zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des angewandten Vertriebs
 - 1.1 Aufgaben und Formen des angewandten Vertriebs
 - 1.2 Marketing als Basis des Vertriebs
 - 1.3 Vertrieb, Verkauf und andere Begriffe
 - 1.4 Vertrieb in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
2. Das Vertriebssystem
 - 2.1 Verkaufsformen
 - 2.2 Vertriebsorganisation
 - 2.3 Key-Account-Management
 - 2.4 Mehrkanalvertrieb
3. Persönlicher Verkauf
 - 3.1 Die „neuen Verkäufer“
 - 3.2 Anforderungen an Verkäuferpersönlichkeiten
 - 3.3 Der Key-Account-Manager
 - 3.4 Aufgabe von Vertriebsführungskräften
4. Verkaufsplanung
 - 4.1 Aufgaben und Ziele der Vertriebssteuerung
 - 4.2 Wettbewerbsbeobachtung im Rahmen der Vertriebssteuerung
 - 4.3 Potenzialanalysen und Umsatzplanungen
 - 4.4 Verkaufssteuerung und Besuchsstrategien

5. Neukundenakquise
 - 5.1 Identifikation von Neukundenpotenzialen
 - 5.2 Customer Relationship Management und Kundengewinnung
 - 5.3 Messen und Events
 - 5.4 Networking
6. Der Verkaufsbesuch
 - 6.1 Besuchsfrequenzen und Besuchsvorbereitung
 - 6.2 Besuchsdurchführung
 - 6.3 Besuchsberichte und Nachbereitung
 - 6.4 Nachbetreuung und Follow-up
7. Taktik der Gesprächsführung
 - 7.1 Strukturierte Gesprächsvorbereitung
 - 7.2 Zielorientierte Gesprächsführung: Das D.A.L.A.S.-Modell
 - 7.3 Fragetechniken
8. Verhandlungen führen
 - 8.1 Psychologie des Verhandeln
 - 8.2 Verhandlungsaufbau
 - 8.3 Einwandbehandlung
 - 8.4 Preisverhandlungen
9. Weitere Verkaufskanäle
 - 9.1 Telefonverkauf
 - 9.2 Katalog- und Prospektverkauf
 - 9.3 Internet und E-Commerce

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Dannenberg, H./Zupancic, D. (2010): Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Eicher, H. (2006): Die geheimen Spielregeln im Verkauf. Wissen, wie der Kunde tickt. Campus, Frankfurt a. M.
- Herndl, K. (2014): Führen im Vertrieb. So unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter direkt und konsequent. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Limbeck, M. (2016): Das neue Hardselling. Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schneider, W./Henning, A. (2008): Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb. Das Marketing-Cockpit von A – Z. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Winkelmann, P. (2012): Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.

Angewandter Vertrieb II

Kurscode: BWAV02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen BWAV01	Kompetenzfeld Marketing & Vertrieb
---	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>In diesem Kurs werden die Kenntnisse im Bereich "Angewandter Vertrieb" ergänzt und vertieft. Hierbei wird zunächst das Spannungsfeld zwischen Marketing und Vertrieb genauer beleuchtet. Darauf aufbauend werden wesentliche Hintergründe und zentrale Zielgrößen für ein erfolgreiches Vertriebsmanagement (bspw. Kundenzufriedenheit und -bindung sowie der Kundenlebenszyklus) hergeleitet und operationalisiert, um so die Basis für ein effizientes und effektives Customer Relationship Management herzustellen. Im weiteren Verlauf wird das Augenmerk auch auf psychische Prozesse und das Konsumentenverhalten im Allgemeinen gelegt. Zudem werden Strategien und Wege zur erfolgreichen Verhandlungsführung vertieft und um überzeugende Kommunikationstechniken ergänzt. Eine Fallstudie, in deren Verlauf die Studierenden die Möglichkeit haben, das Gelernte praxisgerecht anzuwenden, rundet den Kurs ab.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Zusammenspiel und die jeweiligen Verantwortungsbereiche von Marketing und Vertrieb zu verstehen.
- die Ziele und Maßnahmen im Rahmen des angewandten Vertriebs zu reflektieren und einzuordnen.
- die Relevanz von Kundenzufriedenheit und -bindung einzuschätzen. Außerdem sind die Studierenden mit den zentralen Gestaltungselementen des CRM vertraut.
- alternative Ansätze des Kundenbindungs- und -beziehungsmanagements zu reflektieren, einzuschätzen und in der Unternehmenspraxis einzusetzen.
- die Bedeutung der Begriffe Kundenlebenszyklus und Kundenwert zu verstehen und Ansätze zu entwickeln, diese im Sinne der jeweiligen Vertriebsziele zu managen.
- Techniken zur anschaulichen Präsentation und Überzeugung von Kunden und Gesprächspartnern einzusetzen.
- die Relevanz von Networking zu erfassen und eigene Strategien zur Verbreiterung der Kontaktbasis zu entwickeln.
- an Hand praktischer Erfahrungen im Rahmen der Fallstudie eigene Marktanalysen und Vertriebskonzepte zu entwickeln und zu bewerten.

Kursinhalt

1. Marketing und Vertrieb
 - 1.1 Aufgaben und Funktionen des Marketings
 - 1.2 Vertriebsmarketing in unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen
 - 1.3 Relationship Marketing
 - 1.4 Internationales Marketing und Vertriebskooperationen
2. Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor
 - 2.1 Customer Relationship Management (CRM)
 - 2.2 Die Erfolgskette des CRM
 - 2.3 Kundenbeziehungsstrategien
3. Persönlichkeiten im Vertrieb
 - 3.1 Verkaufspersönlichkeiten und Differenzierung
 - 3.2 Verkaufen in Teams
 - 3.3 Verhandeln mit Gremien
4. Kundenorientierte Kommunikation
 - 4.1 Kommunikationsaufgaben im Vertrieb
 - 4.2 Verkaufsförderung durch Vertriebsmitarbeiter
 - 4.3 Verkaufsförderung im Team
 - 4.4 Verkaufsförderung durch das Unternehmen

- 5. Präsentation und Rhetorik
 - 5.1 Rhetorik im Verkauf
 - 5.2 Präsentationstechniken
 - 5.3 Nonverbale Kommunikation
- 6. Kundenbindung
 - 6.1 Kundenbindungsmanagement
 - 6.2 Kundenprogramme und andere Kundenbindungsinstrumente
 - 6.3 Beschwerdemanagement
- 7. Networking
 - 7.1 Netzwerkkompetenzen im Unternehmen
 - 7.2 Aufbau und Gestaltung von Beziehungen
 - 7.3 Networking über soziale Medien
- 8. Fallstudie iq media marketing
 - 8.1 Die Marktsituation
 - 8.2 Die Vermarktungssituation
 - 8.3 iq media marketing und iq digital media marketing

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Dannenberg, H./Zupancic, D. (2010): Spitzenleistungen im Vertrieb. Optimierungen im Vertriebs- und Kundenmanagement. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Eicher, H. (2006): Die geheimen Spielregeln im Verkauf. Wissen, wie der Kunde tickt. Campus, Frankfurt a. M.
- Herndl, K. (2014): Führen im Vertrieb. So unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter direkt und konsequent. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Limbeck, M. (2016): Das neue Hardselling. Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Schneider, W./Henning, A. (2008): Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb. Das Marketing-Cockpit von A – Z. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Winkelmann, P. (2012): Marketing und Vertrieb. Fundamente für die Marktorientierte Unternehmensführung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.

BWAV02

Projektmanagement (Spezialisierung)

Modulcode: BWPM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ BWPM01 ▪ keine 	Niveau BA
----------------------------------	---	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 210 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. André Hollstein

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spezialaspekte des Projektmanagements (BWPM01) ▪ IT-Aspekte des Projektmanagements (BWPM02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung	Teilmodulprüfung <u>Spezialaspekte des Projektmanagements</u> Klausur, 90 <u>IT-Aspekte des Projektmanagements</u> Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Spezialaspekte des Projektmanagements**

- Grundlagen des Projektmanagements
- Strategische Aspekte des Projektmanagements
- Projektorganisation
- Change- und Wissensmanagement mit Projekten
- Projekt-Controlling
- Management der Qualität von Projekten
- Der Faktor „Mensch“
- Aspekte internationaler und interkultureller Projektarbeit

IT-Aspekte des Projektmanagements

- Softwareeinsatz im Projektmanagement
- Projektmanagement-Software
- Wahl der passenden PM-Software
- Alternative Projektmanagement-Ansätze
- Praktische Nutzung von PM-Software

Qualifikationsziele des Moduls**Spezialaspekte des Projektmanagements**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Projektmanagement sowohl als Methode, als auch als Führungsinstrument zu verstehen.
- Strategie, Organisation und Umsetzung des Projektmanagements zu entwickeln.
- Projektmanagement als strategischen Wettbewerbsfaktor zu erfassen.
- Projektmanagement mit Wissens- und Change-Management zu verknüpfen.
- das Controlling von Qualität, Kosten, Risiken und Terminen im Rahmen des Projektmanagements zu erfassen.
- die für Projekte notwendigen Ressourcen zu planen und zu steuern.
- die Bedeutung psychologischer und kultureller Rahmenbedingungen für das Projektmanagement zu verstehen.

IT-Aspekte des Projektmanagements

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterstützung von IT-Instrumenten für das Projektmanagement zu verstehen.
- die spezifischen Vor- und Nachteile von Standard- und Spezial-Softwarelösungen abzuwägen.
- die Auswahlkriterien für IT-Lösungen des Projektmanagements zu kennen und anzuwenden.
- die Herausforderungen und Grenzen von IT-Lösungen für standortübergreifende Projekte zu erkennen.
- die innovationsgetriebenen, neuen und alternativen Ansätze des Projektmanagements zu verstehen.
- eine selbst gewählte Fallstudie eigenständig zu erstellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Projektmanagement auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft
& Management

Spezialaspekte des Projektmanagements

Kurscode: BWPM01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Projektmanagement
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Projektmanagement hat sich sowohl als Methode als auch als Führungsinstrument etabliert. Dieser Kurs vertieft die im Basismodul dargestellten grundsätzlichen Fragen, Planungs- und Durchführungsschritte sowie deren instrumentelle Umsetzung und erweitert sie um strategische und operative Führungsentscheidungen rund um die Organisation des Projektmanagements. Dabei werden sowohl die Querschnittfunktion einer projektorientierten Unternehmensorganisation und der entsprechenden Führung herausgestellt als auch die wissenschaftlichen Perspektiven anderer Module des Bachelor-Programms eingenommen und auf Berührungspunkte zum Projektmanagement hingewiesen. Abhängig von der Unternehmensgröße gewinnen Multiprojektorganisation und die Instrumente des Projektportfoliomanagements an Bedeutung, weshalb deren Ansätze ebenfalls einen wichtigen Baustein einer Funktionsvertiefung Projektmanagement bilden. Die Bedeutung der Arbeitsform Projekt und der Exzellenz im Projektmanagement für die Performance des Unternehmens sind unstrittig. Projektmanagement wird zum Wettbewerbsfaktor, weshalb die strategische Komponente des Projektmanagements eine zentrale Bedeutung einnimmt. Dieser Kurs greift die entsprechenden strategischen Fragestellungen auf und verdeutlicht, welche organisatorischen Grundvoraussetzungen erfolgsunterstützende Projektrahmenbedingungen darstellen können. Modern verstandenes Projektmanagement umfasst und unterstützt Führungsaufgaben des Wissens- und Changemanagements. Strategische Planung und Kontrolle von Projekten beinhaltet letztlich auch alle Aspekte des Controllings der Qualität, der Kosten, des Risikos und der Termineinhaltung von Projekten. Als wichtiger Erfolgsfaktor für Projekte lässt sich zweifelsfrei der Faktor der mit der Durchführung des Projektes betrauten Menschen identifizieren. Dazu gehört auch der Hinweis auf die Notwendigkeit, sich in Zeiten der Globalisierung des Wirtschaftsgeschehens mit den kulturellen Herausforderungen internationalen Projektmanagements zu beschäftigen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Projektmanagement sowohl als Methode, als auch als Führungsinstrument zu verstehen.
- Strategie, Organisation und Umsetzung des Projektmanagements zu entwickeln.
- Projektmanagement als strategischen Wettbewerbsfaktor zu erfassen.
- Projektmanagement mit Wissens- und Change-Management zu verknüpfen.
- das Controlling von Qualität, Kosten, Risiken und Terminen im Rahmen des Projektmanagements zu erfassen.
- die für Projekte notwendigen Ressourcen zu planen und zu steuern.
- die Bedeutung psychologischer und kultureller Rahmenbedingungen für das Projektmanagement zu verstehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Projektmanagements
 - 1.1 Projektbeteiligte
 - 1.2 Projektphasen
 - 1.3 Projektsteuerung und -kontrolle

2. Strategische Aspekte des Projektmanagements
 - 2.1 Kritische Erfolgsfaktoren des Projektmanagements
 - 2.2 Einfluss des Projektmanagements für die Business Performance
 - 2.3 Projektmanagement als Wettbewerbsvorteil
3. Projektorganisation
 - 3.1 Aufbauorganisatorische Aspekte
 - 3.2 Projektportfoliomanagement
 - 3.3 Multiprojektorganisation
 - 3.4 Projektmanagements in interorganisationalen und internationalen Arbeitsprozessen
 - 3.5 Project Office und Project Management Office
4. Change- und Wissensmanagement mit Projekten
 - 4.1 Unterstützung von Change-Prozessen durch PM
 - 4.2 Unterstützung des Wissensmanagements durch PM
5. Projekt-Controlling
 - 5.1 Strategisches Projekt-Controlling
 - 5.2 Operatives Projekt-Controlling
6. Management der Qualität von Projekten
 - 6.1 Qualitätsmanagementsysteme
 - 6.2 Bedeutung von QM-Systemen für das PM
7. Der Faktor "Mensch"
 - 7.1 Empirische Belege für den Erfolgsfaktor „Mensch“ für Projekte
 - 7.2 Verhaltenstheoretische und (wirtschafts-)psychologische Aspekte
 - 7.3 Personalentwicklungs- und Karriereaspekte
8. Aspekte internationaler und interkultureller Projektarbeit
 - 8.1 Kulturelle Diversität in Projektteams
 - 8.2 Ansatzpunkte der Verbesserung interkultureller Kooperation

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Ahlemann, F./Eckl, C. (Hrsg.) (2013): Strategisches Projektmanagement. Praxisleitfaden, Fallstudien und Trends. Gabler, Wiesbaden.
- Cronenbroeck, W. (2004): Handbuch Internationales Projektmanagement. Grundlagen, Organisation, Projektstandards. Interkulturelle Aspekte. Angepasste Kommunikationsformen. Cornelsen, Berlin.
- Fiedler, R. (2010): Controlling von Projekten. Mit konkreten Beispielen aus der Unternehmenspraxis. 5. Auflage, Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Hirzel, M./ Alter, W./Sedlmayer, M. (Hrsg.) (2011): Projektportfolio-Management. Strategisches und operatives Multi-Projektmanagement in der Praxis. 3. Auflage, Gabler.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. vdf, Zürich.
- Jenny, B. (2009): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere. 3. Auflage, vdf, Zürich.
- Litke, H.-D. (2007): Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen Evolutionäres Projektmanagement. 5. Auflage, Hanser, München.
- Meier, H. (2004): Internationales Projektmanagement. NWB, Herne.
- Seidl, J. (2011): Multiprojektmanagement. Übergreifende Steuerung von Mehrprojektsituationen durch Projektportfolio- und Programmmanagement. Springer, Berlin.
- Wastian, M./Braumandl, I./Rosenstiel, L. v. (Hrsg.) (2011): Angewandte Psychologie für das Projektmanagement. 2. Auflage, Springer, Berlin.

IT-Aspekte des Projektmanagements

Kurscode: BWPM02

Kursart Fallstudie	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen BWPM01	Kompetenzfeld Projektmanagement
---	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 110 h	Tutorium 20 h	Selbstüberprüfung 20 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Projektmanagement erfährt in aller Regel IT-Unterstützung. Dabei ist je nach spezieller Aufgabenstellung, Umfang und Aufwand des Projektes zu entscheiden, ob Standard- oder Spezialsoftware eingesetzt werden soll. Die Studierenden werden daher mit den gängigen Auswahlkriterien bekannt gemacht. In einem weiteren Schritt werden exemplarische Programme vorgestellt, die jeweils ein anderes Vorgehensmodell oder eine Branchen- bzw. Funktionsspezialisierung repräsentieren (z. B. Software-Projekte). Dabei wird auch auf die neuen, alternativen Ansätze des Projektmanagements eingegangen. Letztlich werden die Studierenden anhand von und mit thematischem Rückgriff auf die bis dato im Grundmodul und dem ersten Kurs des Spezialisierungsmoduls erarbeiteten Kenntnissen und Fähigkeiten ein Projekt komplett durcharbeiten. Dabei wird eine aktuelle Spezialsoftware benutzt. Die Studierenden werden den Fortschritt und das Ergebnis anhand einer Fallstudie dokumentieren.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterstützung von IT-Instrumenten für das Projektmanagement zu verstehen.
- die spezifischen Vor- und Nachteile von Standard- und Spezial-Softwarelösungen abzuwägen.
- die Auswahlkriterien für IT-Lösungen des Projektmanagements zu kennen und anzuwenden.
- die Herausforderungen und Grenzen von IT-Lösungen für standortübergreifende Projekte zu erkennen.
- die innovationsgetriebenen, neuen und alternativen Ansätze des Projektmanagements zu verstehen.
- eine selbst gewählte Fallstudie eigenständig zu erstellen.

Kursinhalt

1. Softwareeinsatz im Projektmanagement
 - 1.1 Warum wird im Projektmanagement Software eingesetzt?
 - 1.2 Möglichkeiten und Grenzen der Softwareunterstützung
2. Projektmanagement Software
 - 2.1 Unterscheidung von PM-Software anhand technischer Anforderungen
 - 2.2 Einführung einer PM-Software
3. Wahl der passenden PM-Software
 - 3.1 Anforderungen an PM-Software
 - 3.2 Auswahl- und Bewertungskriterien
4. Alternative Projektmanagement-Ansätze
 - 4.1 Das Agile Manifest und dessen zwölf Prinzipien
 - 4.2 Prozessorientiertes PM mit PRINCE2
 - 4.3 SCRUM
 - 4.4 Weitere alternative PM-Ansätze und Bewertung
5. Praktische Nutzung von PM-Software
 - 5.1 Bedeutung von MS Office-Standards als Unterstützung im PM
 - 5.2 Bekannte Software Tools im Projektmanagement

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Engelfried, J./Zahn, S. (2012): Wirkungsvolle Präsentation von und in Projekten. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kowalski, S. (2007): Projekte planen und steuern mit EXCEL. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Oestereich, B./Weiss, C. (2007): APM – Agiles Projektmanagement. Erfolgreiches Timeboxing für IT-Projekte. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Project Management Institute (Hrsg.) (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide). 5. Auflage, Project Management Institute, Newton Square (PA).
- Schwab, J. (2011): Projektplanung mit Project 2010. Das Praxisbuch für alle Project-Anwender. Hanser, München.
- Wolf, H. (Hrsg.) (2011): Agile Projekte mit Scrum, XP und KANBAN im Unternehmen durchführen. Erfahrungsberichte aus der Praxis. dpunkt.verlag, Heidelberg.

IT Management

Modulcode: BWIT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Marian Benner-Wickner

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der industriellen Softwaretechnik (IGIS01) ▪ Requirements Engineering (IREN01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Grundlagen der industriellen Softwaretechnik**

- Aufbau und Organisation von Informationssystemen
- Risiken und Herausforderungen der industriellen Softwaretechnik
- Softwarelebenszyklus: Von Planung bis Ablösung
- Requirements Engineering und Spezifikation
- Architektur und Implementierung
- Qualitätssicherung, Betrieb und Weiterentwicklung
- Rollen im Software Engineering
- Organisation von Softwareprojekten
- Softwareprozessmodell-Rahmenwerke

Requirements Engineering

- Grundlagen und Begriffe des Requirements Engineering
- Ermittlung von Anforderungen
- Ausgewählte Ermittlungstechniken
- Dokumentation von Anforderungen
- Modellierung von Prozessen
- Modellierung von Systemen
- Prüfen und Abstimmen von Anforderungen
- Management von Anforderungen und Techniken zur Priorisierung

Qualifikationsziele des Moduls**Grundlagen der industriellen Softwaretechnik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einfache Berechnungen im Binärsystem (Boolsche Algebra) durchzuführen.
- den Aufbau von Rechnersystemen und Kommunikationsnetzen zu beschreiben.
- die Phasen eines SW-Lebenszyklus voneinander abzugrenzen.
- Rollen und Phasen im Software-Prozess voneinander abzugrenzen.
- verschiedene Vorgehensmodelle der SW-Entwicklung zu kennen.
- typische Herausforderungen und Risiken der industriellen SW-Entwicklung zu kennen.
- verschiedene Programmierparadigmen und deren Einsatz zu kennen.

Requirements Engineering

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- mithilfe IT-Unterstützung relevanter Modelle eine Unternehmensmodellierung umzusetzen.
- Techniken und Methoden zu Ermittlung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- Techniken zur Dokumentation von Anforderungen an IT-Systeme einzusetzen.
- Techniken zur Prüfung und Abstimmung sowie der Verwaltung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- für gegebene Projektsituationen eigenständig geeignete Techniken und Methoden des Requirements Engineering auszuwählen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Grundlagen der industriellen Softwaretechnik

Kurscode: IGIS01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Informatik & Software-Entwicklung
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Ziel des Kurses ist es, den Studierenden einen Einblick in die technischen und theoretischen Grundlagen des Software Engineering zu vermitteln. Neben dem generellen Aufbau von Rechnersystemen werden den Studierenden typische Herausforderungen bei der Entwicklung industrieller Informationssysteme vermittelt. Darüber hinaus wird dargestellt, mit welchen typischen Phasen und Aktivitäten im Software Engineering diese Risiken gezielt adressiert werden.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ einfache Berechnungen im Binärsystem (Boolsche Algebra) durchzuführen. ▪ den Aufbau von Rechnersystemen und Kommunikationsnetzen zu beschreiben. ▪ die Phasen eines SW-Lebenszyklus voneinander abzugrenzen. ▪ Rollen und Phasen im Software-Prozess voneinander abzugrenzen. ▪ verschiedene Vorgehensmodelle der SW-Entwicklung zu kennen. ▪ typische Herausforderungen und Risiken der industriellen SW-Entwicklung zu kennen. ▪ verschiedene Programmierparadigmen und deren Einsatz zu kennen.

Kursinhalt

1. Aufbau und Organisation von Informationssystemen
 - 1.1 0 und 1 als Grundlage aller IT-Systeme
 - 1.2 Von-Neumann-Architektur
 - 1.3 Verteilte Systeme und Kommunikationsnetze
 - 1.4 Betriebliche Informationssysteme
2. Risiken und Herausforderungen der industriellen Softwaretechnik
 - 2.1 Eigenschaften von industriellen Softwaresystemen
 - 2.2 Softwaretechnik
 - 2.3 Risiken und typische Probleme
 - 2.4 Ursachenforschung
 - 2.5 Herausforderungen im Software Engineering
3. Softwarelebenszyklus: Von Planung bis Ablösung
 - 3.1 Der Softwarelebenszyklus im Überblick
 - 3.2 Planung
 - 3.3 Entwicklung
 - 3.4 Betrieb
 - 3.5 Wartung
 - 3.6 Abschaltung
4. Requirements Engineering und Spezifikation
 - 4.1 Requirements Engineering
 - 4.2 Spezifikation
5. Architektur und Implementierung
 - 5.1 Architektur
 - 5.2 Implementierung
6. Qualitätssicherung, Betrieb und Weiterentwicklung
 - 6.1 Qualitätssicherung
 - 6.2 Betrieb
 - 6.3 Weiterentwicklung
7. Rollen im Software Engineering
 - 7.1 Idee der rollenbasierten Herangehensweise
 - 7.2 Typische Rollen

- 8. Organisation von Softwareprojekten
 - 8.1 Vom Prozessparadigma zum Softwareprozess
 - 8.2 Prozessparadigmen
 - 8.3 Produktlebenszyklus
- 9. Softwareprozessmodell-Rahmenwerke
 - 9.1 V-Modell XT
 - 9.2 Rational Unified Process (RUP)
 - 9.3 Scrum

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Gumm, H. P./Sommer, M. (2011): Einführung in die Informatik. 9. Auflage, Oldenbourg, München.
- Hansen, H. R./Neumann, G. (2009): Wirtschaftsinformatik 1. Grundlagen und Anwendungen. 10. Auflage, UTB, Stuttgart.
- Ludwig, J./Lichter, H. (2010): Software Engineering. Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken. 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Sommerville, I. (2007): Software Engineering. 8. Auflage, Addison-Wesley, Boston.

Requirements Engineering

Kurscode: IREN01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Informatik & Software-Entwicklung
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Die frühen Phasen der Softwareentwicklung sind maßgeblich davon gekennzeichnet, dass fachliche und technische Anforderungen (Requirements) an das IT-System zu ermitteln sind. Die Anforderungsermittlung muss äußerst umsichtig betrieben werden, weil alle folgenden Aktivitäten im SW-Entwicklungsprozess auf der Grundlage der dokumentierten Anforderungen geplant und durchgeführt werden. In diesem Kurs werden Vorgehensweisen, Methoden und Modelle vermittelt, die eine strukturierte und methodische Ermittlung und Dokumentation von Anforderungen an betriebliche Informationssysteme ermöglichen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- mithilfe IT-Unterstützung relevanter Modelle eine Unternehmensmodellierung umzusetzen.
- Techniken und Methoden zu Ermittlung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- Techniken zur Dokumentation von Anforderungen an IT-Systeme einzusetzen.
- Techniken zur Prüfung und Abstimmung sowie der Verwaltung von Anforderungen an IT-Systeme voneinander abzugrenzen.
- für gegebene Projektsituationen eigenständig geeignete Techniken und Methoden des Requirements Engineering auszuwählen.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Begriffe des Requirements Engineering
 - 1.1 Requirements Engineering im Softwareprozess
 - 1.2 Kernaktivitäten im Requirements Engineering
 - 1.3 Was ist eine Anforderung?
2. Ermittlung von Anforderungen
 - 2.1 Bestimmung des Systemkontextes
 - 2.2 Bestimmung der Quellen von Anforderungen
 - 2.3 Ausw.hlen der geeigneten Ermittlungstechniken
 - 2.4 Anforderungen unter Einsatz der Techniken ermitteln
3. Ausgewählte Ermittlungstechniken
 - 3.1 Kreativitätstechniken
 - 3.2 Befragungstechniken
 - 3.3 Beobachtungstechniken
 - 3.4 Prototyping
4. Dokumentation von Anforderungen
 - 4.1 Aktivitäten zur Dokumentation von Anforderungen
 - 4.2 Typische Elemente der Anforderungsdokumentation
 - 4.3 Dokumentationsformen
5. Modellierung von Prozessen
 - 5.1 Grundlagen und Begriffe
 - 5.2 Modellierung mit der Business Process Model and Notation
 - 5.3 Modellierung mit Ereignisgesteuerten Prozessketten

6. Modellierung von Systemen
 - 6.1 Grundlagen Unified Modeling Language
 - 6.2 UML-Use Case-Diagramm
 - 6.3 UML-Aktivitätsdiagramm
 - 6.4 UML-Klassendiagramm
 - 6.5 UML-Zustandsdiagramm
7. Prüfen und Abstimmen von Anforderungen
 - 7.1 Aktivitäten zum Prüfen und Abstimmen von Anforderungen
 - 7.2 Prüfkriterien
 - 7.3 Prüfprinzipien
 - 7.4 Prüftechniken
 - 7.5 Abstimmen von Anforderungen
8. Management von Anforderungen und Techniken zur Priorisierung
 - 8.1 Verwalten von Anforderungen
 - 8.2 Techniken zur Priorisierung von Anforderungen

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Allweyer T. (2009): BPMN 2.0. Business Process Model and Notation. 2. Auflage, Books on Demand, Norderstedt.
- Balzert, H. (2010): UML 2 kompakt. 3. Auflage, Springer Spektrum, Wiesbaden.
- Booch, G./Rumbaugh, J./Jacobson, I. (2006): Das UML-Benutzerhandbuch. Addison-Wesley, Boston.
- Cohn, M. (2010): User Stories. Für die agile Software-Entwicklung mit Scrum, XP u.a. mitp, Wachtendonk.
- Freund, J./Rücker, B. (2012): Praxishandbuch BPMN 2.0. 3. Auflage, Carl Hanser Verlag, München.
- Gadatsch A. (2013): Grundkurs Geschäftsprozess-Management. 7. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Pohl, K. (2008): Requirements Engineering. Grundlagen, Prinzipien, Techniken. 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Pohl, K./Rupp, C. (2011): Basiswissen Requirements Engineering. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.

Praxisprojekt

Modulcode: BWPP

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 240 h	Tutorium 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Holger Sommerfeldt
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Praxisprojekt (BWPP01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht (best. / nicht best.)	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Planung des Praxisprojektes Reflexion des beruflichen Handelns Erprobung von Konzepten und Methoden in der Praxis Dokumentation, Auswertung und Präsentation des Projektes

Qualifikationsziele des Moduls**Praxisprojekt**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene theoretische Wissen auf praktische Probleme anzuwenden.
- Einblicke in die betriebliche Arbeitspraxis zu reflektieren.
- komplexe Probleme aus der Praxis selbstständig zu bearbeiten.
- ihre erlernten kreativen und kommunikativen Fähigkeiten im Rahmen von Projekt- und Beratungskompetenz einzusetzen.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu reflektieren.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf weiteren Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Praxisprojekt

Kurscode: BWPP01

Kursart Projekt	Studienform	Niveau BA
---------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 10	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 240 h	Tutorium 60 h	Gesamtstunden 300 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht (best. / nicht best.)

Beschreibung des Kurses
<p>Im Rahmen des Praxisprojektes bearbeiten die Studierenden eine praxisrelevante Fragestellung in einem Unternehmen. Ein Einführungstutorium unterstützt die Studenten bei der Wahl und bei der Planung geeigneter Projekte. Die jeweilige Fragestellung wird in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen entwickelt. Die Studierenden bearbeiten das Projekt im Unternehmen und präsentieren ihre Lösungen und Empfehlungen in einem Ergebnistutorium.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das im Studium bisher erworbene theoretische Wissen auf praktische Probleme anzuwenden.
- Einblicke in die betriebliche Arbeitspraxis zu reflektieren.
- komplexe Probleme aus der Praxis selbstständig zu bearbeiten.
- ihre erlernten kreativen und kommunikativen Fähigkeiten im Rahmen von Projekt- und Beratungskompetenz einzusetzen.
- instruktive Beobachtungen und Erfahrungen im Handeln zu reflektieren.
- die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person zu reflektieren.

Kursinhalt

- Planung des Praxisprojektes
- Reflexion des beruflichen Handelns
- Dokumentation, Auswertung und Präsentation des Projektes

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Schelle, H. (2004): Projekte zum Erfolg führen. Projektmanagement systematisch und kompakt. 4. Auflage, dtv, München.
- Fachbezogen ist die Literatur anderer Module des Studienganges relevant.

Luftverkehrsmanagement

Modulcode: BWLM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ BWLM01 	Niveau BA
----------------------------------	---	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Luftverkehrs (BWLM01) ▪ Netz- und Yield-Management (BWLM02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Grundlagen des Luftverkehrs**

- Einführung
- Institutionen im Luftverkehr
- Luftverkehrspolitik und Luftverkehrsrecht
- Umweltpolitik
- Fluggesellschaften und ihre Kunden
- Flughäfen und Flugsicherheit

Netz- und Yield-Management

- Netz-Management
- Yield-Management

Qualifikationsziele des Moduls**Grundlagen des Luftverkehrs**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Aufbau und Funktionsweise der Luftverkehrsindustrie zu erklären.
- die Aufgaben und Funktionen der Institutionen und Organisationen des Luftverkehrs zu bewerten.
- Grundlagen der Luftverkehrspolitik und des Luftverkehrsrechts sowie der Umweltpolitik anzuwenden.
- Produktionsfaktoren und Geschäftsmodelle der Fluggesellschaften zu differenzieren.

Netz- und Yield-Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Bedeutung und Funktionsweise des Netzwerk-Managements einer Fluggesellschaft zu beurteilen.
- grundlegende Techniken/Steuerungsmethoden des Netzwerk-Managements einer Fluggesellschaft anzuwenden.
- die strategische Bedeutung und Funktionsweise des Yield-Managements einer Fluggesellschaft zu beurteilen.
- grundlegende Techniken/Steuerungsmethoden des Yield-Managements einer Fluggesellschaft anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Luft- und Raumfahrt auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Transport & Logistik

Grundlagen des Luftverkehrs

Kurscode: BWLM01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Luft- & Raumfahrt
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Luftverkehrsindustrie ist eine kontinuierlich wachsende Industrie, sowohl im Passagier- als auch im Frachtbereich. Die Wahlfächer im Bereich Luftverkehrsmanagement richten sich an alle Studierenden, die sich mit dieser Industrie näher befassen möchten. Dabei werden sowohl die organisatorischen und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen behandelt als auch konkrete betriebswirtschaftliche Anwendungen und Hintergründe beleuchtet.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau und Funktionsweise der Luftverkehrsindustrie zu erklären. ▪ die Aufgaben und Funktionen der Institutionen und Organisationen des Luftverkehrs zu bewerten. ▪ Grundlagen der Luftverkehrspolitik und des Luftverkehrsrechts sowie der Umweltpolitik anzuwenden. ▪ Produktionsfaktoren und Geschäftsmodelle der Fluggesellschaften zu differenzieren.

Kursinhalt

1. Einführung in den Luftverkehr
 - 1.1 Der Begriff des Luftverkehrs und die Luftverkehrsbranche als Studienobjekt – Luftverkehr und Luftfahrt
 - 1.2 Die Teilnehmer am Luftverkehr
2. Institutionen im Luftverkehr
 - 2.1 Einführung in die Luftverkehrsinstitutionen – Unterscheidung zwischen öffentlichen und privaten Institutionen
 - 2.2 Nationale Luftverkehrsinstitutionen
 - 2.3 Internationale Luftverkehrsinstitutionen
3. Luftverkehrspolitik und Luftverkehrsrecht
 - 3.1 Akteure und Entscheidungsprozesse in der Luftverkehrspolitik
 - 3.2 Beispiele für Subventionen und Steuern
 - 3.3 Öffentliches Luftverkehrsrecht
4. Umweltpolitik
 - 4.1 Fluglärm
 - 4.2 Lokal wirkende gasförmige Emissionen
 - 4.3 Global wirkende gasförmige Emissionen/Beitrag des Luftverkehrs zum Klimawandel
5. Fluggesellschaften und ihre Kunden
 - 5.1 Grundlegende Charakteristika von Luftverkehrsangebot und -nachfrage
 - 5.2 Traditionelle Geschäftsmodelle im Passagierflugverkehr
 - 5.3 Low Cost Carrier – Ein neues Geschäftsmodell im Luftverkehr
6. Flughäfen und Flugsicherheit
 - 6.1 Arten, Geschäftsfelder und Output von Flughäfen
 - 6.2 Flughafenwahl und Flughafenmarketing
 - 6.3 Aufgaben und Probleme der Flugsicherung

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Maurer, P. (2006): Luftverkehrsmanagement - Basiswissen. 4. Auflage, Oldenbourg, München.
- Pompl, W. (2007): Luftverkehr. Eine ökonomische und politische Einführung. 5. Auflage, Springer, Berlin.
- Sterzenbach, R./Conrady, R./Fichert, F. (2013): Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch. 5. Auflage, Oldenbourg, München.

Netz- und Yield-Management

Kurscode: BWLM02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen BWLM01	Kompetenzfeld Luft- & Raumfahrt
---	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Die Luftverkehrsindustrie ist eine kontinuierlich wachsende Industrie, sowohl im Passagier- als auch im Frachtbereich. Die Wahlfächer im Bereich Luftverkehrsmanagement richten sich an alle Studierenden, die sich mit dieser Industrie näher befassen möchten. Dabei werden sowohl die organisatorischen und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen behandelt als auch konkrete betriebswirtschaftliche Anwendungen und Hintergründe beleuchtet. Basierend auf den Grundlagen des ersten Teils werden hier verschiedene Netzwerkformen und die Preispolitik von Fluggesellschaften vertieft.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Bedeutung und Funktionsweise des Netzwerk-Managements einer Fluggesellschaft zu beurteilen.
- grundlegende Techniken/Steuerungsmethoden des Netzwerk-Managements einer Fluggesellschaft anzuwenden.
- die strategische Bedeutung und Funktionsweise des Yield-Managements einer Fluggesellschaft zu beurteilen.
- grundlegende Techniken/Steuerungsmethoden des Yield-Managements einer Fluggesellschaft anzuwenden.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Netzwerkplanung von Fluggesellschaften
 - 1.1 Hub&Spoke-Netze
 - 1.2 Point-to-Point- und Liniennetze
 - 1.3 Netzwerkstrategien
2. Spezielle Aspekte des Netz- und Kapazitätsmanagements von Fluggesellschaften
 - 2.1 Kapazitätsplanung
 - 2.2 Flugplanung
3. Grundlagen und Techniken des Yield-Managements
 - 3.1 Besonderheiten von Luftverkehrsangeboten und -nachfrage
 - 3.2 Preisdifferenzierung im Luftverkehr durch Yield-Management
4. Yield-Management bei Netzwerk-Fluggesellschaften
 - 4.1 Aufbau von Tarifen
 - 4.2 Kapazitätssteuerung
 - 4.3 Yield-Management in Airline-Netzwerken
5. Yield-Management bei Low-Cost-Fluggesellschaften
 - 5.1 Besonderheiten im Yield-Management von Low-Cost-Fluggesellschaften
 - 5.2 Aktuelle Trends im Yield-Management von Low-Cost-Carriern
6. Ausgewählte Marketing-Instrumente
 - 6.1 Produktpolitik
 - 6.2 Distributionspolitik
 - 6.3 Kundenbindung - Vielfliegerprogramme

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Goedeking, P. (2010): Networks in Aviation. Strategies and Structures. Springer, Berlin
- Klein, R./Steinhardt, C. (2008): Revenue Management. Grundlagen und Mathematische Methoden. Springer, Berlin.
- Sterzenbach, R./Conrady, R./Fichert, F. (2013): Luftverkehr. Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch. 5. Auflage, Oldenbourg, München.

Personalwesen Spezialisierung

Modulcode: BWPW

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ BWPW01 ▪ keine 	Niveau BA
----------------------------------	---	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Regina Cordes

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personalwesen Spezialisierung I (Einführung) (BWPW01) ▪ Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung) (BWPW02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)**

- Total Quality Management, Reengineering, Lean Management, Benchmarking und Kaizen als Instrumente des Change Managements; Gemeinsamkeiten langlebiger Unternehmen; Hauptursachen für Widerstand gegen Veränderungen; Umgang mit Widerstand; acht Stufen des Lernprozesses bei Change Management
- Veränderungen in den Unternehmensbereichen Forschung und Entwicklung, Beschaffungsmanagement, Produktionsmanagement, Marketing und Unternehmensorganisation; zehn Schritte zur schlanken Managementkonzeption
- Reengineering als fundamentales Überdenken und radikales Umgestalten von Unternehmen; Konzentration auf das, was sein sollte; Erfolg bei Unternehmensleistungen mit klaren Visionen, Engagement und Beharrlichkeit
- Kaizen als ständige Verbesserung unter Einbeziehung aller Mitarbeiter; Planen, Ausprobieren, Überprüfen und Umsetzen als Phasen des Demingkreises; Kaizen-Strategien bei höheren Ansprüchen der Kunden, stärkerem Wettbewerb, steigenden Personalkosten und niedriger Arbeitsproduktivität
- Zielsystem der flexiblen Arbeitszeit; Beschaffungskosten bei der Einführung eines Arbeitszeitsystems; laufend wiederkehrende Betriebskosten eines Arbeitszeitsystems
- Faktoren des internationalen Personalmanagements; Risiken einer Auslandsbeschäftigung; Haupteinflussfaktoren für internationales Personalmanagement; Einflussfaktoren der Personalauswahl und Stellenbesetzung im Ausland

Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung)

- Kenntnis der geschäftspolitischen Richtlinien, Handbücher, Anweisungen für Arbeitsabläufe und Organisationshilfsmittel; Verständnis der Abläufe, Kommunikations- und Informationswege für neue Führungskräfte; wer Leistung fordert, muss Sinn bieten
- Unterschiede zwischen Führung und Management; Richtungsänderungen durch Führung mit Vision und Strategie; Persönlichkeitswerte einer Führungskraft; flexibles Führungsverhalten: Delegation, Unterstützung, Anweisung und Coaching
- Schlüsselfaktoren zum Aufbau einer positiven Atmosphäre für die Teamarbeit; teaminterne/-externe Widerstände; 25 Ge- und Verbote erfolgreicher Teamarbeit
- Innere Kündigung als (un)bewusste Distanzierung von Engagement und Eigeninitiative am Arbeitsplatz; Coaching zur Verbesserung von Handlungskompetenz und Verhalten
- Schlüsselemente zum Management by Empowerment: Informationsmanagement, Richtlinien zur Selbstständigkeit und Teammanagement; Empowerment zur Schaffung einer vertrauensvollen Arbeitsatmosphäre; Balance zwischen Bereichen, die im Kontrollfeld der Direktion bleiben müssen und solchen, bei denen Mitarbeitern volle Freiheit bei Planung, Durchführung und Kontrolle gewährt werden kann
- Bereiche der Selbstmotivation, Energie- und Zeitmanagement, Gesundheit, Persönlichkeitsentfaltung, Verhalten im Betrieb und soziales Verhalten gehören zum Selbstmanagement; Aspekte emotionaler Kompetenz: Selbstbewusstsein und -steuerung, Empathie, soziale Kompetenz, Kommunikationsfähigkeit; Grundprinzipien für gute Zusammenarbeit und Eigenmotivation: Wahrheit, Vertrauen, Verantwortung, Sinn

Qualifikationsziele des Moduls**Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herausforderungen des Personalmanagements im Rahmen des Change Managements zu skizzieren.
- mit Widerständen bei Veränderungen im Betrieb umzugehen.
- schrittweise eine Lean Management-Konzeption im Betrieb einzuführen.
- Reengineering als Führungskonzeption zu verstehen.
- mit Systematik Kaizen dauerhaft im Betrieb zu installieren.
- Arbeitszeitflexibilisierungsmodelle zu beschreiben.
- zwischen nationalem und internationalem Personalmanagement zu differenzieren.

Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung)

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich optimal als Führungskraft in einen neuen Betrieb einzugliedern.
- zwischen Führung und Management zu unterscheiden.
- unterschiedliche Führungsstile und damit Flexibilität im Führungsverhalten einzusetzen.
- eine Teamatmosphäre aufzubauen.
- Mitarbeiter durch Empowerment zu verantwortlichen und engagierten Mit-Denkern zu entwickeln.
- die drei Schlüsselemente zum Management by Empowerment zu differenzieren.
- mit individueller Selbstbewertung Schwachstellen zur Selbstmotivation zu erkennen und zu vermeiden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Personalwesen auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft
& Management

Personalwesen Spezialisierung I (Einführung)

Kurscode: BWPW01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Personalwesen
--	---------------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Dieser Kurs vertieft das Fachwissen aus dem Bereich Personalwesen. Es werden aktuelle personalpolitische Fragestellungen aufgegriffen, die der wertschöpfungsorientierten Personalführung im Unternehmen dienen, z. B. Verhalten als Führungskraft in Organisationen mit Leadership und Unternehmenskultur. Mit Coaching und Empowerment wird das zukünftige Führungsverhalten im Unternehmen aufgezeigt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Herausforderungen des Personalmanagements im Rahmen des Change Managements zu skizzieren.
- mit Widerständen bei Veränderungen im Betrieb umzugehen.
- schrittweise eine Lean Management-Konzeption im Betrieb einzuführen.
- Reengineering als Führungskonzeption zu verstehen.
- mit Systematik Kaizen dauerhaft im Betrieb zu installieren.
- Arbeitszeitflexibilisierungsmodelle zu beschreiben.
- zwischen nationalem und internationalem Personalmanagement zu differenzieren.

Kursinhalt

1. Wege im Change Management zur lernenden Organisation
 - 1.1 Warum ist Change Management überhaupt erforderlich?
 - 1.2 Widerstand gegen Veränderungen
 - 1.3 Welche Grundsätze des Change Managements führen zur lernenden Organisation?
2. Lean Management als Führungskonzeption des Change Managements
 - 2.1 In welche Perspektiven lässt sich Lean Management differenzieren?
 - 2.2 Wie zeigen sich Lean Management-Ansätze in der Praxis?
 - 2.3 Mit welchen zehn Schritten führt man ein Lean Management Konzept ein?
3. Reengineering als Führungskonzeption des Change Managements
 - 3.1 Was unterscheidet Reengineering von den anderen Managementprogrammen zur Leistungsverbesserung?
 - 3.2 Welche Leitfragen treiben den Reengineering-Prozess an?
 - 3.3 Wie kann Reengineering Rahmenbedingungen ändern? – Beispiele zum Reengineering aus der Praxis
4. Kaizen als Führungskonzeption des Change Managements
 - 4.1 Mit welcher Systematik lässt sich Kaizen dauerhaft im Unternehmen installieren?
 - 4.2 Welche Aufgaben fallen dem Kaizen-Management zu?
5. Arbeitszeitmanagement im Rahmen des Mitarbeitermarketings
 - 5.1 Ziele und Unterteilungen der Arbeitszeit
 - 5.2 Welche Arbeitszeitflexibilisierungsmodelle gibt es?
 - 5.3 Wie lassen sich flexible Arbeitszeitsysteme mit Kosten- und Nutzenanalysen bewerten?

6. Internationales Personalmanagement
- 6.1 Wie unterscheidet sich nationales und internationales Personalmanagement?
- 6.2 Welche Faktoren beeinflussen das internationale Personalmanagement?
- 6.3 Worauf ist bei der internationalen Auswahl, Rekrutierung und Stellenbesetzung zu achten?

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Berger, F./Brownell, J. (2009): Organizational Behaviour for the Hospitality Industry. Pearson, New Jersey, S. 59–67.
- Dettmer, H./Hausmann, T. (Hrsg.) (2012): Organisations-/Personalmanagement und Arbeitsrecht in Hotellerie und Gastronomie. 4. Auflage, Verlag Handwerk und Technik, Hamburg, S. 157–178.
- Hänssler, K. H. (Hrsg.) (2011): Management in Hotellerie und Gastronomie. 8. Auflage, Oldenbourg, München, S. 81–84.
- Hitt, M. A./Miller, C. C./Colella, A. (2009): Organizational Behaviour. 3. Auflage, Wiley, Jefferson City (MO), S. 77–85.
- Pircher-Friedrich, A. M. (2000): Strategisches Management in Hotellerie und Gastronomie. dfv, Frankfurt a. M., S. 173–176.
- Pircher-Friedrich, A. M./Friedrich, R. K. (2009): Gesundheit, Erfolg und Erfüllung. Eine Anleitung – auch für Manager. ESV, Berlin, S. 192–196.
- Schaetzing, E. E. (2001): Motivation zu Spitzenleistungen. IHRA Managementinstitut, München, S. 231–238.
- Schaetzing, E. E. (2013): Management in Hotellerie und Gastronomie. 11. Auflage, Matthaes, Frankfurt a. M. S. 562–580 und S. 591–607.

Personalwesen Spezialisierung II (Vertiefung)

Kurscode: BWPW02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen BWPW01	Kompetenzfeld Personalwesen
---	---------------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>In diesem Kurs werden relevante Themen des Personalwesens vertieft. Die erste Lektion widmet sich dem Verhalten in Organisationen als neue Führungskraft. Im angelsächsischen Raum gehört das „Organisational Behaviour“ ganz selbstverständlich zum Grundstock von sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen. Im deutschsprachigen Bereich wird an diese Tradition zunehmend angeknüpft. Dazu gehören auch Leadership und Unternehmenskultur, die beide maßgeblich das Verhalten in Organisationen bestimmen. In der Lektion „Coaching und Empowerment“ geht es um zukünftiges Führungsverhalten im Unternehmen. Abschließend wird der Fokus auf Selbstmanagement als Basis jeglicher Fremdmotivation gelegt.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich optimal als Führungskraft in einen neuen Betrieb einzugliedern.
- zwischen Führung und Management zu unterscheiden.
- unterschiedliche Führungsstile und damit Flexibilität im Führungsverhalten einzusetzen.
- eine Teamatmosphäre aufzubauen.
- Mitarbeiter durch Empowerment zu verantwortlichen und engagierten Mit-Denkern zu entwickeln.
- die drei Schlüsselemente zum Management by Empowerment zu differenzieren.
- mit individueller Selbstbewertung Schwachstellen zur Selbstmotivation zu erkennen und zu vermeiden.

Kursinhalt

1. Verhalten in Organisationen
 - 1.1 Wie gliedert und lebt man sich als Führungskraft optimal in den neuen Betrieb ein?
 - 1.2 Wie lässt sich der eigene Führungsstil dynamisieren?
 - 1.3 Wie unterscheiden sich Motivation und Arbeitszufriedenheit?
2. Leadership – Führung, Persönlichkeit und Management
 - 2.1 Wie unterscheiden sich Führung und Management?
 - 2.2 Welche Aufgaben hat Führungstechnik und wozu braucht man Führungspersönlichkeit?
 - 2.3 Was brauchen Ihre Mitarbeiter?
 - 2.4 Flexibilität im Führungsverhalten – Führungsstile
3. Management mit Hochleistungsteams
 - 3.1 Welche Vorteile beinhaltet das Teammanagement und wie baut man eine Teamatmosphäre auf?
 - 3.2 Welche Barrieren gibt es für das Teammanagement?
 - 3.3 Welche Ge- und Verbote sind beim Teammanagement zu beachten?
4. Mit Coaching und Empowerment gegen die innere Kündigung
 - 4.1 Welche Signale und Symptome gibt es auf dem Weg zur inneren Kündigung?
 - 4.2 Kann Coaching als Instrument der Personalentwicklung die Ursachen der inneren Kündigung bekämpfen?
 - 4.3 Kann Empowerment Mitarbeiter zu verantwortlichen und engagierten Mit-Denkern entwickeln?

5. Das Management der Zukunft: Empowerment der Mitarbeiter
 - 5.1 Ist Empowerment nur eine neue Führungstechnik?
 - 5.2 Welche drei Schlüsselemente gehören zum Management by Empowerment?
 - 5.3 Ist Empowerment nur eine vorübergehende Modeerscheinung?

6. Selbstmanagement zum fachlichen und menschlichen Vorbild
 - 6.1 Welche Faktoren dienen der Selbstmotivation?
 - 6.2 Wie kann man mit einer individuellen Selbstbewertung Schwachstellen zur Selbstmotivation aufzeigen?

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Berger, F./Brownell, J. (2009): Organizational Behaviour for the Hospitality Industry. Pearson, New Jersey, S. 44ff.
- Claßen, M. (2008) Change Management aktiv gestalten. Luchterhand, München.
- Dettmer, H./Hausmann, T. (Hrsg.) (2012): Organisations-/Personalmanagement und Arbeitsrecht in Hotellerie und Gastronomie. 4. Auflage, Verlag Handwerk und Technik, Hamburg, S. 121ff.
- Hänssler, K. H. (Hrsg.) (2011): Management in Hotellerie und Gastronomie. 8. Auflage, Oldenbourg, München, S. 78.
- Hitt, M. A./Miller, C. C./Colella, A. (2009): Organizational Behaviour. 3. Auflage, Wiley, Jefferson City (MO), S. 79ff.
- Pircher-Friedrich, A. M. (2000): Strategisches Management in Hotellerie und Gastronomie. dfv, Frankfurt a. M., S. 183.
- Pircher-Friedrich, A. M./Friedrich, R. K. (2009): Gesundheit, Erfolg und Erfüllung. Eine Anleitung – auch für Manager. ESV, Berlin, S. 216ff.
- Schaetzing, E. E. (2001): Motivation zu Spitzenleistungen. IHRA Managementinstitut, München, S. 242ff.
- Schaetzing, E. E. (2013): Management in Hotellerie und Gastronomie. 11. Auflage, Matthaes, Frankfurt a. M., S. 581.
- Stolzenberg, K./Heberle, K. (2009): Change Management. Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren. Springer, Berlin, S. 76ff.
- Wunderer, R. (2011): Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre. 9. Auflage, Luchterhand, München, S. 56ff.

Internationales Marketing und Branding

Modulcode: BWMI-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Caterina Fox
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internationales Marketing (BWMI01-01) ▪ Internationales Brand-Management (BWMI02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Internationales Marketing

- Internationale Marketingstrategie
- Kulturelle Unterschiede und deren Bedeutung für das Marketing
- Internationaler Marketing-Mix (Produkt-, Preis, Promotion- und Distributionsentscheidungen im internationalen Umfeld)
- Internationale Marktforschung und Konsumentenverhalten
- Ethische Aspekte im internationalen Marketing
- Internationales Marketingcontrolling und Six Sigma

Internationales Brand-Management

- Grundlagen des Managements von Marken
- Rahmenbedingungen für Marken auf internationalen Märkten
- Strategien und Konzepte internationaler Marken
- Markenarchitekturen und Erweiterungsmöglichkeiten von Marken
- Markenführung und Kommunikation
- Markenführung nach dem Stakeholderkonzept
- Markencontrolling und Markenschutz

Qualifikationsziele des Moduls

Internationales Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundsätzliche Aspekte des internationalen strategischen Marketings zu verstehen.
- kulturelle Unterschiede und deren Auswirkungen auf das internationale Marketing zu analysieren.
- ausgewählte Konzepte des internationalen Marketing-Mix anzuwenden.
- Möglichkeiten der internationalen Marktforschung und deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten zu beschreiben.
- die Notwendigkeit des internationalen Markencontrollings und Qualitätsmanagement zu erkennen.
- theoretische Kenntnisse anhand von Fallbeispielen zu reproduzieren.

Internationales Brand-Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Marke sowie die Rahmenbedingungen, in denen Marken agieren, und die damit verbundenen Aufgaben des Brandmanagements zu erkennen.
- die Komponenten einer Marke und des Markenmanagements zu beschreiben.
- die Positionierung von Marken auf regionalen, nationalen und internationalen Märkten zu erklären.
- die Rolle der Bewertung von Marken zu erkennen und die gängigsten Messtechniken zu vergleichen.
- die Bedeutung des Markenschutzes und Strategien gegen Markenfälschungen zu erläutern.
- die Konzeption von Markenstrategien und Maßnahmen zur Vermeidung bzw. beim Eintritt von Markenkrisen nachzuvollziehen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Internationales Marketing

Kurscode: BWMI01-01

Kursart Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
-----------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Marketing & Vertrieb
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Der Kurs vermittelt den Studierenden die Notwendigkeit eines strategischen Marketings im internationalen Kontext. Sie lernen wesentliche kulturelle Unterschiede sowie deren Einflüsse auf das internationale Marketingmanagement kennen. Die grundsätzliche Entscheidung, Standardisierung oder Anpassung im internationalen Marketing erfahren die Studierenden auf Basis verschiedener Konzepte im internationalen Marketing-Mix. Die Notwendigkeit der internationalen Marktforschung, strategischen Planung und Kontrolle werden den Studierenden ebenso vermittelt wie ethische Aspekte im internationalen Marketing. Die Studierenden analysieren gegenwärtige Themen des Internationalen Marketingmanagements und reflektieren diese im Zusammenhang mit den erlernten Konzepten.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundsätzliche Aspekte des internationalen strategischen Marketings zu verstehen.
- kulturelle Unterschiede und deren Auswirkungen auf das internationale Marketing zu analysieren.
- ausgewählte Konzepte des internationalen Marketing-Mix anzuwenden.
- Möglichkeiten der internationalen Marktforschung und deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten zu beschreiben.
- die Notwendigkeit des internationalen Markencontrollings und Qualitätsmanagement zu erkennen.
- theoretische Kenntnisse anhand von Fallbeispielen zu reproduzieren.

Kursinhalt

1. Strategisches internationales Marketing
 - 1.1 Internationalisierung
 - 1.2 Theoretische Grundlagen internationaler Markteintrittsstrategien
 - 1.3 Formen des internationalen Markteintritts
2. Kulturelle Unterschiede als Aspekt für internationales Marketing
 - 2.1 Überblick Kultur
 - 2.2 Kulturmodell nach Hofstede
 - 2.3 Kulturmodell nach Trompenaars
3. Fallbeispiele – Internationale Markteintritts- und Marketingstrategien
 - 3.1 Gespür für Kultur im Mode-Sektor: Dolce & Gabbana and Uniqlo
 - 3.2 Flexible Replikation: IKEA
 - 3.3 Born Global: Airbnb
 - 3.4 Beschleunigte Internationalisierung im B2B-Bereich: Goldwind China
4. Internationales Produktmanagement und Produktentwicklung
 - 4.1 Ziele des internationalen Produktmanagements
 - 4.2 Rahmenbedingungen des internationalen Produktmanagements
 - 4.3 Internationale Produktentscheidungen
 - 4.4 Internationale Produktentwicklung
5. Wechselkursschwankungen und internationale Preiskalkulation
 - 5.1 Aufgaben und Ziele der internationalen Preismanagements
 - 5.2 Einflussfaktoren auf das internationale Preismanagement
 - 5.3 Instrumente des internationalen Preismanagements

- 6. Internationale Kommunikation und internationale Vertriebspolitik
 - 6.1 Internationales Kommunikationsmanagement
 - 6.2 Internationales Vertriebsmanagement
- 7. Internationales Marketing und Ethik
 - 7.1 Überblick – Internationales Marketing und Ethik
 - 7.2 Unternehmensethik in internationalen Unternehmen
 - 7.3 Fallbeispiel Wyndham Hotels and Resorts
- 8. Angewandte Marktforschung und ihr Einfluss auf das Konsumverhalten
 - 8.1 Umfang und Reichweite der internationalen Marktforschung
 - 8.2 Anforderungen an internationale Marktforschungsinformationen
 - 8.3 Internationale Sekundärforschung
 - 8.4 Internationale Primärforschung
- 9. Überwachung und Kontrolle im internationalen Marketing
 - 9.1 Controlling im internationalen Management
- 10. Six Sigma, Brand Management und Rebranding
 - 10.1 Six Sigma – Grundlagen, Definitionen und Prozesse
 - 10.2 Brand Management
 - 10.3 Rebranding

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Backhaus, K./Voeth, M. (2010): Internationales Marketing. Schäffer-Poeschel Stuttgart.
- Berndt, R./Altobelli, C. F./Sander, M. (2020): Internationales Marketing-Management. 6. Auflage, Springer, Berlin.
- Homburg, C./Krohmer, H. (2012): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Kotabe, M./Helsen, K. (2020): Global Marketing Management. 8. Auflage, Wiley, Hoboken (NJ).
- Kotler, P./Armstrong, G./Opresnik, M. O. (2019): Marketing. An Introduction. Global Edition. 14. Auflage, Pearson, London.
- de Mooij, M. (2019). Global marketing and advertising. Understanding cultural paradoxes. 5. Auflage. Sage, Los Angeles et. al.

Internationales Brand-Management

Kurscode: BWMI02

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Marketing & Vertrieb
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Ziel des Kurses ist es, das im Einführungswahlkurs erworbene Wissen zu vertiefen bzw. zu erweitern. Der Wert einer Marke ist auch im internationalen Geschäft ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für Unternehmen. Marken schaffen langfristige und gewinnbringende Kundenbeziehungen. Marken sind damit ein wertvoller Vermögensteil von Unternehmen und Organisationen. Die Studierenden lernen die Grundlagen des Markenmanagements kennen, bevor sie sich im weiteren Verlauf des Kurses mit den Konzepten und Erfolgs-faktoren des internationalen Brandmanagements beschäftigen. Die Studierenden lernen den Aufbau von Markenarchitekturen sowie Möglichkeiten der Markenerweiterung kennen. Dass bei der Markenführung verschiedene Anspruchsgruppen zu berücksichtigen sind wird anhand des Stakeholderkonzeptes den Studierenden vermittelt. Darüber hinaus lernen die Studierenden die verschiedenen Verfahren zur Messung des Markenwertes und das Markencontrolling kennen. Die insbesondere im internationalen Umfeld wichtigen Aspekte des Markenschutzes werden abschließend behandelt.</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Marke sowie die Rahmenbedingungen, in denen Marken agieren, und die damit verbundenen Aufgaben des Brandmanagements zu erkennen.
- die Komponenten einer Marke und des Markenmanagements zu beschreiben.
- die Positionierung von Marken auf regionalen, nationalen und internationalen Märkten zu erklären.
- die Rolle der Bewertung von Marken zu erkennen und die gängigsten Messtechniken zu vergleichen.
- die Bedeutung des Markenschutzes und Strategien gegen Markenfälschungen zu erläutern.
- die Konzeption von Markenstrategien und Maßnahmen zur Vermeidung bzw. beim Eintritt von Marken Krisen nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Brand Managements
 - 1.1 Markenbedeutung und Markenverständnis
 - 1.2 Marktbezogene Rahmenbedingungen
 - 1.3 Aufgaben und Ziele des Brand Managements
2. Markenidentität, Markenpositionierung und Markenpersönlichkeit
 - 2.1 Markenidentität als Grundlage des Brand Managements
 - 2.2 Markenpositionierung
 - 2.3 Markenimage
 - 2.4 Markenpersönlichkeit
3. Markenstrategien
 - 3.1 Problemstellung der Markenstrategien
 - 3.2 Markenstrategien für neue Produkte
 - 3.3 Lizenzierung von Marken
4. Internationales Branding
 - 4.1 Bedeutung des Brandings für internationale Unternehmen
 - 4.2 Markenkonzepte für internationale Marken
 - 4.3 Faktoren für erfolgreiche internationale Marken
5. Markenarchitekturen und Arten des Brandings
 - 5.1 Markensysteme
 - 5.2 Co-Branding und Hybrid-Branding

- 6. Markenführung und Kommunikation
 - 6.1 Klassische Markenkommunikation
 - 6.2 Markenkommunikation im Internet
- 7. Markenerweiterung
 - 7.1 Grundlagen der Markenerweiterung
 - 7.2 Chancen und Risiken der Markenerweiterung
 - 7.3 Idealtypischer Ablauf des Markenerweiterungsprozesses
- 8. Markenführung nach dem Stakeholderkonzept
 - 8.1 Grundlagen der Markenführung nach dem Stakeholderprinzip
 - 8.2 Anspruchsgruppe der Konsumenten
 - 8.3 Anspruchsgruppe der Aktionäre und Finanzinvestoren
 - 8.4 Anspruchsgruppe der Mitarbeiter
 - 8.5 Anspruchsgruppen der Lieferanten und der Öffentlichkeit
- 9. Markenkontrolle
 - 9.1 Grundlagen des Markencontrollings
 - 9.2 Bedeutung und Messung des Markenwerts (Markenstatusanalysen)
 - 9.3 Praxisorientierte Verfahren zur Messung des Markenwerts
- 10. Markenschutz
 - 10.1 Gegenstand des Markenschutzes
 - 10.2 Entstehung des Markenschutzes
 - 10.3 Markenrechtsverletzungen

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Baumgarth, C. (2008): Markenpolitik. Markenwirkungen – Markenführung – Markencontrolling. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Berndt, R./Altobelli, C. F./Sander, M. (2010): Internationales Marketing-Management. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Esch, F.-R. (2010): Strategie und Technik der Markenführung. 6. Auflage, Vahlen, München.
- Gelder, S. v. (2003): Global Brand Strategy. Unlocking Brand Potential Across Countries, Cultures and Markets. Kogan Page, London.
- Homburg, C./Krohmer, H. (2009): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Keller, K. L. (2007): Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. 3. Auflage, Prentice Hall International, Edinburgh.
- Kotler, P./Keller K. L./Bliemel, F. (2007): Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln. 12. Auflage, Pearson Studium, Stuttgart.
- Meffert, H./Burmam, C./Koers, M. (Hrsg.) (2005): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

BWMI02

Global Commerce I

Modulcode: DLBLOGC1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Armin Zitouni

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Globale Unternehmen und Globalisierung (DLBLOGC101) ▪ Global Sourcing (DLBLOGC102)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Globale Unternehmen und Globalisierung

- Geschichte und Entwicklung der Globalisierung
- Internationales Marketing
- Internationale Operation
- Internationale Personalführung
- Internationale Finanzierung
- Internationale Beschaffung und Distribution

Global Sourcing

- Make-or-buy-Entscheidungen, In- & Outsourcing-Strategien
- Beschaffungskonzepte, -strategien und -prozesse
- Verhandlungsführung im Einkauf:
- Beschaffungsmarktforschung & -analyse
- Information- und Kommunikationstechnik in Einkauf und Beschaffung
- Schnittstellenoptimierung zwischen Einkauf und weiteren Unternehmensfunktionen
- Aufbauorganisatorische Aspekte der Beschaffung

Qualifikationsziele des Moduls

Globale Unternehmen und Globalisierung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte der Globalisierung darzustellen und bedeutende Entwicklungsstufen zu identifizieren und zu erläutern.
- aktuelle Trends der Globalisierung sowie der Lokalisierung zu identifizieren und einzuordnen.
- die Grundkenntnisse aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Personalwesen zu erinnern und um die speziellen Anforderungen in international agierenden Unternehmen zu erweitern.
- Offshoring und Outsourcing zu erklären und die Chancen und Risiken dieser Verlagerungen zu skizzieren.
- die Besonderheiten internationaler Beschaffung und Distribution zu erläutern sowie daraus resultierende Möglichkeiten und Grenzen abzuleiten.
- kulturelle Unterschiede zu benennen und deren Bedeutung für das Handeln im internationalen Geschäftsleben zu bewerten

Global Sourcing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundlegende Strategien, Konzepte und Prozesse der globalen Beschaffung zu beschreiben und mit Blick auf potenzielle Einsatzfelder zu analysieren, zu bewerten und anzuwenden.
- zentrale Planungsprinzipien und -methoden des Einkaufs zu benennen sowie diese mit Blick auf ihre Einsatzfelder in der Praxis und der wissenschaftlich-methodischen Fundierung zu bewerten.
- die operative und strategische Bedeutung des Einkaufs und der Beschaffung für die gesamte Lieferkette zu erläutern.
- Methoden und Anwendungen, die für die Planung und Durchführung von Einkaufs- und Beschaffungsprozessen notwendig sind bzw. als Stellhebel genutzt werden können, zu benennen und anzuwenden.
- selbstständig Daten und Informationen für konkrete Beschaffungsaufgaben zu identifizieren, zu erheben, zu analysieren und zu bewerten. Auf der Basis dieser Daten sind die Studierenden dazu befähigt, Aufgaben aus der Praxis zielgerichtet und effizient zu bearbeiten.
- weitergehende Untersuchungen mit wissenschaftlicher Ausrichtung im Bereich von Einkauf und Beschaffung unter Anleitung zu konzipieren und durchzuführen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Globale Unternehmen und Globalisierung

Kurscode: DLBLOGC101

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses Die Studierenden begreifen die Mechanismen, die zur Globalisierung führten, und können gegenwärtige Trends sowohl zur Globalisierung als auch umgekehrt zur Lokalisierung einordnen. Aufbauend auf den Basiskenntnissen, die die Studierenden in der allgemeinen BWL über die Grundfunktionen im Betrieb erlernt haben, werden in diesem Kurs die speziellen Anforderungen, die eine globale Präsenz an das Unternehmen und seine Funktionen stellt, analysiert und diskutiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte der Globalisierung darzustellen und bedeutende Entwicklungsstufen zu identifizieren und zu erläutern.
- aktuelle Trends der Globalisierung sowie der Lokalisierung zu identifizieren und einzuordnen.
- die Grundkenntnisse aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Personalwesen zu erinnern und um die speziellen Anforderungen in international agierenden Unternehmen zu erweitern.
- Offshoring und Outsourcing zu erklären und die Chancen und Risiken dieser Verlagerungen zu skizzieren.
- die Besonderheiten internationaler Beschaffung und Distribution zu erläutern sowie daraus resultierende Möglichkeiten und Grenzen abzuleiten.
- kulturelle Unterschiede zu benennen und deren Bedeutung für das Handeln im internationalen Geschäftsleben zu bewerten

Kursinhalt

1.
 - 1.1 Geschichte und Entwicklung der Globalisierung
 - 1.1.1 Globalisierung V1.0 nach Niall Ferguson
 - 1.1.2 Geschichte der Globalisierung
 - 1.1.3 Einflussfaktoren der wirtschaftlichen und kulturellen Globalisierung
 - 1.1.4 Das Spannungsfeld zwischen Globalisierung und Lokalisierung
 - 1.1.5 Gesellschaftliche Aspekte der Globalisierung und unternehmerische Verantwortung
 - 1.2 Internationales Marketing
 - 1.2.1 Internationales Konsumentenverhalten
 - 1.2.2 Market Research
 - 1.2.3 Standardisierung und Adaption
 - 1.2.4 International Branding
 - 1.2.5 Verpreisungsstrategien
 - 1.2.6 International Marketing Communications
 - 1.3 Internationale Operation
 - 1.3.1 Offshoring und Outsourcing
 - 1.3.2 Globale Produktionsnetzwerke
 - 1.3.3 Globale Logistik
 - 1.4 Internationale Personalführung
 - 1.4.1 Lokale und internationale Personalführung
 - 1.4.2 Expatriate Management
 - 1.4.3 Lokalisierung von Personal
 - 1.4.4 Internationale Personalentwicklung
 - 1.5 Internationale Finanzierung
 - 1.5.1 Institutionen der globalen Finanzwelt
 - 1.5.2 Internationale Finanzierung und ihre Formen
 - 1.6 Internationale Beschaffung
 - 1.6.1 Gründe und Strategien des Global Sourcing
 - 1.6.2 Risiken internationaler Beschaffung
 - 1.6.3 Internationale Distributionspolitik

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Ahlstrom, D./Bruton, G. D. (2009): International Management. Strategy and Culture in the Emerging World. Cengage, Mason (OH).
- Bösch, M. (2014): Internationales Finanzmanagement. Rahmenbedingungen, Investition, Finanzierung und Risikomanagement. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Lasserre, P. (2012): Global Strategic Management. 3. Auflage, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- Peng, M. W. (2013): Global 2. South-Western/Cengage, Mason (OH).
- Torrington, D. et al. (2011): Human Resource Management. 8. Auflage, Pearson Education, Upper Saddle River (NJ).
- Usunier, J.-C./Lee, J. A. (2009): Marketing across cultures. 5. Auflage, Prentice Hall, Harlow.

Global Sourcing

Kurscode: DLBLOGC102

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Studierenden erlernen die grundlegenden Konzepte und Methoden globaler Beschaffung und globalen Einkaufs. Sie verstehen die Funktionsweise weltweit verbundener Liefer- und Logistiknetze. Mit Blick auf die Verhandlungen im internationalen Kontext darf auch die Diskussion kultureller Eigenheiten und Spezifitäten nicht fehlen. Die Themen werden sowohl auf der strategischen als auch auf der operativen Ebene mit Blick auf die konkreten Abwicklungsprozesse, die notwendigen Informationsflüsse bis hin zu den rechtlichen und formalen Rahmenbedingungen behandelt.</p>
--

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- grundlegende Strategien, Konzepte und Prozesse der globalen Beschaffung zu beschreiben und mit Blick auf potenzielle Einsatzfelder zu analysieren, zu bewerten und anzuwenden.
- zentrale Planungsprinzipien und -methoden des Einkaufs zu benennen sowie diese mit Blick auf ihre Einsatzfelder in der Praxis und der wissenschaftlich-methodischen Fundierung zu bewerten.
- die operative und strategische Bedeutung des Einkaufs und der Beschaffung für die gesamte Lieferkette zu erläutern.
- Methoden und Anwendungen, die für die Planung und Durchführung von Einkaufs- und Beschaffungsprozessen notwendig sind bzw. als Stellhebel genutzt werden können, zu benennen und anzuwenden.
- selbstständig Daten und Informationen für konkrete Beschaffungsaufgaben zu identifizieren, zu erheben, zu analysieren und zu bewerten. Auf der Basis dieser Daten sind die Studierenden dazu befähigt, Aufgaben aus der Praxis zielgerichtet und effizient zu bearbeiten.
- weitergehende Untersuchungen mit wissenschaftlicher Ausrichtung im Bereich von Einkauf und Beschaffung unter Anleitung zu konzipieren und durchzuführen.

Kursinhalt

1.
 - 1.1 Grundlagen
 - 1.1.1 Beschaffung im Kontext der Internationalisierung
 - 1.1.2 Bedeutung von Einkauf und Beschaffung im Unternehmen
 - 1.1.3 Trends und Ziele von Einkauf und Beschaffung
 - 1.1.4 Nationale, regionale und globale Liefernetzwerke
 - 1.1.5 Rechtliche Rahmenbedingungen im nationalen und internationalen Bereich
 - 1.2 Make-or-buy-Entscheidungen, In- und Outsourcing-Strategien
 - 1.2.1 Make-or-buy-Entscheidungen
 - 1.2.2 Entscheidungshilfen beim In- und Outsourcing
 - 1.3 Beschaffungskonzepte
 - 1.3.1 Begründungen und Ausgestaltung von Beschaffungskonzepten
 - 1.3.2 Global Sourcing
 - 1.3.3 Modular vs. Single Sourcing
 - 1.3.4 Just-in-time-Konzept
 - 1.4 Beschaffungsstrategien
 - 1.4.1 Einflussfaktoren auf die Beschaffungsstrategie
 - 1.4.2 Lieferantenauswahl und -management
 - 1.4.3 Performance Measurement und Quality Assurance
 - 1.4.4 Risikomanagement in globalen Liefernetzwerken
 - 1.4.5 Kooperationsmodelle und Partner
 - 1.5 Beschaffungsprozesse
 - 1.5.1 Phasenmodelle der Beschaffung
 - 1.5.2 Klassischer Einkauf, Shared Service Center
 - 1.5.3 Elektronische Marktplätze
 - 1.5.4 Transportwesen im Außenhandel
 - 1.5.5 Dokumente im Außenhandel
 - 1.5.6 Finanztransaktionen
 - 1.6 Verhandlungsführung im Einkauf
 - 1.6.1 Herausforderungen der internationalen Verhandlungsführung
 - 1.6.2 Strategien
 - 1.6.3 Operative Umsetzung
 - 1.6.4 Interkulturelle Aspekte
 - 1.7 Beschaffungsmarktforschung und -analyse
 - 1.7.1 Gegenstände der Beschaffungsmarktforschung
 - 1.7.2 Methoden der Beschaffungsmarktforschung
 - 1.8 Information- und Kommunikationstechnik in Einkauf und Beschaffung
 - 1.8.1 Anforderungen an IT-Systeme in der Beschaffung
 - 1.8.2 Ausgewählte IT-Systeme im Überblick
 - 1.9 Schnittstellenoptimierung zwischen Einkauf und weiteren Unternehmensfunktionen
 - 1.9.1 Organisationsmodelle im Überblick
 - 1.9.2 Organisationsformen des Einkaufs

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Büter, C. (2010): Außenhandel. Grundlagen globaler und innergemeinschaftlicher Handelsbeziehungen. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Diederichs, M. (2014): Global Sourcing. Chancen- und Risikopotenziale für kleine und mittlere Unternehmen. igel, Hamburg.
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Graf, A./Schneider, H (2015): Das E-Commerce Buch. Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien. dfv, Frankfurt a. M.
- Hartmann, H. (2010): Lieferantenmanagement. Gestaltungsfelder, Methoden, Instrumente mit Beispielen aus der Praxis. 2. Auflage, Deutscher Betriebswirte-Verlag, Gernsbach.
- Steireif, A./Rieker, R./Bückle/ M. (2015): Handbuch Online-Shop. Erfolgsrezepte für den Online-Handel. Rheinwerk, Bonn.
- Weele, A. J. v. (2010): Purchasing and Supply Chain Management. 5. Auflage, Cengage Learning UK, Canada.

DLBLOGC102

Global Commerce II

Modulcode: DLBLOGC2

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Hubert Vogl

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Digital Future Commerce (DLBLOGC201) ▪ Innovation in Logistik und Commerce (DLBLOGC202)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Digital Future Commerce

- Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik
- Trends und Entwicklungen
- Digitale Wertschöpfungsnetzwerke
- Umgang mit großen Datenmengen
- Global Commerce in einer digitalen Welt

Innovation in Logistik und Commerce

- Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Methoden und Verfahren

Qualifikationsziele des Moduls

Digital Future Commerce

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Möglichkeiten zur Abbildung betriebswirtschaftlicher Prozesse in IT-Systemen zu erläutern sowie die Einsatzmöglichkeiten von Workflow Management Systemen einzuschätzen.
- aktuelle Trends der Digitalisierung zu erklären, die historischen Entwicklungen ausgehend zu skizzieren sowie das Innovationspotenzial der Digitalisierung zu erläutern.
- digitale Wertschöpfungsnetzwerke und ihre Besonderheiten anhand von Beispielen zu beschreiben.
- die Implikationen des eCommerce auf die Logistik zu beschreiben und den Einfluss der Digitalisierung auf die Geschäftsprozesse zu analysieren.
- die Herausforderungen von Big Data zu erklären und Konzepte sowie Lösungsstrategien für einzelne Anwendungsfelder, insbesondere aus dem Bereich des eCommerce, zu entwickeln.
- Global Commerce in der digitalisierten Welt vor dem Hintergrund schneller Veränderungen und Anpassungsprozesse zu beschreiben.

Innovation in Logistik und Commerce

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr Wissen in wesentlichen Aspekten um neueste Erkenntnisse im Bereich des Innovationsmanagements anwenden zu können.
- aus Trends und Entwicklungen im organisatorischen und technischen Bereich Innovationspotenziale für Unternehmen ableiten zu können und Innovationsprozesse zu initiieren und zu steuern.
- Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements kritisch zu hinterfragen und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin zu bewerten.
- Argumente pro und contra präzise zu formulieren und untermauern.
- zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile zu formulieren. Innovation im Unternehmen wird als Aufgabe des Unternehmens, aber auch jedes Mitarbeiters wahrgenommen und Konzepte können vor diesem Hintergrund entwickelt und umgesetzt werden.
- sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vor einem Fach- sowie Laienpublikum vorstellen und kommunizieren können.
- selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen.
- durch die virtuellen Teams sowie den Open Innovation-Ansatz ihre Kompetenz zu stärken, in Teams und definierten Projekten zielorientiert und kreativ zu arbeiten und Innovationen zu realisieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen E-Commerce und Transport & Logistik auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme in den Bereichen Marketing & Kommunikation und Transport & Logistik

Digital Future Commerce

Kurscode: DLBLOGC201

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld E-Commerce
--	------------------------------------

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Die Teilnahme an dem Kurs soll die Studierenden mit den Zukunftsthemen der Digitalisierung in Logistik, Industrie und Handel vertraut machen. Sie erhalten einen Überblick über den Stand der technischen Entwicklungen und der aktuellen Umsetzung. Darauf aufbauend entwickeln sie Konzepte und Umsetzungsstrategien für ausgewählte betriebliche Kontexte.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Möglichkeiten zur Abbildung betriebswirtschaftlicher Prozesse in IT-Systemen zu erläutern sowie die Einsatzmöglichkeiten von Workflow Management Systemen einzuschätzen.
- aktuelle Trends der Digitalisierung zu erklären, die historischen Entwicklungen ausgehend zu skizzieren sowie das Innovationspotenzial der Digitalisierung zu erläutern.
- digitale Wertschöpfungsnetzwerke und ihre Besonderheiten anhand von Beispielen zu beschreiben.
- die Implikationen des eCommerce auf die Logistik zu beschreiben und den Einfluss der Digitalisierung auf die Geschäftsprozesse zu analysieren.
- die Herausforderungen von Big Data zu erklären und Konzepte sowie Lösungsstrategien für einzelne Anwendungsfelder, insbesondere aus dem Bereich des eCommerce, zu entwickeln.
- Global Commerce in der digitalisierten Welt vor dem Hintergrund schneller Veränderungen und Anpassungsprozesse zu beschreiben.

Kursinhalt

1. Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik
 - 1.1 Logistisches Systemdenken und wirtschaftliche Modellbildung
 - 1.2 Logistische Prozesse und Prozessdenken im Handel
 - 1.3 Abbildung von betriebswirtschaftlichen Prozessen in IT-Systemen
 - 1.4 Arbeitszeitmanagement: bedarfsorientierte Personallogistik
2. Trends und Entwicklungen
 - 2.1 Die Geschichte der globalen Handelslogistik – von den Frühformen der logistischen Optimierung zur Digitalisierung
 - 2.2 Das Spannungsfeld zwischen Liberalisierung und Protektionismus
 - 2.3 Disruptive Innovationen der Handelslogistik gestern und heute
 - 2.4 Der Mensch in der robotisierten Arbeitswelt – ein unverzichtbarer Störfaktor?
3. Digitale Wertschöpfungsnetzwerke
 - 3.1 Selbststeuernde Systeme – Technologien und Organisation – Schwarmintelligenz
 - 3.2 3D-Druck und Implikationen für die Handelslogistik
 - 3.3 Logistikprozesse in einer digitalen Welt
 - 3.4 E-Commerce und E-Logistik

4. Umgang mit großen Datenmengen
 - 4.1 Herausforderungen und Strategien im Umgang mit Big Data
 - 4.2 Technische Lösungen in verschiedenen Anwendungsfeldern
 - 4.3 Cloud Services
 - 4.4 Sicherheit und Datenschutz

5. Globaler Handel in einer digitalen Welt
 - 5.1 Adaptive Handels- und Lieferketten
 - 5.2 Design und Redesign von globalen Handelsketten
 - 5.3 Digitalisierung weltweiter Produktions- und Liefernetzwerke
 - 5.4 Bildung für die digitalisierte Welt

Lehrmethoden

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A.T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains: Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hausladen, I. (2014): IT-gestützte Logistik. Systeme, Prozesse, Anwendungen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hompel, M. ten (Hrsg.) (2013): IT in der Logistik 2013/2014. Fraunhofer Verlag, München.
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich.

Innovation in Logistik und Commerce

Kurscode: DLBLOGC202

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Es werden konkret innovative Ideen entwickelt und in virtuellen Teams in einem definierten Prozess konkretisiert. Es ist das Ziel, für ein konkretes betriebliches Umfeld Umsetzungsstrategien und Implementierungsvorschläge zu erarbeiten und kritisch zu bewerten. Der für das Präsenzstudium definierte Laborcharakter wird hier durch die Bildung virtueller Teams, ggf. mit den Tutoren des Programms und weiteren Beteiligten z. B. im Rahmen eines „Open Innovation Prozesses“ abgebildet.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ihr Wissen in wesentlichen Aspekten um neueste Erkenntnisse im Bereich des Innovationsmanagements anwenden zu können.
- aus Trends und Entwicklungen im organisatorischen und technischen Bereich Innovationspotenziale für Unternehmen ableiten zu können und Innovationsprozesse zu initiieren und zu steuern.
- Methoden und Instrumente des Innovationsmanagements kritisch zu hinterfragen und auf ihre spezifischen Einsatzpotenziale hin zu bewerten.
- Argumente pro und contra präzise zu formulieren und untermauern.
- zu relevanten Fakten, die systematisch gesammelt und interpretiert wurden, Urteile zu formulieren. Innovation im Unternehmen wird als Aufgabe des Unternehmens, aber auch jedes Mitarbeiters wahrgenommen und Konzepte können vor diesem Hintergrund entwickelt und umgesetzt werden.
- sicher alle relevanten Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen aus fachlichen Inhalten des Moduls vor einem Fach- sowie Laienpublikum vorstellen und kommunizieren können.
- selbstständig Konzepte für Studien und Untersuchungen mit wissenschaftlichem Hintergrund zu entwickeln und umzusetzen.
- durch die virtuellen Teams sowie den Open Innovation-Ansatz ihre Kompetenz zu stärken, in Teams und definierten Projekten zielorientiert und kreativ zu arbeiten und Innovationen zu realisieren.

Kursinhalt

1. Trends und Entwicklungen
 - 1.1 Technologische Trends
 - 1.2 Organisatorische Trends
 - 1.3 Inventionen und Typen von Innovationen
 - 1.4 Disruptive Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft
 - 1.5 Trendscouting, -analyse und -bewertung
2. Forschung: Technologien und Rahmenbedingungen
 - 2.1 Forschungsfelder der Handelslogistik
 - 2.2 Technologiefolgenabschätzung und -bewertung
 - 2.3 Infrastrukturelle Rahmenbedingungen der Innovation in der Logistik
 - 2.4 Auswirkungen von Produktlebenszyklen auf Logistik und Handel
3. Innovationen und Innovationsmanagement
 - 3.1 Innovation als Unternehmensstrategie und -kultur
 - 3.2 Innovationen in Logistikunternehmen
 - 3.3 Innovationen in Handelsunternehmen
 - 3.4 Gestalten von betrieblichen Innovationsprozessen

4. Methoden und Verfahren
 - 4.1 Die Stufen von Innovationsprozessen, Stage Gate-Prozesse
 - 4.2 Ideenfindung und Kreativitätsmethoden
 - 4.3 Systematische Analyse und Potenzialbewertung
 - 4.4 Kundenbefragungen als Methode kontinuierlicher Innovation

5. Implementierung und Erfolgsmessung
 - 5.1 Implementierung innovativer Geschäftsmodelle in der Logistik
 - 5.2 Implementierung innovativer Geschäftsmodelle im Handel
 - 5.3 Kennzahlen zur Erfolgsmessung von Innovation in der Logistik
 - 5.4 Kennzahlen zur Erfolgsmessung von Innovation im Handel

Lehrmethoden

Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A.T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains. Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hompel, M. ten (Hrsg.) (2013): IT in der Logistik 2013/2014. Fraunhofer Verlag, München.
- Herrmann, D./Hüneke, K./Rohrberg, A. (2012): Führung auf Distanz. Mit virtuellen Teams zum Erfolg. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. Wiley, Hoboken (NJ).
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- White, M. A./Bruton, G. D. (2006): The Management of Technology and Innovation. Thomson South Western, Mason (OH).
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich.
- Ausgewählte Filme/Bücher aus dem SciFi-Genre.

Agile Management

Modulcode: DLBLOWAM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 210 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) N.N. / Dr. Mark Menzel
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agiles Management (DLBNWAM01) ▪ Agiles Projektmanagement (DLBDBAPM01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung	Teilmodulprüfung <u>Agiles Management</u> Klausur, 90 <u>Agiles Projektmanagement</u> Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht (100)
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>Agiles Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des agilen Managements ▪ Treiber der Agilität ▪ Agile Methoden ▪ Agile Organisation ▪ Agile Führung ▪ Agile Planung ▪ Agiler Personaleinsatz ▪ Kontrolle in agilen Organisationen ▪ Digitale Tools als Voraussetzung für Agilität ▪ Kritische Reflexion <p>Agiles Projektmanagement</p> <p>In diesem Kurs erlangen die Studierenden Handlungskompetenzen im Bereich des agilen Projektmanagements durch die eigenständige Bearbeitung eines Projekts. Hierbei wenden sie unter anderem die Werte, Aktivitäten, Rollen und Artefakte agiler Vorgehensweisen am Beispiel Scrum an.</p>	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Agiles Management</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ den Begriff des agilen Managements zu erklären und die Grundlagen ebenso wie die Treiber von Agilität zu benennen. ▪ wichtige Konzepte der Agilität wie Scrum und Kanban und ihre Merkmale aufzuzeigen. ▪ die Grundlagen des agilen Managements zu beschreiben und die Einflüsse von Agilität in Bezug auf die funktionalen Managementdimensionen (Organisation, Führung, Planung, Personaleinsatz, Kontrolle) wiederzugeben. ▪ Grenzen und Risiken von Agilität zu verstehen. <p>Agiles Projektmanagement</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Unterschiede zwischen agilem und plangetriebenem Projektmanagement zu erläutern. ▪ agile Prinzipien zu erläutern. ▪ nach den in Scrum definierten Werten agil zusammenzuarbeiten. ▪ die in Scrum definierten Aktivitäten anzuwenden. ▪ die in Scrum definierten Rollen zu verantworten. ▪ die in Scrum definierten Artefakte zu erstellen und zu pflegen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Baut auf Modulen aus den Bereichen Betriebswirtschaft & Management und Projektmanagement auf</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH</p> <p>Alle Bachelor-Programme im Bereich Wirtschaft & Management</p>

Agiles Management

Kurscode: DLBNWAM01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Betriebswirtschaft & Management
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses

Agilität ist ein neuer Begriff, der sich sowohl in der Unternehmenspraxis als auch in der Managementliteratur als zentraler Aspekt der Unternehmens- und Mitarbeiterführung wiederfindet. Ein Ziel dieses Kurses ist es daher, die Bedeutung sowie die Besonderheiten des agilen Managements herauszustellen und den Studierenden einen Überblick über den aktuellen Stand der Diskussion zu geben. Dabei werden nicht nur die Begriffe der Agilität und des agilen Managements definiert, sondern auch die Treiber der Agilität und die in der Praxis vorwiegend verwendete agile Konzepte wie Scrum und Kanban aufgegriffen. In diesem Kurs wird der Begriff des Managements im Sinne einer funktionalen Dimension (Management übernimmt bestimmte Aufgaben) definiert und im weiteren Verlauf zugrunde gelegt, sodass eine Abgrenzung zu der institutionellen Dimension (Management ist das Management) erfolgt. Entsprechend stehen die Einflüsse von Agilität auf die Managementfunktionen „Organisation, Führung, Planung, Personaleinsatz und Kontrolle“ im Vordergrund des Kurses. Der Kurs schließt mit einer kritischen Reflexion ab, da Agilität nicht als Allheilmittel aufgefasst werden darf, sondern mit Grenzen und Konflikten behaftet sein kann. So ist Agilität nicht für alle Aufgaben gleichermaßen geeignet und kann für sehr stark intrinsisch motivierte Mitarbeiter ein Gesundheitsrisiko darstellen. Zudem entstehen aus gleichzeitig vorhandenem agilem Denken gepaart mit dem hierarchischen Organisationsprinzip nicht selten Konflikte, die zu Produktivitätsverlusten führen können.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Begriff des agilen Managements zu erklären und die Grundlagen ebenso wie die Treiber von Agilität zu benennen.
- wichtige Konzepte der Agilität wie Scrum und Kanban und ihre Merkmale aufzuzeigen.
- die Grundlagen des agilen Managements zu beschreiben und die Einflüsse von Agilität in Bezug auf die funktionalen Managementdimensionen (Organisation, Führung, Planung, Personaleinsatz, Kontrolle) wiederzugeben.
- Grenzen und Risiken von Agilität zu verstehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des agilen Managements
 - 1.1 Einführung in die Thematik
 - 1.2 Definition des Begriffs Management
 - 1.3 Definition des Begriffs Agilität
 - 1.4 Agilität und Mindset
2. Treiber der Agilität
 - 2.1 Agilität als Antwort auf Veränderung
 - 2.2 Externe Treiber für Agilität
 - 2.3 Interne Treiber für Agilität

3. Agile Konzepte
 - 3.1 Scrum
 - 3.2 Kanban
 - 3.3 Weitere agile Methoden
4. Agile Organisation
 - 4.1 Begriff der agilen Organisation
 - 4.2 Selbstorganisation als Kernelement
 - 4.3 Transformation und Reifegradmodell der Organisation
 - 4.4 Trafo-Modell zur agilen Organisationsentwicklung
5. Agile Führung
 - 5.1 Veränderte Rolle der Führungskraft
 - 5.2 Begriff und Prinzipien agiler Führung
 - 5.3 Selbstführung als Voraussetzung für Agilität
6. Agile Planung
 - 6.1 Begriff und Prinzipien der agilen Planung
 - 6.2 Agile Planung
 - 6.3 Neue Planungsmethoden
7. Agiler Personaleinsatz
 - 7.1 Begriff und Einordnung in den Personalmanagementprozess
 - 7.2 Agile strategische Personalbedarfsplanung
 - 7.3 Rahmenbedingungen für den agilen Personaleinsatz
8. Kontrolle in agilen Organisationen
 - 8.1 Begriff und Funktion der Kontrolle
 - 8.2 Agilität und Kontrolle – ein Widerspruch?
 - 8.3 Managementkontrollsysteme im Wandel
9. Digitale Tools als Voraussetzung für Agilität
 - 9.1 Kollaborationstools
 - 9.2 Neue Technologien
10. Kritische Reflexion
 - 10.1 Agilität als Allheilmittel
 - 10.2 Agilität als Gesundheitsrisiko
 - 10.3 Agilität und Hierarchie

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Deeken, M./Fuchs, T. (2018): Agiles Management als Antwort auf die Herausforderungen der Digitalisierung. Praktische Erkenntnisse und Gestaltungshinweise für die Bankenbranche. Springer/Gabler-Verlag, Wiesbaden.
- Häusling, A. (2018): Agile Organisationen: Transformationen erfolgreich gestalten – Beispiele agiler Pioniere. Haufe Lexware-Verlag, Freiburg.
- Kotter, J.P. (2012): How the most innovative companies capitalize on today's rapid fire strategic challenges – and still make their numbers: Accelerate! Harvard Business Review, 90(11), S. 43–58.
- Lang, M./Scherber, S. (Hrsg.) (2015): Agiles Management: Innovative Methoden und Best Practices. Symposion-Verlag, Düsseldorf.
- Moser, M. (2017): Hierarchielos führen. Anforderungen an eine moderne Unternehmens- und Mitarbeiterführung. Springer/Gabler-Verlag, Wiesbaden.
- Niedner, B. (2018): Agil ohne Planung: Wie Unternehmen von der Natur lernen können. Haufe-Verlag, Freiburg.
- Thomaschewski, D./Völker, R. (Hrsg.) (2019): Agiles Management. Kohlhammer-Verlag, Stuttgart.

Agiles Projektmanagement

Kurscode: DLBDBAPM01

Kursart Projekt	Studienform	Niveau BA
---------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Projektmanagement
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Beschreibung des Kurses Unter Anwendung bekannter Methoden und Techniken aus dem Themengebiet des agilen Projektmanagements bearbeiten die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine praktische Fragestellung und erhalten so eine praktische Einführung in das agile Projektmanagement. Dabei erfolgt die Anwendung der einzelnen Grundprinzipien auch in Gegenüberstellung zu plangetriebenem Projektmanagement. Um agiles Projektmanagement nicht nur zu verstehen, sondern auch zu erfahren, werden Werte, Aktivitäten, Rollen und Artefakte typischer agiler Vorgehensweisen am Beispiel Scrum vertieft und an einem Beispielprojekt umgesetzt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen agilem und plangetriebenem Projektmanagement zu erläutern.
- agile Prinzipien zu erläutern.
- nach den in Scrum definierten Werten agil zusammenzuarbeiten.
- die in Scrum definierten Aktivitäten anzuwenden.
- die in Scrum definierten Rollen zu verantworten.
- die in Scrum definierten Artefakte zu erstellen und zu pflegen.

Kursinhalt

- In diesem Kurs werden den Studierenden verschiedene Kompetenzen im Bereich des agilen Projektmanagements durch die praktische Anwendung im Rahmen eines Projektberichts vermittelt. Im Gegensatz zu plangetriebenem Projektmanagement werden dabei vor allem die aus der modernen Softwareentwicklung bekannten Prinzipien der Agilität genutzt. Am Beispiel von SCRUM sollen sich die Studierenden eine agile Vorgehensweise selbst aneignen. Das Wissen um die jeweiligen Rollen und Aktivitäten werden die Studierenden dann in einem einfachen Projekt einsetzen und auf diese Weise erste praktische Erfahrungen sammeln und im Projektbericht dokumentieren. Die Inhalte der Projekte ergeben sich aus den individuellen Fähigkeiten und Voraussetzungen der Studierenden.

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Röpstorff, S./Wiechmann, R. (2012): Scrum in der Praxis. Erfahrungen, Problemfelder und Erfolgsfaktoren. dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Rubin, K. S. (2014): Essential Scrum. Umfassendes Scrum-Wissen aus der Praxis. Mitp Verlag, Frechen.
- Roock, A. (2011): Software-Kanban. Eine Einführung. In: Projektmagazin, Heft 4,
- Leffingwell, D. et al. (o. J.): Scaled Agile Framework. (URL: <http://scaledagileframework.com/> [letzter Zugriff: 17.07.2015]).
- Schwaber, K./Sutherland, J. (o. J.): The Scrum Guide™ - The definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game.
www.scrumguides.org

DLBDBAPM01

Industrie 4.0

Modulcode: DLBBWWIND

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Dr. Philippe Tufinkgi / Prof.Dr. Mario Boßlau

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Digital Future Industry (DLBLOISCM201) ▪ Fertigungsverfahren Industrie 4.0 (DLBINGFVI01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Modulklausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

Digital Future Industry

- IT-Systeme und digitale Modelle
- Technologieinnovationen als Treiber von Industrie 4.0
- innovative Geschäftsmodelle durch Digitalisierung
- Cyber-physische Systeme und dezentrale Steuerungsstrukturen in digitalen Wertschöpfungsnetzen
- Anwendungsfelder und Einsatzpotentiale von Big-Data-Anwendungen und des Cloud Computing
- Arbeit und Bildung im Zeitalter der Digitalisierung
- Produktionssysteme und Wertschöpfungsnetze der Zukunft („smart“ factory)

Fertigungsverfahren Industrie 4.0

- Einführung in die Fertigungstechnik
- Fertigungshauptgruppen nach DIN 8580
- Additive Fertigungsverfahren
- Rapid Prototyping
- Rapid Tooling
- Direct/Rapid Manufacturing
- Cyber-physische Produktionsanlagen

Qualifikationsziele des Moduls

Digital Future Industry

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Prozessdenkens in der Logistik und im Kontext des Supply Chain Managements einzuordnen und die wichtigsten Merkmale von Prozessen zu benennen.
- IT-Systeme zur Abbildung und Unterstützung betrieblicher Prozesse abzugrenzen und Potentiale durch die Digitalisierung im Bereich der Modellierung in Form des digitalen Zwillings zu beschreiben.
- die verschiedenen Phasen der industriellen Revolution zu benennen und zu charakterisieren.
- gesellschaftliche Entwicklungen und Implikationen für die Arbeitswelt als Folge der Digitalisierung und Industrie 4.0 aufzuzeigen.
- technologische Entwicklungen und Innovationen als Treiber von Industrie 4.0 zu benennen und die durch die Digitalisierung geschaffenen Möglichkeiten zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle zu beschreiben und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- die durch die Digitalisierung eröffneten Potentiale dezentraler Steuerungsstrukturen in digitalen Wertschöpfungsnetzen zu erkennen sowie cyberphysische Systeme und deren Funktionalität sowie Bedeutung im Kontext der Echtzeitsteuerung der industriellen Produktion zu beschreiben.
- Implikationen und Potentiale der Digitalisierung für industrielle Prozesse und die industrielle Produktion strukturiert darzustellen.
- die verbesserten Analysemöglichkeiten durch den Einsatz von Big-Data-Anwendungen aufzuzeigen und in der betrieblichen Praxis zu spiegeln sowie die Bedeutung des Cloud Computing im industriellen Kontext zu erklären.
- die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gestaltung zukünftiger Produktionssysteme und Wertschöpfungsnetzwerke in einer übergeordneten Sicht zu beschreiben und die Zusammenhänge zu anderen gesellschaftlichen Aufgaben und Bereichen wie Bildung und Forschung zu erklären.

Fertigungsverfahren Industrie 4.0

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Begriffe und Zusammenhänge der Fertigungstechnik zu erklären.
- die aktuellen Veränderungen in der Fertigungstechnik durch Technologien wie der Additiven Fertigung und Megatrends wie Cyber Physical Systems darzustellen.
- verschiedene Fertigungsverfahren den Fertigungshauptgruppen nach DIN 8580 zuzuordnen.
- das grundlegende Prinzip additiver Fertigungsverfahren zu erklären.
- verschiedene additive Fertigungsverfahren voneinander abzugrenzen.
- die Begriffe Rapid Prototyping, Rapid Tooling und Direct Manufacturing zu erläutern und ihnen jeweils einzelne Verfahren und Anwendungsbeispiele zuzuordnen.
- die Elemente und Eigenschaften Cyber-physischer Produktionsanlagen zu erklären.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Transport & Logistik und Ingenieurwissenschaften auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme aus den Bereichen Transport & Logistik und IT & Technik

Digital Future Industry

Kurscode: DLBLOISCM201

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Transport & Logistik
--	--

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
<p>Mit der Teilnahme an diesem Kurs erhalten die Studierenden einen umfassenden Einblick in Fragestellungen der Digitalisierung in der industriellen Produktion und in Wertschöpfungsnetzwerken. Zum einen werden dabei die wesentlichen Treiber von Industrie 4.0 in Form technologischer Innovationen und deren Anwendungs- und Einsatzfelder thematisiert und hinsichtlich ihrer Potentiale zur Verbesserung betrieblicher Prozesse eingeordnet sowie im Kontext der Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle diskutiert. Zum anderen werden gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung insbesondere im Hinblick auf die Arbeitswelt von morgen und die Gestaltung der Mensch-Maschine-Schnittstelle vor- und zur Diskussion gestellt.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung des Prozessdenkens in der Logistik und im Kontext des Supply Chain Managements einzuordnen und die wichtigsten Merkmale von Prozessen zu benennen.
- IT-Systeme zur Abbildung und Unterstützung betrieblicher Prozesse abzugrenzen und Potentiale durch die Digitalisierung im Bereich der Modellierung in Form des digitalen Zwillings zu beschreiben.
- die verschiedenen Phasen der industriellen Revolution zu benennen und zu charakterisieren.
- gesellschaftliche Entwicklungen und Implikationen für die Arbeitswelt als Folge der Digitalisierung und Industrie 4.0 aufzuzeigen.
- technologische Entwicklungen und Innovationen als Treiber von Industrie 4.0 zu benennen und die durch die Digitalisierung geschaffenen Möglichkeiten zur Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle zu beschreiben und im betrieblichen Kontext anzuwenden.
- die durch die Digitalisierung eröffneten Potentiale dezentraler Steuerungsstrukturen in digitalen Wertschöpfungsnetzen zu erkennen sowie cyberphysische Systeme und deren Funktionalität sowie Bedeutung im Kontext der Echtzeitsteuerung der industriellen Produktion zu beschreiben.
- Implikationen und Potentiale der Digitalisierung für industrielle Prozesse und die industrielle Produktion strukturiert darzustellen.
- die verbesserten Analysemöglichkeiten durch den Einsatz von Big-Data-Anwendungen aufzuzeigen und in der betrieblichen Praxis zu spiegeln sowie die Bedeutung des Cloud Computing im industriellen Kontext zu erklären.
- die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Gestaltung zukünftiger Produktionssysteme und Wertschöpfungsnetzwerke in einer übergeordneten Sicht zu beschreiben und die Zusammenhänge zu anderen gesellschaftlichen Aufgaben und Bereichen wie Bildung und Forschung zu erklären.

Kursinhalt

1. Systeme und Prozesse in Wirtschaft und Logistik
 - 1.1 Systemdenken und Modellbildung
 - 1.2 Prozesse und Prozessdenken – Industrielle Prozesse und Geschäftsprozesse
 - 1.3 Abbildung von betriebswirtschaftlichen Prozessen in IT-Systemen
 - 1.4 Automatisierung und Digitalisierung in der Produktion – der digitale Zwilling
2. Trends und Entwicklungen
 - 2.1 Von der industriellen Revolution bis heute und darüber hinaus – Von der Automatisierung zur Digitalisierung
 - 2.2 Produktion 4.0 und Gesellschaft 4.0 – Evolution und Revolution, soziale Implikationen
 - 2.3 Kooperation Mensch – Roboter – Gemeinsam Kompetenzen für die Produktion entwickeln
 - 2.4 Innovationen und Innovationsmanagement in der Industrie und für die Industrie 4.0

- 3. Digitale Wertschöpfungsnetzwerke
 - 3.1 Dezentrale Formen der Steuerung – Selbststeuernde Produktionssysteme und Schwarmintelligenz
 - 3.2 Wertschöpfung in Echtzeitkontrolle und -steuerung
 - 3.3 3D-Druck und Implikationen für die industrielle Produktion
 - 3.4 Industrielle Prozesse in einer digitalen Welt
- 4. Umgang mit großen Datenmengen
 - 4.1 Herausforderungen und Strategien im Umgang mit Big Data in der Produktion
 - 4.2 Technische Lösungen in verschiedenen Anwendungsfeldern – Predictive Maintenance und Künstliche Intelligenz in der Produktion
 - 4.3 Cloud Services in der Produktion von morgen
 - 4.4 Sicherheit und Datenschutz
 - 4.5 Implikationen und Chancen für die Produktionslogistik
- 5. Produktionssysteme in einer digitalen Welt
 - 5.1 Zukünftiges Design von Produktionssystemen
 - 5.2 Produktionsautomatisierung und Cyber-Physische Systeme
 - 5.3 Digitalisierung weltweiter Produktions- und Liefernetzwerke
 - 5.4 Der Mensch in der Produktion der Zukunft
 - 5.5 Bildung für die digitalisierte Welt – Zukunftskompetenzen für die Produktion von morgen
 - 5.6 Gamification für die Konzeptentwicklung in der Produktion
 - 5.7 Aktuelle Forschungsprojekte für die Produktion

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bauernhansel, T./Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung, Technologien, Migration. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Disselkamp, M. (2012): Innovationsmanagement. Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- European A. T. Kearney/WHU (Hrsg.) (2015): Digital Supply Chains. Increasingly Critical for Competitive Edge. (URL: <https://www.whu.edu/presse/news-archiv/aktuelles-einzelansicht/article/die-digitale-zukunft-der-supply-chain/> [letzter Zugriff: 16.02.2017]).
- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hausladen, I. (2014): IT-gestützte Logistik. Systeme, Prozesse, Anwendungen. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schenk, M. (Hrsg.) (2015): Produktion und Logistik mit Zukunft. Digital Engineering and Operation. Springer Vieweg, Wiesbaden.
- Wolf-Kluthausen, H. (Hrsg.) (2016): Jahrbuch Logistik 2016. free beratung GmbH, Korschenbroich.

Fertigungsverfahren Industrie 4.0

Kurscode: DLBINGFVI01

Kursart Vorlesung	Studienform	Niveau BA
-----------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Ingenieurwissenschaften
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

Beschreibung des Kurses
Ziel des Kurses ist es, den Studierenden, ausgehend von traditionellen, standardisierten Fertigungstechniken, einen Überblick über solche Verfahren zu bieten, die durch technologische Entwicklungen unter dem Oberbegriff Industrie 4.0 die Produktionsprozesse beeinflusst haben und noch beeinflussen. Dazu zählen insbesondere technologische Fortschritte bei den additiven Fertigungsverfahren, die Anwendungen wie das Rapid Prototyping, Rapid Tooling und das Direct Manufacturing ermöglichen. Abschließend behandelt der Kurs die Folgen der Digitalisierung und Vernetzung von Produktionsanlagen und deren Elemente im Sinne eines Cyber-physischen Systems.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Begriffe und Zusammenhänge der Fertigungstechnik zu erklären.
- die aktuellen Veränderungen in der Fertigungstechnik durch Technologien wie der Additiven Fertigung und Megatrends wie Cyber Physical Systems darzustellen.
- verschiedene Fertigungsverfahren den Fertigungshauptgruppen nach DIN 8580 zuzuordnen.
- das grundlegende Prinzip additiver Fertigungsverfahren zu erklären.
- verschiedene additive Fertigungsverfahren voneinander abzugrenzen.
- die Begriffe Rapid Prototyping, Rapid Tooling und Direct Manufacturing zu erläutern und ihnen jeweils einzelne Verfahren und Anwendungsbeispiele zuzuordnen.
- die Elemente und Eigenschaften Cyber-physischer Produktionsanlagen zu erklären.

Kursinhalt

1. Einführung in die Fertigungstechnik
 - 1.1 Grundlegende Begriffe und Zusammenhänge in der Fertigungslehre
 - 1.2 Historische Entwicklung der Fertigung
 - 1.3 Die Diskussion über den Long Tail
2. Fertigungshauptgruppen nach DIN 8580
 - 2.1 Urformen
 - 2.2 Umformen
 - 2.3 Trennen (Zerteilen, Zerspanung, Abtragen)
 - 2.4 Fügen
 - 2.5 Beschichten
 - 2.6 Stoffeigenschaftsändern
3. Additive Fertigungsverfahren
 - 3.1 Grundprinzip und rechtliche Aspekte
 - 3.2 Stereolithographie (STL)
 - 3.3 Selektives Lasersintern und selektives Strahlschmelzen mit Laser- oder Elektronenstrahl
 - 3.4 Fused Deposition Modeling (FDM)
 - 3.5 Multi-Jet Modeling (MJM) und Poly-Jet-Verfahren (PJM)
 - 3.6 3D-Druckverfahren (3DP)
 - 3.7 Laminierverfahren
 - 3.8 Maskensintern

- 4. Rapid Prototyping
 - 4.1 Begriffsbestimmung
 - 4.2 Strategische und operative Aspekte
 - 4.3 Anwendungsgebiete und -beispiele
- 5. Rapid Tooling
 - 5.1 Begriffsbestimmung, strategische und operative Aspekte
 - 5.2 Indirekte und direkte Verfahren
- 6. Direct/Rapid Manufacturing
 - 6.1 Potentiale und Anforderungen an die Verfahren
 - 6.2 Umsetzung, Anwendungsgebiete und -beispiele
- 7. Cyber-physische Produktionsanlagen
 - 7.1 Herleitung der Begriffe Industrie 4.0 und Cyber-physische Systeme
 - 7.2 Megatrend Cyber Physical Systems (CPS)
 - 7.3 Definition Cyber-physische Produktionsanlage
 - 7.4 Auswirkungen auf Planung und Betrieb von Produktionsanlagen
 - 7.5 Dynamische Rekonfiguration und Migration von Produktionsanlagen

- Lehrmethoden**
- Printskript
 - Interactive Book
 - Vodcast/Shortcast
 - Podcast
 - Musterklausur
 - Repetitorium
 - Sprint
 - Leitfäden
 - Live-Tutorium
 - MyCampus-Forum
 - Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Anderson, C. (2012): Makers. The new industrial revolution. Crown Business, New York.
- Bauernhansl, Thomas/Hompel, M. ten/Vogel-Heuser, B. (Hrsg.) (2014): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Anwendung – Technologien – Migration. Springer, Wiesbaden.
- Gebhardt, A. (2012): Understanding Additive Manufacturing. Rapid Prototyping – Rapid Tooling – Rapid Manufacturing. Hanser, München/Cincinnati.
- Lachmayer, R./Lippert, R. B./Fahlbusch, T. (Hrsg.) (2016): 3D-Druck beleuchtet. Additive Manufacturing auf dem Weg in die Anwendung. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Wittenstein, M. et al. (Hrsg.) (2015): Intelligente Vernetzung in der Fabrik. Industrie 4.0. Umsetzungsbeispiele für die Praxis. Fraunhofer Verlag, Stuttgart.

DLBINGFVI01

Business Intelligence

Modulcode: IWBI

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 210 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Dr. Peter Poensgen
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Business Intelligence (IWBI01) ▪ Projekt Business Intelligence (IWBI02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung	Teilmodulprüfung <u>Business Intelligence</u> Klausur, 90 <u>Projekt Business Intelligence</u> Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Business Intelligence**

- Motivation und Begriffsbildung
- Datenbereitstellung
- Data Warehouse
- Modellierung multidimensionaler Datenräume
- Analysesysteme
- Distribution und Zugriff

Mögliche Themengebiete für das BI-Projekt sind u.a. „Management von BI-Projekten, „Konzeption von multidimensionalen Datenmodellen“ sowie „Prototypische Umsetzung von kleinen BI-Anwendungen“

Projekt Business Intelligence**Qualifikationsziele des Moduls****Business Intelligence**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivation, Anwendungsfälle und Grundlagen für Business Intelligence zu erklären.
- Techniken und Methoden zur Bereitstellung und Modellierung von Daten sowie für BI relevante Arten von Daten zu benennen und zu erläutern sowie voneinander abzugrenzen.
- Techniken und Methoden zur Informationsgenerierung und -speicherung zu erläutern und auf Basis konkreter Anforderungen selbstständig geeignete Methoden auszuwählen.

Projekt Business Intelligence

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- selbstständig eine Lösung zu einer praktischen Fragestellung im Thema Business Intelligence zu konzipieren, prototypisch umzusetzen und die dabei erzielten Ergebnisse zu dokumentieren.
- typische Probleme und Herausforderungen in der Konzeption und praktischen Umsetzung kleiner BI-Lösungen zu benennen und zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Business Intelligence

Kurscode: IWBI01

Kursart Online-Vorlesung	Studienform Fernstudium	Niveau BA
------------------------------------	-----------------------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Informatik & Software-Entwicklung
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 90 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Business Intelligence (BI) dient der Gewinnung von Informationen aus Unternehmensdaten, die sowohl für eine gezielte Unternehmenssteuerung als auch für die Optimierung von Geschäftsaktivitäten relevant sind. Im Rahmen dieses Kurses werden Techniken, Vorgehensweisen und Modelle zur Datenbereitstellung, Informationsgenerierung und -analyse sowie der Verteilung der gewonnenen Informationen vorgestellt und diskutiert. Sie werden danach in der Lage sein, die verschiedenen Themengebiete des Data Warehousing zu erläutern und Methoden bzw. Techniken für konkrete Anforderungen selbstständig auszuwählen.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Motivation, Anwendungsfälle und Grundlagen für Business Intelligence zu erklären. ▪ Techniken und Methoden zur Bereitstellung und Modellierung von Daten sowie für BI relevante Arten von Daten zu benennen und zu erläutern sowie voneinander abzugrenzen. ▪ Techniken und Methoden zur Informationsgenerierung und -speicherung zu erläutern und auf Basis konkreter Anforderungen selbstständig geeignete Methoden auszuwählen.

Kursinhalt

1. Motivation und Begriffsbildung
 - 1.1 Motivation und historische Entwicklung
 - 1.2 BI als Rahmenwerk
2. Datenbereitstellung
 - 2.1 Operative und dispositive Systeme
 - 2.2 Das Data-Warehouse-Konzept
 - 2.3 Architekturvarianten
3. Data Warehouse
 - 3.1 ETL-Prozess
 - 3.2 DWH und Data Mart
 - 3.3 ODS und Metadaten
4. Modellierung multidimensionaler Datenräume
 - 4.1 Datenmodellierung
 - 4.2 OLAP-Würfel
 - 4.3 Physische Speicherung
 - 4.4 Star- und Snowflake-Schema
 - 4.5 Historisierung
5. Analysesysteme
 - 5.1 Freie Datenrecherche und OLAP
 - 5.2 Berichtssysteme
 - 5.3 Modellgestützte Analysesysteme
 - 5.4 Konzeptorientierte Systeme
6. Distribution und Zugriff
 - 6.1 Informationsdistribution
 - 6.2 Informationszugriff

Lehrmethoden

- Printskript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- Bachmann, R./Kemper, G. (2011): Raus aus der BI-Falle. Wie Business Intelligence zum Erfolg wird. 2. Auflage, mitp, Heidelberg.
- Bauer, A./Günzel, H. (2008): Data Warehouse Systeme. Architektur, Entwicklung, Anwendung. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Betz, R. (2015): Werde Jäger des verlorenen Schatzes. In: Immobilienwirtschaft, Heft 5, S. 1614–1164. (URL <https://www.haufe.de/download/immobilienwirtschaft-ausgabe-052015-immobilienwirtschaft-fachmagazin-fuer-management-recht-praxis-303530.pdf> [letzter Zugriff: 27.02.2017]).
- Bodendorf, F. (2006): Daten- und Wissensmanagement. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Chamoni, P./Gluchowski, P. (Hrsg.) (2006): Analytische Informationssysteme Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen. Springer, Berlin.
- Engels, C. (2008): Basiswissen Business Intelligence. W3L, Herdecke/Witten.
- Gansor, T./Totok, A./Stock, S. (2010): Von der Strategie zum Business Intelligence Competency Center (BICC). Konzeption – Betrieb – Praxis. Hanser, München.
- Gluchowski, P./Gabriel, R./Dittmar, C. (2008): Management Support Systeme und Business Intelligence. Computergestützte Informationssysteme für Fach- und Führungskräfte. 2. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Grothe, M. (2000): Business Intelligence. Aus Informationen Wettbewerbsvorteile gewinnen. Addison-Wesley, München.
- Gutenberg, E. (1983): Grundlagen der Betriebswirtschaft, Band 1. Die Produktion. 18. Auflage, Springer, Berlin/Heidelberg/New York.
- Hannig, U. (Hrsg.) (2002): Knowledge Management und Business Intelligence. Springer, Berlin.
- Hansen, H.-R./Neumann, G. (2001): Wirtschaftsinformatik I. Grundlagen betrieblicher Informationsverarbeitung. 8. Auflage, Lucius & Lucius UTB, Stuttgart.
- Humm, B./Wietek, F. (2005): Architektur von Data Warehouses und Business Intelligence Systemen. In: Informatik Spektrum, S. 3–14. (URL: https://www.fbi.h-da.de/fileadmin/personal/b.humm/Publikationen/Humm__Wietek_-_Architektur_DW__Informatik-Spektrum_2005-01_.pdf [letzter Zugriff: 27.02.2017]).
- Kemper, H.-G./Baars, H./Mehanna, W. (2010): Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung. 3. Auflage, Vieweg+Teubner, Stuttgart.
- Turban, E. et al. (2010): Business Intelligence. A Managerial Approach. 2. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).

Projekt Business Intelligence

Kurscode: IWB102

Kursart Projekt	Studienform	Niveau BA
---------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Informatik & Software-Entwicklung
--	---

ECTS-Punkte 5	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende		
Selbststudium 120 h	Tutorium 30 h	Gesamtstunden 150 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Unter Anwendung bekannter Methoden und Techniken aus dem Themengebiet Business Intelligence bearbeiten die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine praktische Fragestellung. Zum Abschluss des Kurses können Sie selbstständig auf der Grundlage konkreter Anforderungen Business Intelligence-Anwendungen konzipieren und prototypisch umsetzen.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ selbstständig eine Lösung zu einer praktischen Fragestellung im Thema Business Intelligence zu konzipieren, prototypisch umzusetzen und die dabei erzielten Ergebnisse zu dokumentieren. ▪ typische Probleme und Herausforderungen in der Konzeption und praktischen Umsetzung kleiner BI-Lösungen zu benennen und zu erläutern.

Kursinhalt

- Umsetzung und Dokumentation von praktischen Fragestellungen zum Einsatz von Business Intelligence-Anwendungen. Typische Szenarien sind beispielsweise „Management von BI-Projekten“, „Konzeption von multidimensionalen Datenmodellen“ und „Prototypische Umsetzung von kleinen BI-Anwendungen“.

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Brenner, W./Uebernicketel, F. (2015): Design Thinking. Das Handbuch. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt a. M.
- Brown, T. (2008): Design Thinking. In: Harvard Business Review, Heft Juni, S. 84–95.
- Meinel, C./Weinberg, U./Krohn, T. (Hrsg.) (2015): Design Thinking Live. Wie man Ideen entwickelt und Probleme löst. Murmann, Hamburg.
- Uebernicketel, F./Brenner, W. (2016): Design Thinking. In: Hoffmann, C. P. et al. (Hrsg.): Business Innovation: Das St. Galler Modell. Springer, Wiesbaden, S. 243–265.

Fremdsprache Englisch

Modulcode: DLSPEN-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Claudia Schild-Franken
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Fremdsprache Englisch (SPEN01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Erlernen und vertiefen von Englisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau. Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen und Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls**Fremdsprache Englisch**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle weiteren Module im Bereich Sprachen

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Fremdsprache Englisch

Kurscode: SPEN01

Kursart Sprachkurs	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Sprachen
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 10	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 180 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen. ▪ anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
 - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)**
 - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2) **
 - die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1) **
 - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)**
 - ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1) ***
 - **Quelle
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp
 sowie
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf
 - ***Quelle
<http://www.goethe.de/z/50/commeuro/303.htm>
- Grammatik:

- Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
- Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
- Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
- Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
- Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, „phrasal verbs“, Kollokationen und Redewendungen. Unterschiede zwischen britischem und amerikanischem Englisch

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- gemäß Angaben im Online-Kurs Rosetta Stone

SPEN01

Fremdsprache Französisch

Modulcode: DLSPFR-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Claudia Schild-Franken
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Fremdsprache Französisch (SPFR01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Erlernen und vertiefen von Französisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau. Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen und Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls

Fremdsprache Französisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Französisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle weiteren Module im Bereich Sprachen

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Fremdsprache Französisch

Kurscode: SPFR01

Kursart Sprachkurs	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Sprachen
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 10	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 180 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Französisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen. ▪ anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Französisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
 - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)**
 - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2) **
 - die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1) **
 - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)**
 - ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1) ***
 - **Quelle
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp
 sowie
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf
 - ***Quelle
<http://www.goethe.de/z/50/commeuro/303.htm>
- Grammatik:

- Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
- Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
- Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
- Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
- Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, Kollokationen und Redewendungen.

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- gemäß Angaben im Online-Kurse Rosetta Stone

SPFR01

Fremdsprache Italienisch

Modulcode: DLSPIT-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Claudia Schild-Franken
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fremdsprache Italienisch (SPIT01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erlernen und vertiefen von Italienisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau. Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen und Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls

Fremdsprache Italienisch

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Italienisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle weiteren Module im Bereich Sprachen

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Fremdsprache Italienisch

Kurscode: SPIT01

Kursart Sprachkurs	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Sprachen
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 10	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 180 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Italienisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen. ▪ anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Italienisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
 - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)**
 - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2) **
 - die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1) **
 - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)**
 - ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1) ***
 - **Quelle
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp
 sowie
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf
 - ***Quelle
<http://www.goethe.de/z/50/commeuro/303.htm>
- Grammatik:

- Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
- Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
- Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
- Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
- Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, Kollokationen und Redewendungen.

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- gemäß Angaben im Online-Kurs Rosetta Stone

SPIT01

Fremdsprache Spanisch

Modulcode: DLSPSP-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Claudia Schild-Franken
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Fremdsprache Spanisch (SPSP01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Erlernen und vertiefen von Spanisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau. Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen und Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls**Fremdsprache Spanisch**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Spanisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle weiteren Module im Bereich Sprachen

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Fremdsprache Spanisch

Kurscode: SPSP01

Kursart Sprachkurs	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Sprachen
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 10	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur, 180 Minuten

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Spanisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen. ▪ anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Spanisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
 - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)**
 - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2) **
 - die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1) **
 - die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)**
 - ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1) ***
 - **Quelle
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp
 sowie
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf
 - ***Quelle
<http://www.goethe.de/z/50/commeuro/303.htm>
- Grammatik:

- Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
- Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
- Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
- Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
- Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, Kollokationen und Redewendungen.

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur**Weiterführende Literatur**

- gemäß Angaben im Online-Kurs Rosetta Stone

SPSP01

Fremdsprache Türkisch

Modulcode: DLSPTU

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau BA
----------------------------------	--	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Modulverantwortliche(r) Claudia Schild-Franken
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> Fremdsprache Türkisch (SPTU01)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung Klausur	Teilmodulprüfung
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls
<ul style="list-style-type: none"> Erlernen und vertiefen von Türkisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau. Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen und Kursmaterial.

Qualifikationsziele des Moduls**Fremdsprache Türkisch**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1 oder A2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Türkisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle weiteren Module im Bereich Sprachen

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Fremdsprache Türkisch

Kurscode: SPTU01

Kursart Sprachkurs	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen keine	Kompetenzfeld Sprachen
--	----------------------------------

ECTS-Punkte 10	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende			
Selbststudium 180 h	Tutorium 60 h	Selbstüberprüfung 60 h	Gesamtstunden 300 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Klausur

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1 und A2 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Türkisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1 oder A2) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen. ▪ anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen Fremdsprache Türkisch nach einem GERS Einstufungstest zu verwenden.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
 - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)**
 - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2) **
 - **Quelle
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Cadre1_en.asp
 sowie
http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf
- Grammatik:
 - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
 - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)

Lehrmethoden

- Printsript
- Interactive Book
- Vodcast/Shortcast
- Podcast
- Musterklausur
- Repetitorium
- Sprint
- Leitfäden
- Live-Tutorium
- MyCampus-Forum
- Piazza

Literatur

Weiterführende Literatur

- gemäß Angaben im Online-Kurs Rosetta Stone

SPTU01

Bachelorarbeit

Modulcode: BBAK

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen gemäß Studien- und Prüfungsordnung	Niveau BA
----------------------------------	---	---------------------

ECTS-Punkte 10	Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Unterrichtssprache Deutsch
--------------------------	----------------------------------	---	--	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende	
Gesamtstunden 300 h	

Modulverantwortliche(r) Prof. Dr. Holger Sommerfeldt
--

Kurse im Modul
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bachelorarbeit (BBAK01) ▪ Kolloquium (BBAK02)

Art der Prüfung(en)	
Modulprüfung	Teilmodulprüfung <u>Bachelorarbeit</u> Bachelorarbeit <u>Kolloquium</u> Kolloquium
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls**Bachelorarbeit**

- Bachelorarbeit
- Kolloquium zur Bachelorarbeit

Kolloquium**Qualifikationsziele des Moduls****Bachelorarbeit**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Bachelorarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

Kolloquium

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Bachelorarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen der Fachexperten (Gutachter der Bachelorarbeit) aktiv zu beantworten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module

Bezüge zu anderen Studiengängen der IUBH

Alle Bachelor-Programme im Fernstudium

Bachelorarbeit

Kurscode: BBAK01

Kursart Thesis-Kurs	Studienform	Niveau BA
-------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen gemäß Studien- und Prüfungsordnung	Kompetenzfeld
---	----------------------

ECTS-Punkte 9	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende	
Selbststudium 270 h	Gesamtstunden 270 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Bachelorarbeit

Beschreibung des Kurses
<p>Ziel und Zweck der Bachelorarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Bachelorarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnisse des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.</p>

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Bachelorarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

Kursinhalt

- Die Bachelorarbeit muss zu einer Themenstellung geschrieben werden, die einen inhaltlichen Bezug zum jeweiligen Studienschwerpunkt aufweist. Im Rahmen der Bachelorarbeit müssen die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden Themas widerspiegeln. Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerthen.

Lehrmethoden

Selbstständige Projektbearbeitung unter akademischer Anleitung.

Literatur**Weiterführende Literatur**

- Hunziker, A.W. (2010): Spaß am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, Verlag SKV, Zürich.
- Wehrlin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München.
- Themenabhängige Literaturlauswahl

Kolloquium

Kurscode: BBAK02

Kursart Kolloquium	Studienform	Niveau BA
------------------------------	--------------------	---------------------

Zugangsvoraussetzungen Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	Kompetenzfeld
---	----------------------

ECTS-Punkte 1	SWS	Unterrichtssprache Deutsch
-------------------------	------------	--------------------------------------

Zeitaufwand Studierende	
Selbststudium 30 h	Gesamtstunden 30 h

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein Evaluation: Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

<p>Beschreibung des Kurses</p> <p>Das Kolloquium wird nach Einreichung der Bachelorarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben. Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden sowie die Beantwortung von Fragen der Gutachter.</p>
<p>Kursziele</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen. ▪ das in der Bachelorarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen. ▪ themenbezogene Fragen der Fachexperten (Gutachter der Bachelorarbeit) aktiv zu beantworten.

Kursinhalt

1. Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Bachelorarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.

Lehrmethoden

Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung

Literatur

Weiterführende Literatur

- Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.