

MODULE HANDBOOK

Bachelor of Arts

Bachelor Business Administration (FS-BABAS)

180 ECTS

Distance Learning

Classification: Undergraduate

Contents

1. Semester

Module DLBBAIWB_S: Integridad académica y redacción empresarial

| | |
|---|----|
| Module Description | 11 |
| Course DLBBAIWB01_S: Integridad académica y redacción empresarial | 13 |

Module DLBBAB_S: Negocios 101

| | |
|---------------------------------------|----|
| Module Description | 17 |
| Course DLBBAB01_S: Negocios 101 | 19 |

Module DLBBWME_S: Gerenciamiento Económico

| | |
|--|----|
| Module Description | 23 |
| Course DLBBWME01_S: Gerenciamiento Económico | 25 |

Module DLBCSIAW_S: Introducción al ámbito Académico

| | |
|---|----|
| Module Description | 31 |
| Course DLBCSIAW01_S: Introducción al ámbito Académico | 33 |

Module DLBBAPM_S: Principios de gestión

| | |
|---|----|
| Module Description | 39 |
| Course DLBBAPM01_S: Principios de gestión | 41 |

Module DLBINTGUG_S: Corporaciones globales y globalización

| | |
|---|----|
| Module Description | 45 |
| Course DLBLOGC101_S: Corporaciones globales y globalización | 47 |

2. Semester

Module BWMA_S: Matemáticas empresariales

| | |
|--|----|
| Module Description | 55 |
| Course BWMA01_S: Matemáticas empresariales | 57 |

Module DLBBWOB_S: Comportamiento organizativo

| | |
|---|----|
| Module Description | 61 |
| Course DLBBWOB01_S: Comportamiento organizativo | 63 |

Module DLBMAE_S: Contabilidad gerencial

| | |
|---|----|
| Module Description | 67 |
| Course DLBMAE01_S: Contabilidad gerencial | 69 |

| | |
|---|----|
| Module DLBDSESCM1_S: Gestión de la cadena de suministro I | |
| Module Description | 73 |
| Course DLBDSESCM01_S: Gestión de la cadena de suministro I | 75 |
| Module DLBDSEIMB1_S: Marketing internacional | |
| Module Description | 79 |
| Course DLBDSEIMB01_S: Marketing internacional | 81 |
| Module DLBDSSPDS_S: Estadística: Probabilidad y estadística descriptiva | |
| Module Description | 85 |
| Course DLBDSSPDS01_S: Estadística: Probabilidad y estadística descriptiva | 87 |

3. Semester

| | |
|--|-----|
| Module DLBCFIE_S: Finanzas corporativas e inversiones | |
| Module Description | 95 |
| Course DLBCFIE01_S: Finanzas corporativas e inversiones | 97 |
| Module DLBBAEI_S: Emprendimiento e innovación | |
| Module Description | 101 |
| Course DLBBAEI01_S: Emprendimiento e innovación | 103 |
| Module DLBINTIHR_S: Gestión internacional de recursos humanos | |
| Module Description | 107 |
| Course DLBINTIHR01_S: Gestión internacional de recursos humanos | 109 |
| Module DLMSM_S: Gestión de operaciones de servicio | |
| Module Description | 113 |
| Course DLMSM01_S: Gestión de operaciones de servicio | 115 |
| Module DLBCSCW_S: Trabajo colaborativo | |
| Module Description | 119 |
| Course DLBCSCW01_S: Trabajo colaborativo | 121 |
| Module DLBCSIDM_S: Toma de decisiones interculturales y éticas | |
| Module Description | 125 |
| Course DLBCSIDM01_S: Toma de decisiones interculturales y éticas | 127 |

4. Semester

| | |
|---|-----|
| Module DLBLODB_S: Modelos de negocios digitales | |
| Module Description | 135 |
| Course DLBLODB01_S: Modelos de negocios digitales | 137 |

| | |
|--|-----|
| Module DLBBAS_S: Sostenibilidad | |
| Module Description | 141 |
| Course DLBBAS01_S: Sostenibilidad | 143 |
| Module DLFIAC_S: Contabilidad internacional | |
| Module Description | 147 |
| Course DLFIAC01_S: Contabilidad internacional | 149 |
| Module DLBBARM_S: Métodos de investigación | |
| Module Description | 153 |
| Course DLBBARM01_S: Métodos de investigación | 155 |
| Module DLBBACGS_S: Gobernanza y estrategia corporativa | |
| Module Description | 159 |
| Course DLBBACGS01_S: Gobernanza y estrategia corporativa | 161 |
| Module DLBWPLS_S: Liderazgo 4.0 | |
| Module Description | 165 |
| Course DLBWPLS01_S: Liderazgo 4.0 | 167 |
| <hr/> | |
| 5. Semester | |
| Module DLBDSEIMB2_S: Gestión de las marcas internacionales | |
| Module Description | 175 |
| Course DLBDSEIMB02_S: Gestión de las marcas internacionales | 177 |
| Module DLBINTSATIM_S: Seminario: Problemas actuales de la gestión internacional | |
| Module Description | 181 |
| Course DLBINTSATIM01_S: Seminario: Problemas actuales de la gestión internacional | 183 |
| Module DLBDSESCM2_S: Gestión de la cadena de suministro II | |
| Module Description | 185 |
| Course DLBDSESCM02_S: Gestión de la cadena de suministro II | 187 |
| Module DLBCSAPM_S: Gestión ágil de proyectos | |
| Module Description | 191 |
| Course DLBCSAPM01_S: Gestión ágil de proyectos | 193 |
| Module DLBBAEMPFB_S: Gestión de personas y fundamentos de la psicología empresarial | |
| Module Description | 197 |
| Course DLBNWENW01_S: Introducción al "nuevo trabajo" | 200 |
| Course DLBMPS01_S: Psicología empresarial | 204 |
| Module DLBDSEAS_S: Ventas aplicadas | |

| | |
|--|-----|
| Module Description | 209 |
| Course DLBDSEAS01_S: Ventas aplicadas I | 212 |
| Course DLBDSEAS02_S: Ventas aplicadas II | 216 |

Module DLBCSEBI_S: Inteligencia empresarial

| | |
|---|-----|
| Module Description | 221 |
| Course DLBCSEBI01_S: Inteligencia empresarial | 223 |
| Course DLBCSEBI02_S: Proyecto: Inteligencia empresarial | 226 |

Module DLBMSM-01_S: Marketing digital y Social Media Marketing

| | |
|--|-----|
| Module Description | 229 |
| Course DLBMSM01-01_S: Marketing digital | 232 |
| Course DLBMSM02-01_S: Social Media Marketing | 237 |

6. Semester

Module DLBBAEFOR_E: Fundamentals of Operations Research

| | |
|---|-----|
| Module Description | 247 |
| Course DLBDSMFLA01: Mathematics: Linear Algebra | 249 |
| Course DLBBAEFOR01_E: Operations Research | 253 |

Module DLBDSESF: Smart Factory

| | |
|---|-----|
| Module Description | 257 |
| Course DLBDSESF01: Smart Factory I | 260 |
| Course DLBDSESF02: Smart Factory II | 264 |

Module DLBBAEIDSP_S: Introducción a la ciencia de datos y la programación con Python

| | |
|---|-----|
| Module Description | 267 |
| Course DLBDSIDS01_S: Introducción a la Ciencia de Datos | 269 |
| Course DLBDSIPWP01_S: Introducción a la programación con Python | 273 |

Module DLSFPD: Salesforce Platform Development

| | |
|--|-----|
| Module Description | 277 |
| Course DLSFPD01: Salesforce Platform App Builder | 279 |
| Course DLSFPD02: Salesforce Platform Developer | 282 |

Module DLSFPM: Salesforce Platform Management

| | |
|--|-----|
| Module Description | 285 |
| Course DLSFPM01: Salesforce Fundamentals | 287 |
| Course DLSFPM02: CRM with Salesforce Service Cloud | 289 |

Module IWSM-01_S: Gestión de servicios de TI

| | |
|---|-----|
| Module Description | 291 |
| Course DLBCSITSM01-01_S: Gestión de servicios de TI | 294 |

| | |
|---|-----|
| Course DLBCSPITSM01_S: Proyecto: Gestión de servicios TIC | 297 |
| Module DLBBAEMPFB_S: Gestión de personas y fundamentos de la psicología empresarial | |
| Module Description | 299 |
| Course DLBNWENW01_S: Introducción al "nuevo trabajo" | 302 |
| Course DLBMPS01_S: Psicología empresarial | 306 |
| Module DLBDSEAS_S: Ventas aplicadas | |
| Module Description | 311 |
| Course DLBDSEAS01_S: Ventas aplicadas I | 314 |
| Course DLBDSEAS02_S: Ventas aplicadas II | 318 |
| Module DLBDSEFSM: Financial Services Management | |
| Module Description | 323 |
| Course DLBDSEFSM01: Financial Services Management I | 325 |
| Course DLBDSEFSM02: Financial Services Management II | 328 |
| Module DLBCSEBI_S: Inteligencia empresarial | |
| Module Description | 331 |
| Course DLBCSEBI01_S: Inteligencia empresarial | 333 |
| Course DLBCSEBI02_S: Proyecto: Inteligencia empresarial | 336 |
| Module DLBMSM-01_S: Marketing digital y Social Media Marketing | |
| Module Description | 339 |
| Course DLBMSM01-01_S: Marketing digital | 342 |
| Course DLBMSM02-01_S: Social Media Marketing | 347 |
| Module DLBBAEFOR_E: Fundamentals of Operations Research | |
| Module Description | 353 |
| Course DLBDSMFLA01: Mathematics: Linear Algebra | 355 |
| Course DLBBAEFOR01_E: Operations Research | 359 |
| Module DLBDSESF: Smart Factory | |
| Module Description | 363 |
| Course DLBDSESF01: Smart Factory I | 366 |
| Course DLBDSESF02: Smart Factory II | 370 |
| Module DLBBAEIDSP_S: Introducción a la ciencia de datos y la programación con Python | |
| Module Description | 373 |
| Course DLBDSIDS01_S: Introducción a la Ciencia de Datos | 375 |
| Course DLBDSIPWP01_S: Introducción a la programación con Python | 379 |
| Module IWSM-01_S: Gestión de servicios de TI | |
| Module Description | 383 |
| Course DLBCSITSM01-01_S: Gestión de servicios de TI | 386 |

| | |
|---|-----|
| Course DLBCSPITSM01_S: Proyecto: Gestión de servicios TIC | 389 |
| Module DLSFPD: Salesforce Platform Development | |
| Module Description | 391 |
| Course DLSFPD01: Salesforce Platform App Builder | 393 |
| Course DLSFPD02: Salesforce Platform Developer | 396 |
| Module DLSFPM: Salesforce Platform Management | |
| Module Description | 399 |
| Course DLSFPM01: Salesforce Fundamentals | 401 |
| Course DLSFPM02: CRM with Salesforce Service Cloud | 403 |
| Module OPTINTER1: Internship | |
| Module Description | 405 |
| Course OPTINTER110: Internship | 407 |
| Module DLBSG_E: Studium Generale | |
| Module Description | 409 |
| Course DLBSG01_E: Studium Generale I | 411 |
| Course DLBSG02_E: Studium Generale II | 413 |
| Module DLFSWI_E: Foreign Language Italian | |
| Module Description | 415 |
| Course DLFSWI01_E: Certificate Course Italian | 417 |
| Course DLFSI01_E: Foreign Language Italian | 420 |
| Module DLFSWF_E: Foreign Language French | |
| Module Description | 423 |
| Course DLFSWF01_E: Certificate Course French | 425 |
| Course DLFSF01_E: Foreign Language French | 428 |
| Module DLFSWG: Foreign Language German | |
| Module Description | 431 |
| Course DLFSWG01: Certificate Course German | 433 |
| Course DLFSG01: Foreign Language German | 436 |
| Module DLBBT_S: Tesis de Bachelor | |
| Module Description | 439 |
| Course DLBBT01_S: Tesis de Bachelor | 441 |
| Course DLBBT02_S: Coloquio | 444 |

2022-09-01

1. Semester

Integridad académica y redacción empresarial

Module Code: DLBBAIWB_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Verena Renneberg (Integridad académica y redacción empresarial)

Contributing Courses to Module

- Integridad académica y redacción empresarial (DLBBAIWB01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Written Assignment

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Introducción a la integridad académica
- Introducción a las referencias académicas
- Trabajo con recursos académicos
- Fundamentos de la redacción empresarial
- Desarrollo de una redacción empresarial convincente
- Ejemplos de redacción empresarial convincente

Learning Outcomes**Integridad académica y redacción empresarial**

On successful completion, students will be able to

- comprender el concepto de integridad académica.
- usar fuentes de otros autores de una manera aceptable desde el punto de vista académico.
- hacer referencia a obras de otros autores correctamente.
- evitar el plagio.
- desarrollar adecuadamente la comunicación escrita en la empresa.
- dirigirse adecuadamente a las distintas partes interesadas de la empresa.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Integridad académica y redacción empresarial

Course Code: DLBBAIWB01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

En este curso se facilitan los aspectos clave de la integridad académica y se proporciona a los estudiantes las habilidades necesarias para redactar documentos empresariales de la manera correcta. Por lo tanto, este curso contribuye al desarrollo de las capacidades de los estudiantes para la redacción e investigación académicas. Los estudiantes aprenderán a manejar las fuentes académicas desarrolladas por otros autores. Se abordará predominantemente el problema del plagio. Además, este curso proporciona a los estudiantes las habilidades para comunicarse por escrito con las partes interesadas de la empresa. Los estudiantes aprenderán a desarrollar adecuadamente la comunicación empresarial por escrito.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender el concepto de integridad académica.
- usar fuentes de otros autores de una manera aceptable desde el punto de vista académico.
- hacer referencia a obras de otros autores correctamente.
- evitar el plagio.
- desarrollar adecuadamente la comunicación escrita en la empresa.
- dirigirse adecuadamente a las distintas partes interesadas de la empresa.

Contents

1. Introducción a la integridad académica
 - 1.1 Elementos principales de la integridad académica
 - 1.2 Plagio...
 - 1.3 Cómo evitar el plagio
2. Introducción a las referencias académicas
 - 2.1 Uso de fuentes de otros autores en la redacción académica
 - 2.2 Citación y la lista de referencias bibliográficas
 - 2.3 Estilos de referencias

3. Trabajo con recursos académicos
 - 3.1 Cómo emplear las bases de datos académicas
 - 3.2 Búsqueda en bases de datos
 - 3.3 Administración de fuentes
4. Fundamentos de la redacción empresarial
 - 4.1 Definición y explicación de la redacción empresarial
 - 4.2 Propósito de la redacción empresarial
 - 4.3 Buenas prácticas: consejos útiles sobre la redacción empresarial
5. Desarrollo de una redacción empresarial convincente
 - 5.1 Consideración del destinatario: ¿qué es el grupo objetivo?
 - 5.2 Consideración del objetivo: ¿qué quiere conseguir?
 - 5.3 Desarrollo de la comunicación escrita
6. Ejemplos de redacción empresarial convincente
 - 6.1 Comunicación interna a todo el personal por correo electrónico
 - 6.2 Carta de advertencia a un empleado
 - 6.3 Correo electrónico a un proveedor con retraso

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Atkinson, I. (2012). Financial Times Essential Guide to Business Writing. Pearson Education
- Hatala, M. (2020). APA simplified: Your Concise Guide to the Seventh Edition. Greentop Academic Press.
- Houghton, P. & Houghton, T. (2019). APA: The easy way! XanEdu Publishing.
- International Center for Academic Integrity. (2014). The fundamental values of academic integrity (2nd ed.).
- Whitmell, C. (2014). Business writing essentials: How to write letters, reports and emails. Claire Whitmell.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBAAIWB01_S

Negocios 101

Module Code: DLBBAB_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | Ninguno | BA | 5 | 150 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | Spanish |

Module Coordinator

Prof. Dr. Dario Müller (Negocios 101)

Contributing Courses to Module

- Negocios 101 (DLBBAB01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: myStudies
Exam or Written Assessment: Written Assignment, 90 Minutes

Study Format: Distance Learning

Exam or Written Assessment: Written Assignment, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Las empresas y su entorno
- Tipos de organizaciones empresariales
- Gestión y estructura de las empresas
- Producción de bienes y servicios
- Marketing y comercialización de productos y servicios
- Gestión del trabajo
- Contabilidad en los negocios

Learning Outcomes**Negocios 101**

On successful completion, students will be able to

- aplicar el pensamiento económico y empresarial y sus métodos de trabajo.
- explicar diversos aspectos de la economía y cuestionar los modelos de la administración de empresas.
- clasificar y establecer objetivos corporativos.
- describir y aplicar un proceso general de toma de decisiones empresariales.
- reconocer y diseñar la estructura organizativa y la organización de procesos de la empresa.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Negocios 101

Course Code: DLBBAB01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | Ninguno |

Course Description

Negocios 101 aborda los aspectos básicos de la administración general de empresas y establece los fundamentos de toda actividad empresarial. Además, presenta los enfoques organizativos básicos de las empresas. Al finalizar el curso con éxito, los alumnos habrán adquirido conocimientos fundamentales sobre la administración general de empresas. Este curso sienta las bases de los módulos avanzados que se verán a medida que avancen con sus estudios.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- aplicar el pensamiento económico y empresarial y sus métodos de trabajo.
- explicar diversos aspectos de la economía y cuestionar los modelos de la administración de empresas.
- clasificar y establecer objetivos corporativos.
- describir y aplicar un proceso general de toma de decisiones empresariales.
- reconocer y diseñar la estructura organizativa y la organización de procesos de la empresa.

Contents

1. Las empresas y su entorno
 - 1.1 Conceptos de negocios
 - 1.2 Un sistema de relaciones económicas
 - 1.3 Entorno empresarial
2. Tipos de organizaciones empresariales
 - 2.1 Empresas de producción y servicios
 - 2.2 Divisiones de las empresas
3. Gestión y estructura de las empresas
 - 3.1 Fundamentos de la administración de empresas
 - 3.2 Funciones de organizaciones, directivos y control
 - 3.3 El proceso de toma de decisiones
 - 3.4 Estructura organizativa de las empresas

4. Producción de bienes y servicios
 - 4.1 Origen y desarrollo del proceso de producción
 - 4.2 Estrategia industrial de las empresas
5. Marketing y comercialización de bienes y servicios
 - 5.1 Objetivos y tipos de marketing
 - 5.2 Estrategia o mix de marketing
6. Gestión de la mano de obra
 - 6.1 Proceso de gestión de la mano de obra
 - 6.2 Demanda de mano de obra
 - 6.3 Relaciones humanas en las organizaciones
7. Contabilidad en los negocios
 - 7.1 Funciones y objetivos de la contabilidad
 - 7.2 Esferas de la contabilidad
 - 7.3 Principios fundamentales de la contabilidad

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Collins, J. (2011). Good to Great ¿Por qué algunas compañías dan el salto a la excelencia y otras no? Editorial Reverte.
- Covey, S. (1989) Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: La revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa. Editorial Booket.
- Miller, J. (2004). ¡QBQ! La pregunta detrás de la pregunta. Editorial Denver.

Study Format myStudies

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| Study Format myStudies | Course Type Lecture |
|----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam or Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 100 h | 0 h | 25 h | 25 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam or Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 100 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 25 h | Self Test 25 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Gerenciamiento Económico

Module Code: DLBBWME_S

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements Ninguno | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Dorian Mora (Gerenciamiento Económico)

Contributing Courses to Module

- Gerenciamiento Económico (DLBBWME01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: myStudies
Exam, 90 Minutes

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Fundamentos básicos
- La mano invisible del mercado
- Decisiones del consumidor
- Decisiones empresariales I: Competencia plena
- Decisiones empresariales II: Competencia parcial
- Decisiones empresariales III: Teoría de juegos
- Microeconomía avanzada

Learning Outcomes**Gerenciamiento Económico**

On successful completion, students will be able to

- comprender las interrelaciones económicas básicas y aplicarlas a diferentes mercados.
- explicar la importancia de la oferta, la demanda y el equilibrio del mercado.
- evaluar los factores determinantes de la voluntad de pago de los consumidores.
- reflexionar sobre los factores determinantes de las decisiones de producción e identificar las estrategias empresariales más importantes.
- evaluar la influencia de los diferentes tipos de mercados en las decisiones de producción y precios.
- analizar las interacciones estratégicas entre empresas.
- cuestionar desde un punto de vista crítico los modelos económicos tradicionales sobre la base de las conclusiones de la economía de la información y la economía conductual.c

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Economics

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Gerenciamiento Económico

Course Code: DLBBWME01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | | Ninguno |

Course Description

La fuente de (casi) todas las cuestiones económicas es el problema de la escasez. Partiendo de esta perspectiva, este curso considera tres elementos centrales. En primer lugar, se realiza un análisis de la interacción entre la oferta y la demanda en los mercados. En segundo lugar, el curso examina el desarrollo de conocimientos sobre el comportamiento de los consumidores en los mercados. En una tercera parte, el curso se centra en decisiones empresariales que dependen, entre otras cosas, de la tecnología de producción disponible y de las condiciones competitivas de los mercados. Estos tres elementos fundamentales se enseñan desde un punto de vista orientado a la aplicación, en el que se establecen referencias a los retos (actuales) de la gestión empresarial. El curso incluye tanto el análisis de las teorías económicas como su aplicación en la práctica empresarial.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender las interrelaciones económicas básicas y aplicarlas a diferentes mercados.
- explicar la importancia de la oferta, la demanda y el equilibrio del mercado.
- evaluar los factores determinantes de la voluntad de pago de los consumidores.
- reflexionar sobre los factores determinantes de las decisiones de producción e identificar las estrategias empresariales más importantes.
- evaluar la influencia de los diferentes tipos de mercados en las decisiones de producción y precios.
- analizar las interacciones estratégicas entre empresas.
- cuestionar desde un punto de vista crítico los modelos económicos tradicionales sobre la base de las conclusiones de la economía de la información y la economía conductual.

Contents

1. Fundamentos básicos
 - 1.1 Definiciones y Temas principales de la economía
 - 1.2 Pensar como un economista

2. La mano invisible del mercado
 - 2.1 Oferta y demanda
 - 2.2 Equilibrio del mercado
 - 2.3 Flexibilidad
 - 2.4 Aplicaciones
3. Decisiones del consumidor
 - 3.1 Teoría de la utilidad
 - 3.2 Disposición a pagar
 - 3.3 Demanda
 - 3.4 Aplicaciones
4. Decisiones empresariales I: Competencia plena
 - 4.1 Producción
 - 4.2 Costes
 - 4.3 Oferta
 - 4.4 Aplicaciones
5. Decisiones empresariales II: Competencia parcial
 - 5.1 Monopolio
 - 5.2 Competencia monopolística
 - 5.3 Oligopolio
6. Decisiones empresariales III: Teoría de juegos
 - 6.1 Metodología
 - 6.2 Juegos simultáneos
 - 6.3 Juegos secuenciales
7. Microeconomía avanzada
 - 7.1 Economía de la información
 - 7.2 Economía conductual

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Acemoglu, D.; Laibson, D. y List, J. A. (2018). Microeconomics, Global Edition (2.ª ed.). Pearson.
- Case, K. E.; Owen, S. M. y Fair, R. C. (2019). Principles of Economics, Global Edition (13.ª ed.). Harlow.
- Keat, P. G. y Young, P. K. Y. (2013). Managerial Economics, Global Edition (7.ª ed.). Pearson Education Limited.
- Leyton-Brown, K. y Shoham, Y. (2008). Essentials of game theory: A concise multidisciplinary introduction.
- Mankiw, N. G. (2017). Principles of economics (8.ª ed.). Cengage Learning
- Pindyck, R. S. y Rubinfeld, D. L. (2017). Microeconomics (9.ª ed.). Pearson.
- Parkin, M. (2019). Economics (13.ª ed.). Harlow.

Study Format myStudies

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| Study Format myStudies | Course Type Lecture |
|----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBWME01_S

Introducción al ámbito Académico

Module Code: DLBCSIAW_S

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--------------------------|-----------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements Ninguno | Study Level BA | CP | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|--|--------------------------|-----------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Dario Müller (Introducción al ámbito Académico)

Contributing Courses to Module

- Introducción al ámbito Académico (DLBCSIAW01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: myStudies
Basic Workbook (passed / not passed)

Study Format: Distance Learning
Basic Workbook (passed / not passed)

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Fundamentos teóricos científicos y paradigmas de investigación
- Aplicación de buenas prácticas científicas
- Metodología
- Bibliotecología: Gestión de estructura, uso y literature
- Formas de trabajo científico en la IUBH

Learning Outcomes

Introducción al ámbito Académico

On successful completion, students will be able to

- comprender y aplicar criterios formales de un trabajo científico.
- distinguir los métodos básicos de investigación e identificar los criterios de buenas prácticas científicas.
- describir los fundamentos teóricos científicos principales y los paradigmas de la investigación y sus efectos en los resultados de la investigación científica.
- usar bases de datos de literatura, programas de administración de literatura y otras estructuras bibliotecarias del modo apropiado, evitar el plagio, y aplicar los estilos de la citación correctamente.
- aplicar los criterios de evidencia a los textos científicos.
- definir un tema de investigación y derivar una estructura para textos científico;
- compilar una lista de literatura, ilustraciones, tablas y abreviaturas para textos científicos.
- comprender y distinguir entre las diferentes formas de trabajo científico en la IU.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Methods

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management

Introducción al ámbito Académico

Course Code: DLBCSIAW01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | Ninguno |

Course Description

La aplicación de buenas prácticas científicas es una de las calificaciones académicas básicas que deben adquirirse durante el estudio. Este curso trata sobre la distinción entre el conocimiento cotidiano y la ciencia. Esto requiere una comprensión más profunda de la teoría de la ciencia, así como el conocimiento de los métodos e instrumentos básicos de investigación para redactar textos científicos. Por lo tanto, los estudiantes obtienen una visión inicial de la investigación académica y se les presenta el conocimiento básico que les ayudará en el futuro a elaborar trabajos científicos. Además, los estudiantes reciben una visión general de los diferentes modelos de examen de la IU y una visión de sus requisitos e implementación.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender y aplicar criterios formales de un trabajo científico.
- distinguir los métodos básicos de investigación e identificar los criterios de buenas prácticas científicas.
- describir los fundamentos teóricos científicos principales y los paradigmas de la investigación y sus efectos en los resultados de la investigación científica.
- usar bases de datos de literatura, programas de administración de literatura y otras estructuras bibliotecarias del modo apropiado, evitar el plagio, y aplicar los estilos de la citación correctamente.
- aplicar los criterios de evidencia a los textos científicos.
- definir un tema de investigación y derivar una estructura para textos científico;
- compilar una lista de literatura, ilustraciones, tablas y abreviaturas para textos científicos.
- comprender y distinguir entre las diferentes formas de trabajo científico en la IU.

Contents

1. Teoría de la ciencia
 - 1.1 Introducción a la ciencia y a la investigación
 - 1.2 Paradigmas de investigación
 - 1.3 Decisiones fundamentales de investigación
 - 1.4 Efectos de los paradigmas científicos en el diseño de la investigación

2. Aplicación de buenas prácticas científicas
 - 2.1 Ética de la investigación
 - 2.2 Enseñanza de la evidencia
 - 2.3 Protección de datos y declaración jurada
 - 2.4 Ortografía y forma
 - 2.5 Identificación y delimitación de temas
 - 2.6 Preguntas de investigación y estructura
3. Métodos de investigación
 - 3.1 Investigación empírica
 - 3.2 Literatura y revisiones
 - 3.3 Recopilación de datos cuantitativa
 - 3.4 Recopilación de datos cualitativa
 - 3.5 Combinación de métodos
 - 3.6 Crítica de los métodos y de la autorreflexión
4. Bibliotecología: Gestión de estructura, uso y literatura
 - 4.1 Prevención del plagio
 - 4.2 Investigación de bases de datos
 - 4.3 Administración de literatura
 - 4.4 Pautas de citación y autor
 - 4.5 Bibliografía
5. Trabajo científico en la IU – Ensayo de investigación
6. Trabajo científico en la IU - Informe de proyecto
7. Trabajo científico en la IU - Caso práctico
8. Trabajo científico en la IU - Tesis de Bachelor
9. Trabajo científico en la IU – Tarea oral
10. Trabajo científico en la IU – Informe oral del proyecto
11. Trabajo científico en la IU - Coloquio
12. Trabajo científico en la IU – Portafolio
13. Trabajo científico en la IU - Examen

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- American Psychological Association. (2010). Publication Manual of the American Psychological Association. Washington, D.C.: American Psychological Association.
- Cole, T., Duval, D. T., y Shaw, G. (2013). Student's guide to writing dissertations and theses in tourism studies and related disciplines. Nueva York, NY: Routledge.
- Meriam Library en California State University Chico. (2010). Evaluating information: Applying the CRAAP Test [PDF File]. (disponible gratis en línea)
- Rea, L. M. y Parker, R. A. (2014). Designing and conducting survey research: A comprehensive guide (4th ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Study Format myStudies

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| Study Format myStudies | Course Type Lecture |
|----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Basic Workbook (passed / not passed) |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Basic Workbook (passed / not passed) |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBCSIAW01_S

Principios de gestión

Module Code: DLBBAPM_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 5 | 150 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | Spanish |

Module Coordinator

Prof. Dr. Verena Renneberg (Principios de gestión)

Contributing Courses to Module

- Principios de gestión (DLBBAPM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Case Study

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Funciones de gestión
- Toma de decisiones gerencial
- Planificación y fijación de objetivos
- Planificación estratégica
- Organización
- Dirección
- Control

Learning Outcomes**Principios de gestión**

On successful completion, students will be able to

- comprender las funciones, los roles y los factores de influencia de la gestión.
- explicar el proceso de toma de decisiones.
- analizar las estrategias corporativas y competitivas básicas.
- analizar las estructuras y los diseños organizativos.
- transferir los conocimientos sobre los principios básicos de la gestión a casos del mundo real.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Principios de gestión

Course Code: DLBBAPM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

En el cambiante y complejo entorno del mundo empresarial actual, la supervivencia económica y el éxito de una organización dependen en gran medida de su gestión. Para los futuros directores es indispensable conocer los principios fundamentales de gestión como base para el desarrollo de otros conocimientos y habilidades gerenciales. Este curso presenta las funciones, los roles y las competencias necesarias para los directores y su proceso de toma de decisiones. Además, analiza en detalle las funciones básicas de gestión de la planificación, la organización, la dirección y el control.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender las funciones, los roles y los factores de influencia de la gestión.
- explicar el proceso de toma de decisiones.
- analizar las estrategias corporativas y competitivas básicas.
- analizar las estructuras y los diseños organizativos.
- transferir los conocimientos sobre los principios básicos de la gestión a casos del mundo real.

Contents

1. Introducción a la gestión
 - 1.1 Funciones, roles y habilidades de los directores
 - 1.2 Factores que influyen en las tareas de los directores
 - 1.3 Historia de la gestión
2. Toma de decisiones gerencial
 - 2.1 Proceso de toma de decisiones
 - 2.2 Enfoques de la toma de decisiones
 - 2.3 Tipos de decisiones y condiciones de la toma de decisiones

3. Planificación y fijación de objetivos
 - 3.1 El rol de la planificación
 - 3.2 Objetivos y planes
 - 3.3 Fijación de objetivos y desarrollo de planes
4. Planificación estratégica
 - 4.1 Gestión estratégica
 - 4.2 El proceso de la gestión estratégica
 - 4.3 Estrategias corporativas
 - 4.4 Estrategias competitivas
5. Organización
 - 5.1 Estructuras y diseño organizativos
 - 5.2 Cambio organizativo
 - 5.3 Gestión del cambio
6. Dirección
 - 6.1 Comunicación interpersonal y organizativa
 - 6.2 Comportamiento organizativo
 - 6.3 Liderazgo
7. Control
 - 7.1 El proceso de control
 - 7.2 Herramientas para medir el rendimiento organizativo

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Bright, D. S., Cortes, A. H., Hartmann, E., Parboteeah, K. P., Pierce, J. L., Reece, M., Shah, A., Terjesen, S., Weiss, J., White, M. A., Gardner, D. G., Lambert, J., Leduc, L. M., Leopold, J., Muldoon, J. y O'Rourke, J. S. (2019). Principles of management. OpenStax.
- Robbins, S. P. y Coulter, M. (2018). Management (global ed., 14th ed.). Pearson.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|----------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Case Study |
|--|----------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBAPM01_S

Corporaciones globales y globalización

Module Code: DLBINTGUG_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Verena Renneberg (Corporaciones globales y globalización)

Contributing Courses to Module

- Corporaciones globales y globalización (DLBLOGC101_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Historia y desarrollo de la globalización
- Marketing internacional
- Operación internacional
- Gestión de personal internacional
- Financiación internacional
- Adquisición y distribución internacional

Learning Outcomes**Corporaciones globales y globalización**

On successful completion, students will be able to

- presentar la historia de la globalización e identificar y explicar las etapas significativas de su desarrollo.
- identificar y clasificar las tendencias actuales de la globalización y la localización.
- recordar los conocimientos básicos en los ámbitos de la administración de empresas, el marketing y la gestión de los recursos humanos, y ampliarlos para satisfacer los requisitos especiales de las empresas que operan a nivel internacional.
- explicar la deslocalización y la externalización, y exponer las oportunidades y riesgos de estas opciones.
- explicar las particularidades de la adquisición y distribución internacional, y desarrollar las posibilidades y límites resultantes.
- identificar las diferencias culturales y evaluar su importancia para operar en los negocios internacionales.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Corporaciones globales y globalización

Course Code: DLBLOGC101_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Los estudiantes comprenden los mecanismos que condujeron a la globalización y pueden clasificar las tendencias actuales tanto hacia la globalización como, a la inversa, hacia la localización. Partiendo de los conocimientos básicos que los estudiantes han adquirido en los estudios empresariales generales sobre las funciones básicas en una empresa, este curso analiza y describe los requisitos especiales que una interacción global impone a una empresa y sus funciones.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- presentar la historia de la globalización e identificar y explicar las etapas significativas de su desarrollo.
- identificar y clasificar las tendencias actuales de la globalización y la localización.
- recordar los conocimientos básicos en los ámbitos de la administración de empresas, el marketing y la gestión de los recursos humanos, y ampliarlos para satisfacer los requisitos especiales de las empresas que operan a nivel internacional.
- explicar la deslocalización y la externalización, y exponer las oportunidades y riesgos de estas opciones.
- explicar las particularidades de la adquisición y distribución internacional, y desarrollar las posibilidades y límites resultantes.
- identificar las diferencias culturales y evaluar su importancia para operar en los negocios internacionales.

Contents

1. Historia y desarrollo de la globalización
 - 1.1 La globalización v1.0 según Niall Ferguson
 - 1.2 Historia de la globalización
 - 1.3 Factores que influyen en la globalización económica y cultural
 - 1.4 La tensión entre globalización y localización
 - 1.5 Aspectos sociales de la globalización y la responsabilidad corporativa

2. Marketing internacional
 - 2.1 Comportamiento del consumidor internacional
 - 2.2 Investigación de mercado
 - 2.3 Normalización y adaptación
 - 2.4 Marca internacional
 - 2.5 Estrategias de precios
 - 2.6 Comunicaciones de marketing internacional
3. Operación internacional
 - 3.1 Deslocalización y externalización
 - 3.2 Redes globales de producción
 - 3.3 Logística global
4. Gestión de personal internacional
 - 4.1 Gestión de personal local e internacional
 - 4.2 Gestión de expatriados
 - 4.3 Localización del personal
 - 4.4 Desarrollo internacional de los recursos humanos
5. Financiación internacional
 - 5.1 Las instituciones en el mundo financiero internacional
 - 5.2 Financiación internacional y sus procedimientos
6. Adquisiciones internacionales
 - 6.1 Razones y estrategias de la externalización global
 - 6.2 Riesgos de las adquisiciones internacionales
 - 6.3 Política de distribución internacional

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Ahlstrom, D. y Bruton, G. D. (2009): International management. Strategy and culture in the emerging world. Cengage, Mason.
- Bird, G. (2004): International finance and the developing economies. Palgrave Macmillan.
- Lasserre, P. (2012) Global strategic management (3rd ed.). Palgrave Macmillian.
- Peng, M. W. (2013): Global (2nd ed.). Cengage Learning.
- Torrington, D., Hall, L., Taylor, S. y Atkinson, C. (2011): Human resource management (8th ed.). Pearson Education.
- Usunier, J.-C. y Lee, J. A. (2009): Marketing across cultures (5th ed.) Prentice Hall, Financial Times.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

2. Semester

Matemáticas empresariales

Module Code: BWMA_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Sasha Behnk (Matemáticas empresariales)

Contributing Courses to Module

- Matemáticas empresariales (BWMA01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Fundamentos del análisis
- Funciones
- Cálculo diferencial
- Funciones multivariadas
- Sucesiones y series
- Cálculo integral

Learning Outcomes**Matemáticas empresariales**

On successful completion, students will be able to

- identificar las herramientas y métodos matemáticos económicos básicos, recordarlos si es necesario y aplicarlos a otros problemas económicos.
- comprender las derivadas matemáticas de los módulos posteriores.
- acceder a sus propias conclusiones analíticas.
- reconocer relaciones cuantitativas de forma independiente.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Methods

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Matemáticas empresariales

Course Code: BWMA01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Las matemáticas es una de las materias fundamentales en el campo de los Estudios Empresariales y proporciona acceso a los métodos cuantitativos en todas las disciplinas. Estos fundamentos son necesarios en otros cursos y módulos, por ejemplo, en el ámbito de la teoría de la inversión y las finanzas, la micro y macroeconomía, y la logística o el marketing, por citar algunos ejemplos. En consecuencia, el dominio de las matemáticas empresariales es un requisito previo para que los economistas empresariales y los economistas políticos puedan acceder a contenidos más avanzados. Siguiendo este enfoque, este curso de “Matemáticas empresariales” se centra en la aplicación económica de los métodos matemáticos.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identificar las herramientas y métodos matemáticos económicos básicos, recordarlos si es necesario y aplicarlos a otros problemas económicos.
- comprender las derivadas matemáticas de los módulos posteriores.
- acceder a sus propias conclusiones analíticas.
- reconocer relaciones cuantitativas de forma independiente.

Contents

1. Fundamentos del análisis
 - 1.1 Fundamentos aritméticos y algebraicos
 - 1.2 Sumas y productos
 - 1.3 Ecuaciones
 - 1.4 Desigualdades
2. Funciones
 - 2.1 Introducción
 - 2.2 Formas de representación de los datos
 - 2.3 Características y funciones
 - 2.4 Tipos de funciones básicas
 - 2.5 Aplicaciones económicas seleccionadas

3. Cálculo diferencial I
 - 3.1 Diferencia y cociente diferencial
 - 3.2 Métodos derivados
 - 3.3 Derivadas de orden superior
 - 3.4 Significado de la primera y segunda derivada
4. Cálculo diferencial II: Aplicaciones
 - 4.1 Análisis marginal
 - 4.2 Representación de curvas
 - 4.3 Punto de Cournot
5. Funciones multivariantes
 - 5.1 Funciones multivariantes lineales y no lineales
 - 5.2 Derivadas parciales
 - 5.3 Determinación de valores extremos
 - 5.4 Determinación de los valores extremos sujetos a restricciones
6. Sucesiones y series
 - 6.1 Sucesiones aritméticas y geométricas
 - 6.2 Sucesiones aritméticas y geométricas
 - 6.3 Aplicaciones matemáticas financieras
7. Cálculo integral
 - 7.1 Integrales indefinidas
 - 7.2 Integrales definidas

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Neill, H. y Johnson, T. (2013). Teach yourself mathematics: A complete introduction. Teach Yourself.
- Sydsæter, K., Hammond, P., Strom, A. y Carvajal, A. (2016). Essential mathematics for economic analysis (5th ed.). Pearson.
- Taylor, R. y Hawkins, S. (2008). Mathematics for economics and business. McGraw-Hill.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

BWMA01_S

Comportamiento organizativo

Module Code: DLBBWOB_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 5 | 150 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | Spanish |

Module Coordinator

Dr. Cornelia Reindl (Comportamiento organizativo)

Contributing Courses to Module

- Comportamiento organizativo (DLBBWOB01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Case Study

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Relevancia e importancia del comportamiento organizativo
- Rendimiento laboral
- Compromiso
- Mecanismos organizativos
- Mecanismos grupales
- Mecanismos individuales
- Características individuales

Learning Outcomes**Comportamiento organizativo**

On successful completion, students will be able to

- establecer el compromiso y el rendimiento como variables dependientes críticas.
- explicar los mecanismos organizativos, grupales e individuales del comportamiento organizativo y describir su relación con el compromiso y el rendimiento.
- explicar la influencia de las características individuales sobre los mecanismos individuales (por ejemplo, la satisfacción, el estrés, la motivación, la confianza y la toma de decisiones).

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Human Resources

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Human Resources field

Comportamiento organizativo

Course Code: DLBBWOB01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Muchas decisiones no se toman únicamente en función de consideraciones financieras o de ingresos, sino debido a agendas personales, preferencias personales o competencia interna. En consecuencia, este curso pretende ofrecer una comprensión accesible y basada en la teoría del comportamiento, las interacciones y los conflictos en las organizaciones. El curso trata de manera intensiva los fundamentos psicológicos, sociológicos y antropológicos, y su dinámica en las organizaciones. Partiendo de las dos variables de comportamiento más críticas en el contexto laboral: el rendimiento y el compromiso, se analizan las unidades y los entornos que tienen una influencia significativa sobre ellas. Se exploran en detalle los mecanismos organizativos, grupales e individuales, así como las características individuales como objetos explicativos. El curso continúa con un análisis de la cultura corporativa y la estructura organizativa en el marco de los mecanismos organizativos. En el contexto de los mecanismos relacionados con el grupo, el curso tiene como objetivo identificar los aspectos de los estilos de liderazgo, las estructuras de poder, las estrategias de negociación, la dinámica de grupo y la heterogeneidad. Los mecanismos individuales incluyen la satisfacción en el trabajo, el estrés, la motivación, la equidad, la confianza y la toma de decisiones. Las características individuales (capacidades y personalidad) influyen a su vez en estos elementos mencionados.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- establecer el compromiso y el rendimiento como variables dependientes críticas.
- explicar los mecanismos organizativos, grupales e individuales del comportamiento organizativo y describir su relación con el compromiso y el rendimiento.
- explicar la influencia de las características individuales sobre los mecanismos individuales (por ejemplo, la satisfacción, el estrés, la motivación, la confianza y la toma de decisiones).

Contents

1. Introducción al comportamiento organizativo
 - 1.1 Actitudes y comportamientos como condicionantes del rendimiento y el compromiso
 - 1.2 Mecanismos organizativos
 - 1.3 Mecanismos grupales
 - 1.4 Características individuales
 - 1.5 Mecanismos individuales

2. Cifras objetivo: rendimiento y compromiso
 - 2.1 Rendimiento
 - 2.2 Compromiso
3. Mecanismos organizativos
 - 3.1 Estructura corporativa
 - 3.2 Cultura corporativa
4. Mecanismos grupales
 - 4.1 Estilos de gestión
 - 4.2 Estructuras de poder
 - 4.3 Estrategias de negociación
 - 4.4 Dinámica de equipo
 - 4.5 Diversidad
5. Características individuales
 - 5.1 Habilidad e intelecto
 - 5.2 Personalidad
6. Mecanismos individuales
 - 6.1 Satisfacción laboral
 - 6.2 Estrés
 - 6.3 Motivación
 - 6.4 Confianza
 - 6.5 Integridad
 - 6.6 Aprendizaje y toma de decisiones

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Colquitt, J., Lepine, J. A. y Wesson, M. J. (2018). *Organizational behavior: Improving performance and commitment in the workplace* (6th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Cross, C. y Carbery, R. (2016). *Organizational behavior: An introduction*. Macmillan Education.
- Luthans, F., Luthans, B. C. y Luthans, K. W. (2015). *Organizational behavior: An evidence-based approach* (13th ed.). Information Age Publishing.
- Robins, S. P. y Judge, T. A. (2016). *Organizational behavior*. Prentice Hall International.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|----------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Case Study |
|--|----------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBWOB01_S

Contabilidad gerencial

Module Code: DLBMAE_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Dario Müller (Contabilidad gerencial)

Contributing Courses to Module

- Contabilidad gerencial (DLBMAE01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam or Written Assessment: Written
Assignment, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Función de contabilidad y control de gestión
- Diferencias entre la contabilidad de gestión y la contabilidad financiera
- Términos de costes, categorías de costes y comportamiento de los costes
- Asignación de costes
- Métodos de asignación de costes generales y específicos
- Análisis del umbral de rentabilidad
- Planificación y presupuestación

Learning Outcomes**Contabilidad gerencial**

On successful completion, students will be able to

- diferenciar la función de contabilidad y control de gestión de la contabilidad financiera, y de la función de gestión financiera.
- comprender la estructura de costes y analizar los aspectos de costes del funcionamiento de la empresa.
- analizar y aplicar las herramientas de visualización y diferenciación de costes, y utilizarlas para mejorar la toma de decisiones empresariales.
- debatir sobre cómo funciona el proceso de presupuestación y el análisis de desviaciones para implementar la función de control de gestión.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Finance & Tax Accounting

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Contabilidad gerencial

Course Code: DLBMAE01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

La contabilidad de gestión es una función importante para el manejo de una organización. Los directores deben comprender esta función para poder dirigir una organización con eficacia. En la mayoría de las organizaciones, las decisiones, las acciones y el comportamiento humano están directamente relacionados con la particularidad, el uso y el enfoque de la información de la contabilidad de gestión. Este curso trata de comprender la preparación y el uso de la información proporcionada por la contabilidad de gestión. La contabilidad de costes, como parte central de la contabilidad de gestión, informa a la dirección sobre la rentabilidad de su actividad principal. La medición de los costes y del rendimiento está al servicio del proceso interno de decisión, control y presupuestación.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- diferenciar la función de contabilidad y control de gestión de la contabilidad financiera, y de la función de gestión financiera.
- comprender la estructura de costes y analizar los aspectos de costes del funcionamiento de la empresa.
- analizar y aplicar las herramientas de visualización y diferenciación de costes, y utilizarlas para mejorar la toma de decisiones empresariales.
- debatir sobre cómo funciona el proceso de presupuestación y el análisis de desviaciones para implementar la función de control de gestión.

Contents

1. Introducción a la contabilidad de gestión
 - 1.1 Contabilidad financiera frente a contabilidad de gestión/costes
 - 1.2 Definición de costes
 - 1.3 Consideración del contexto del mundo empresarial contemporáneo
 - 1.4 Comportamiento del coste: costes fijos y variables
2. Análisis coste-volumen-beneficio
 - 2.1 Análisis del umbral de rentabilidad
 - 2.2 Estructura de costes y apalancamiento operativo
 - 2.3 Estructura y variabilidad de los costes

3. Métodos simplistas de la asignación de costes
 - 3.1 Comportamiento del coste: costes directos e indirectos
 - 3.2 La necesidad de la asignación de costes
 - 3.3 Tasa de gastos generales predeterminada
 - 3.4 Tasa de gastos generales del departamento
 - 3.5 Aplicación excesiva e insuficiente de los gastos generales
4. Contabilidad de costes por actividades
 - 4.1 La razón de ser de la contabilidad de costes por actividades
 - 4.2 Implementación de la contabilidad de costes por actividades
5. Hoja de análisis de los gastos generales
 - 5.1 Asignación de costes del departamento
 - 5.2 Método recíproco
 - 5.3 Método de paso
6. Conceptos de costes relevantes
 - 6.1 Conceptos de costes básicos
 - 6.2 Sustitución de equipos
 - 6.3 Hacer o comprar
 - 6.4 Pedido especial
 - 6.5 Eliminación de una línea de productos
7. Presupuestos de explotación
 - 7.1 El proceso de presupuestación
 - 7.2 Presupuesto de ventas
 - 7.3 Presupuestos de producción
 - 7.4 Presupuesto de gastos administrativos
 - 7.5 Estado de resultados presupuestado
8. Presupuestos financieros
 - 8.1 Control de fondos
 - 8.2 Conflictos y trampas en la presupuestación

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Atkinson, A. A., Kaplan, R., Matsumura, E. M. y Young, S. M. (2012). Management accounting: Information for decision-making and strategy execution (6th ed.). Pearson.
- Drury, C. (2019). Management accounting for business (7th ed.). Cengage.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam or Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 100 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 25 h | Self Test 25 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Gestión de la cadena de suministro I

Module Code: DLBDESCM1_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Dario Müller (Gestión de la cadena de suministro I)

Contributing Courses to Module

- Gestión de la cadena de suministro I (DLBDESCM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Aspectos históricos y terminológicos del concepto de GCS
- Motivos para el desarrollo de redes de creación de valor entre empresas
- Principios de diseño y efectos de las redes de creación de valor
- Procesos logísticos básicos y GCS
- Aspectos de la tecnología de la información del concepto de GCS
- Coordinación y colaboración de los socios de las redes
- Soluciones específicas del sector de la GCS

Learning Outcomes

Gestión de la cadena de suministro I

On successful completion, students will be able to

- explicar la importancia de los procesos de creación de valor entre empresas.
- comprender conceptos comunes para modelar procesos de creación de valor entre empresas.
- comprender los efectos dinámicos en las cadenas de suministro y ser capaces de sistematizar sus causas y efectos.
- explicar conceptos teóricos importantes para describir las características y desafíos de los procesos de creación de valor entre empresas.
- explicar los enfoques y categorías de problemas habitualmente empleados en el contexto de la gestión de la cadena de suministro.
- comprender los modelos de referencia o gestión importantes para la concreción de los sistemas de la cadena de suministro.
- nombrar y detallar las funciones y tareas importantes en la red de la GCS.
- tratar el problema de la coordinación de la GCS y describir los enfoques de solución habituales.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Transportation & Logistics

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Transport & Logistics field

Gestión de la cadena de suministro I

Course Code: DLBDESECM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

La gestión de la cadena de suministro (GCS) resulta ser un concepto con multitud de facetas, tanto desde el punto de vista teórico como práctico. Una comprensión adecuada de las dimensiones del problema y las vías de actuación de las redes (mundiales) de creación de valor entre empresas exige un planteamiento multidimensional. Comienza por considerar los procesos logísticos, con normas modernas de procesos, flujos y redes que constituyen una base importante para la GCS. A partir de ese planteamiento, los estudiantes deberían obtener una comprensión fundamental de la GCS. Desde el punto de vista de un enfoque integral, también tiene sentido estudiar una serie de áreas problemáticas típicas además de los desafíos logísticos de este concepto. Esto incluye los aspectos de TI de la GCS (por ejemplo, los sistemas APS) y las cuestiones relacionadas con la colaboración y la coordinación de los socios de la red. En este curso también se consideran soluciones de GCS específicas del sector (ECR o VMI).

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- explicar la importancia de los procesos de creación de valor entre empresas.
- comprender conceptos comunes para modelar procesos de creación de valor entre empresas.
- comprender los efectos dinámicos en las cadenas de suministro y ser capaces de sistematizar sus causas y efectos.
- explicar conceptos teóricos importantes para describir las características y desafíos de los procesos de creación de valor entre empresas.
- explicar los enfoques y categorías de problemas habitualmente empleados en el contexto de la gestión de la cadena de suministro.
- comprender los modelos de referencia o gestión importantes para la concreción de los sistemas de la cadena de suministro.
- nombrar y detallar las funciones y tareas importantes en la red de la GCS.
- tratar el problema de la coordinación de la GCS y describir los enfoques de solución habituales.

Contents

1. Fundamentos del concepto de cadena de suministro
 - 1.1 Fundamentos terminológicos y conceptuales
 - 1.2 Tipología de la cadena de suministro según Otto
 - 1.3 Tipología de la cadena de suministro según Bechtel/Jayaram
 - 1.4 Aspectos dinámicos de las cadenas de suministro
2. Conceptos teóricos seleccionados para el concepto de cadena de suministro
 - 2.1 Nueva economía institucional
 - 2.2 Teoría del juego
 - 2.3 Enfoque de red
 - 2.4 Otras incorporaciones teóricas
3. Gestión de la cadena de suministro
 - 3.1 Información básica sobre los objetivos y el alcance de GCS
 - 3.2 Áreas problemáticas conocidas de GCS
 - 3.3 La gestión de la cadena de suministro como paso evolutivo en la logística
 - 3.4 La gestión de la cadena de suministro como gestión de la cooperación
4. Modelo de GCS
 - 4.1 Información básica sobre el término "modelos de GCS"
 - 4.2 Modelo SCOR
 - 4.3 Modelo de tareas de GCS
5. La GCS como problema de coordinación
 - 5.1 Información básica sobre el concepto de coordinación
 - 5.2 Conceptos de coordinación, contexto y perspectivas de la GCS
 - 5.3 Instrumentos de coordinación

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Bolstorff, P., & Rosenbaum, R. (2011). Supply chain excellence: A handbook for dramatic improvement using the SCOR model. AMACOM.
- Bowersox, J., Closs, D., & Cooper, M. B. (2020). Supply chain logistics management (5th ed.). McGraw Hill Education.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). Supply chain management: Strategy, planning, and operation (7th ed., Global ed.). Pearson Education.
- Kurbel, K. E. (2013). Enterprise resource planning and supply chain management: Functions, business processes and software for manufacturing companies. Springer.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Marketing internacional

Module Code: DLBDSEIMB1_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Dario Müller (Marketing internacional)

Contributing Courses to Module

- Marketing internacional (DLBDSEIMB01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Estrategia de marketing internacional
- Las diferencias culturales y su importancia para el marketing
- Marketing mix internacional (producto, precio, promoción y decisiones de distribución en un entorno internacional)
- Investigación de mercado internacional y comportamiento del consumidor
- Aspectos éticos del marketing internacional
- Control de marketing internacional y Six Sigma

Learning Outcomes**Marketing internacional**

On successful completion, students will be able to

- comprender los aspectos básicos del marketing estratégico internacional.
- analizar las diferencias culturales y su impacto en el marketing internacional.
- aplicar los conceptos seleccionados del marketing mix internacional.
- describir las posibilidades de los estudios de mercado internacionales y su influencia en el comportamiento de los consumidores.
- reconocer la necesidad de controlar la marca internacional y la gestión de la calidad.
- reproducir los conocimientos teóricos mediante los casos prácticos.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Marketing & Sales

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field

Marketing internacional

Course Code: DLBDSEIMB01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Se forma a los estudiantes sobre la necesidad del marketing estratégico en un contexto internacional. Conocerán las diferencias culturales esenciales y su influencia en la gestión del marketing internacional. Sobre la base de diferentes conceptos de marketing mix internacional, los estudiantes comprenderán las decisiones básicas, las normalizaciones y las adaptaciones en el marketing internacional. Se enseña a los estudiantes la necesidad de la investigación de mercado internacional, la planificación estratégica y el control, junto con los aspectos éticos en el marketing internacional. Los estudiantes analizan temas de actualidad en la gestión del marketing internacional y reflexionan sobre ellos en relación con los conceptos que han aprendido en este curso.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender los aspectos básicos del marketing estratégico internacional.
- analizar las diferencias culturales y su impacto en el marketing internacional.
- aplicar los conceptos seleccionados del marketing mix internacional.
- describir las posibilidades de los estudios de mercado internacionales y su influencia en el comportamiento de los consumidores.
- reconocer la necesidad de controlar la marca internacional y la gestión de la calidad.
- reproducir los conocimientos teóricos mediante los casos prácticos.

Contents

1. Marketing internacional estratégico
 - 1.1 Internacionalización
 - 1.2 Fundamentos teóricos de las estrategias de entrada en el mercado internacional
 - 1.3 Formas de entrada en el mercado internacional
2. Las diferencias culturales como aspecto del marketing internacional
 - 2.1 Visión general de la cultura
 - 2.2 Modelo cultural basado en Hofstede
 - 2.3 Modelo cultural basado en Trompenaars

3. Casos prácticos sobre estrategias de entrada y comercialización en mercados internacionales
 - 3.1 Caso práctico: Nivea en Corea del Sur
 - 3.2 Caso práctico: Bosch y Siemens Hausgeräte GmbH en China
 - 3.3 Caso práctico: Siemens Mobile en China
 - 3.4 Caso práctico: Siemens en China
4. Desarrollo y gestión de productos a nivel global
 - 4.1 Objetivos de la gestión internacional de productos
 - 4.2 Condiciones marco para la gestión internacional de productos
 - 4.3 Decisiones sobre productos internacionales
 - 4.4 Desarrollo internacional de productos
5. Fluctuaciones de los tipos de cambio y cálculo de los precios internacionales
 - 5.1 Tareas y objetivos de la gestión de los precios internacionales
 - 5.2 Factores que afectan a la gestión de los precios internacionales
 - 5.3 Instrumentos de la gestión de los precios internacionales
6. Comunicación internacional y política comercial internacional
 - 6.1 Gestión de la comunicación internacional
 - 6.2 Gestión de ventas internacionales
7. Marketing internacional y ética
 - 7.1 Visión general del marketing internacional y la ética
 - 7.2 Ética empresarial en las empresas internacionales
 - 7.3 Caso práctico: Nestlé
8. La investigación de mercado aplicada y su influencia en el comportamiento del consumidor
 - 8.1 Alcance de la investigación de mercado internacional
 - 8.2 Requisitos de la información de investigación de mercado internacional
 - 8.3 Investigación secundaria internacional
 - 8.4 Investigación primaria internacional
9. Seguimiento y control en el marketing internacional
 - 9.1 Control en la gestión internacional

10. Six Sigma, gestión de la marca y cambio de imagen
 - 10.1 Six Sigma: aspectos básicos, definiciones y procesos
 - 10.2 Gestión de la marca
 - 10.3 Cambio de imagen

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2019). Marketing: An introduction (14th ed.). Pearson.
- Green, M. C., & Keegan, W. J. (2020). Global marketing (10th ed.). Pearson.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Cultures and organizations—Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival. McGraw-Hill.
- Hollensen, S. (2020). Global marketing (8th ed.). Pearson.
- Mooij, M. (2018). Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes (5th ed.). Sage Publications.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Estadística: Probabilidad y estadística descriptiva

Module Code: DLBDSSPDS_S

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements ninguno | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Veronica Mas (Estadística: Probabilidad y estadística descriptiva)

Contributing Courses to Module

- Estadística: Probabilidad y estadística descriptiva (DLBDSSPDS01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Probabilidad
- Variables aleatorias
- Distribuciones conjuntas
- Expectativa y varianza
- Desigualdades y teoremas de límites

Learning Outcomes**Estadística: Probabilidad y estadística descriptiva**

On successful completion, students will be able to

- definir probabilidad, variable aleatoria y distribución de probabilidad.
- comprender el concepto de estadística bayesiana.
- comprender la definición de las distribuciones conjuntas y marginales.
- calcular los valores de expectativa y los momentos superiores.
- comprender importantes ecuaciones de desigualdad y teoremas del límite.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Methods

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Estadística: Probabilidad y estadística descriptiva

Course Code: DLBDSSPDS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

La descripción estadística y el análisis constituyen las bases del análisis controlado por datos y de los métodos de predicción. Este curso presenta los fundamentos, comenzando con una definición formal de las probabilidades y una introducción a los conceptos que subyacen a la estadística bayesiana. A continuación, se describen las variables aleatorias y las distribuciones de densidad de probabilidad, así como el concepto de distribuciones conjuntas y marginales. Se hace hincapié en la importancia de las distintas distribuciones discretas y continuas y sus aplicaciones. Caracterizar las distribuciones es un aspecto importante a la hora de describir el comportamiento de distribuciones de probabilidad. Los estudiantes se familiarizan con los valores de expectativa, la varianza y la covarianza. Los conceptos de momentos algebraicos y centrales y de funciones generadoras de momentos complementan la caracterización de las distribuciones de probabilidad. Por último, este curso se centra en importantes desigualdades y teoremas del límite como la ley de los grandes números o el teorema del límite central.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- definir probabilidad, variable aleatoria y distribución de probabilidad.
- comprender el concepto de estadística bayesiana.
- comprender la definición de las distribuciones conjuntas y marginales.
- calcular los valores de expectativa y los momentos superiores.
- comprender importantes ecuaciones de desigualdad y teoremas del límite.

Contents

1. Probabilidad
 - 1.1 Definiciones
 - 1.2 Eventos independientes
 - 1.3 Probabilidad condicional
 - 1.4 Estadísticas bayesianas

2. Variables aleatorias
 - 2.1 Variables aleatorias
 - 2.2 Funciones de distribución y funciones de masa de probabilidad
 - 2.3 Distribuciones de probabilidad discretas importantes
 - 2.4 Distribuciones de probabilidad continuas importantes
3. Distribuciones conjuntas
 - 3.1 Distribuciones conjuntas
 - 3.2 Distribuciones marginales
 - 3.3 Variables aleatorias independientes
 - 3.4 Distribuciones condicionales
4. Expectativa y varianza
 - 4.1 Expectativa de una variable aleatoria, expectativas condicionales
 - 4.2 Varianza y covarianza
 - 4.3 Expectativas y varianzas de distribuciones de probabilidad importantes
 - 4.4 Momentos algebraicos y centrales
 - 4.5 Funciones generadoras de momentos
5. Desigualdades y teoremas de límites
 - 5.1 Desigualdades de probabilidad
 - 5.2 Desigualdades de expectativas
 - 5.3 La ley de los números grandes
 - 5.4 Teorema del límite central

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Downey, A.B. (2011). Think stats (2nd ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly
- Kim, A. (2019). Exponential Distribution—Intuition, Derivation, and Applications. Available online.
- Wasserman, L. (2004). All of Statistics: A concise course in statistical inference. New York, NY: Springer.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBDSSPDS01_S

3. Semester

Finanzas corporativas e inversiones

Module Code: DLBCFIE_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Finanzas corporativas e inversiones)

Contributing Courses to Module

- Finanzas corporativas e inversiones (DLBCFIE01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Written Assignment

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Introducción a las finanzas corporativas
- Propiedad y gobernanza corporativa
- Comprensión de los estados financieros y los indicadores clave de rendimiento
- Conceptos básicos de la teoría financiera
- Tipos de capital y financiación
- Decisiones financieras a corto plazo
- Presupuestación del capital y métodos de toma de decisiones en la inversión

Learning Outcomes**Finanzas corporativas e inversiones**

On successful completion, students will be able to

- reconocer los objetivos y el alcance de las finanzas corporativas y el papel de los mercados financieros.
- comprender los problemas de agente-principal en las empresas y cómo se utilizan los incentivos y los mecanismos institucionales y de mercado para mitigar los costes de agencia.
- interpretar los estados financieros y los indicadores clave de rendimiento y sacar conclusiones sobre las alternativas de financiación y el potencial de una empresa.
- considerar el valor temporal del dinero y calcular el coste del capital utilizado para optimizar los flujos de caja futuros del proyecto.
- aplicar una estrategia y una estructura de financiación a largo plazo para las empresas basada en una combinación adecuada de capital propio, deuda, arrendamiento financiero e instrumentos financieros híbridos.
- utilizar eficazmente la gestión de la tesorería y del capital circulante para reducir las necesidades y los costes de financiación a corto plazo.
- preparar las decisiones de inversión, estimar los flujos de efectivo esperados del proyecto e incorporar los riesgos relacionados con el flujo de efectivo en el proceso de decisión.
- aplicar metodologías de decisión sobre las inversiones para evaluar y seleccionar proyectos de inversión empresariales favorables.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Finance & Tax Accounting

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Finanzas corporativas e inversiones

Course Code: DLBCFIE01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Este curso presenta a los estudiantes los objetivos y el alcance de las finanzas corporativas y el papel de los mercados financieros. La separación entre propiedad y control es una característica constitutiva de las empresas. Los estudiantes exploran los problemas de agente-principal resultantes y los mecanismos disponibles para mitigar los costes de agencia. También se les presentan los fundamentos de la teoría y la práctica en relación con los principios de las finanzas corporativas modernas. Aprenderán a leer y analizar los estados financieros desde el punto de vista de la financiación y desarrollarán una comprensión detallada de conceptos como el valor temporal del dinero, los tipos de interés y el coste del capital. Tras la introducción de los conceptos básicos, se tratará en profundidad la financiación de los fondos propios y de la deuda. Se estudiará el efecto del apalancamiento financiero en las tasas de rendimiento y se presentarán el arrendamiento financiero y los instrumentos financieros híbridos como alternativa a la financiación pura de capital y deuda. Los estudiantes verán cómo las empresas aplican medidas de financiación a corto plazo y cómo se utiliza la gestión eficaz de la tesorería y el capital circulante para reducir las necesidades y los costes de financiación a corto plazo. Este curso concluirá con un debate sobre los procesos de inversión de las empresas, centrándose especialmente en el reto de estimar los flujos de efectivo esperados. Los estudiantes aprenderán a incluir el riesgo como factor en el proceso de decisión y serán capaces de analizar las normas y metodologías de inversión aplicadas.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- reconocer los objetivos y el alcance de las finanzas corporativas y el papel de los mercados financieros.
- comprender los problemas de agente-principal en las empresas y cómo se utilizan los incentivos y los mecanismos institucionales y de mercado para mitigar los costes de agencia.
- interpretar los estados financieros y los indicadores clave de rendimiento y sacar conclusiones sobre las alternativas de financiación y el potencial de una empresa.
- considerar el valor temporal del dinero y calcular el coste del capital utilizado para optimizar los flujos de caja futuros del proyecto.
- aplicar una estrategia y una estructura de financiación a largo plazo para las empresas basada en una combinación adecuada de capital propio, deuda, arrendamiento financiero e instrumentos financieros híbridos.
- utilizar eficazmente la gestión de la tesorería y del capital circulante para reducir las necesidades y los costes de financiación a corto plazo.
- preparar las decisiones de inversión, estimar los flujos de efectivo esperados del proyecto e incorporar los riesgos relacionados con el flujo de efectivo en el proceso de decisión.
- aplicar metodologías de decisión sobre las inversiones para evaluar y seleccionar proyectos de inversión empresariales favorables.

Contents

1. Introducción a las finanzas corporativas
 - 1.1 Los objetivos y el alcance de las finanzas corporativas
 - 1.2 La función de un gestor financiero
 - 1.3 El entorno del mercado financiero
2. Propiedad y gobernanza corporativa
 - 2.1 Tipos legales de empresas
 - 2.2 Relaciones de agencia y problemas de agente-principal en las empresas
 - 2.3 Inversores institucionales, incentivos y mecanismos de control del mercado
3. Comprensión de los estados financieros y los indicadores clave de rendimiento
 - 3.1 Balances
 - 3.2 Estados de resultados
 - 3.3 Estados de flujo de efectivo
 - 3.4 Medición del rendimiento: indicadores clave de rendimiento
4. Conceptos básicos de la teoría financiera
 - 4.1 Valor temporal del dinero y flujos de efectivo
 - 4.2 Tipos de interés: condicionantes y cotizaciones
 - 4.3 Estimación del coste del capital

5. Tipos de capital y financiación
 - 5.1 Fondos propios
 - 5.2 Financiación mediante deuda
 - 5.3 Arrendamiento financiero
 - 5.4 Apalancamiento financiero y estructura de capital

6. Decisiones financieras a corto plazo
 - 6.1 Presupuestos de caja y planes financieros a corto plazo
 - 6.2 Tesorería y gestión de efectivo
 - 6.3 Gestión del capital circulante

7. Presupuestación del capital y métodos de toma de decisiones en la inversión
 - 7.1 Presupuestación e inversiones de capital
 - 7.2 Incorporación del riesgo en las decisiones de presupuestación del capital
 - 7.3 Normas de inversión y métodos de toma de decisiones

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Brigham, E. F. y Houston, J. F. (2019). Fundamentals of financial management (15th ed.). Southwestern-Cengage.
- Zutter, C. J. y Smart, S. B. (2019). Principles of managerial finance (15th ed.). Pearson.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Emprendimiento e innovación

Module Code: DLBBAEI_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Emprendimiento e innovación)

Contributing Courses to Module

- Emprendimiento e innovación (DLBBAEI01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Written Assignment

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Emprendimiento
- El emprendedor
- El proceso emprendedor
- Innovación
- Planificación, modelos de negocio y estrategia

Learning Outcomes**Emprendimiento e innovación**

On successful completion, students will be able to

- comprender los principios básicos del emprendimiento.
- definir las principales características de los emprendedores, así como sus motivaciones y su comportamiento.
- describir el proceso emprendedor con sus diferentes etapas.
- reconocer los problemas y los efectos secundarios negativos del emprendimiento.
- definir la innovación y explicar su ciclo de vida.
- comprender un plan de negocio y lo que define un modelo de negocio.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Emprendimiento e innovación

Course Code: DLBBAEI01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

El emprendimiento y la innovación son la base y uno de los motores de toda economía. El emprendimiento y la innovación son de gran importancia en todas las fases del ciclo de desarrollo económico. Son factores importantes para la competencia, la competitividad y la supervivencia en los mercados globalizados. En este módulo, los estudiantes se familiarizan con las ideas, los motivos y los conceptos del emprendimiento. También obtienen una visión general de la identificación, la evaluación y el posterior desarrollo de las innovaciones.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender los principios básicos del emprendimiento.
- definir las principales características de los emprendedores, así como sus motivaciones y su comportamiento.
- describir el proceso emprendedor con sus diferentes etapas.
- reconocer los problemas y los efectos secundarios negativos del emprendimiento.
- definir la innovación y explicar su ciclo de vida.
- comprender un plan de negocio y lo que define un modelo de negocio.

Contents

1. Emprendimiento
 - 1.1 Definición de emprendimiento
 - 1.2 Ventajas de la actividad emprendedora
 - 1.3 Tipos de emprendedores
 - 1.4 Tendencias globales en emprendimiento
2. El emprendedor
 - 2.1 Definición de emprendedor
 - 2.2 Características de los emprendedores
 - 2.3 Motivación y comportamiento emprendedor

3. El proceso emprendedor
 - 3.1 Etapas del proceso emprendedor
 - 3.2 Creación de empresas
 - 3.3 Gestión de la creatividad y presión del tiempo
4. Innovación
 - 4.1 Definición de innovación
 - 4.2 Ciclo de vida de la innovación
 - 4.3 Fuentes de innovación
 - 4.4 Fomento del espíritu empresarial y la innovación
5. Planificación, modelos de negocio y estrategia
 - 5.1 Plan de negocio
 - 5.2 Diseño de un modelo de negocio
 - 5.3 Desarrollo de una estrategia empresarial

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Bessant, J.R./Tidd, J. (2015): Innovation and Entrepreneurship. 3rd ed., Wiley, Hoboken.
- Mazzarol, T./Reboud, S. (2020): Entrepreneurship and Innovation – Theory, Practice and Context. 4th ed., Springer, Singapore.
- Mazzarol, T./Reboud, S. (2020): Workbook for Entrepreneurship and Innovation – Theory, Practice and Context. 4th ed., Springer, Singapore.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBAEI01_S

Gestión internacional de recursos humanos

Module Code: DLBINTIHR_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Gestión internacional de recursos humanos)

Contributing Courses to Module

- Gestión internacional de recursos humanos (DLBINTIHR01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Case Study

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Concepto cultural y enfoques para la comprensión cultural
- Recursos humanos comparativos
- Despliegue de personal internacional
- Misiones internacionales y aspectos esenciales del país de acogida
- Desarrollo de directores internacionales
- Aplicación de los modelos internacionales de gestión de recursos humanos a determinadas regiones del mundo

Learning Outcomes**Gestión internacional de recursos humanos**

On successful completion, students will be able to

- comprender e identificar las dificultades de la gestión de los recursos humanos en las empresas multinacionales.
- tener en cuenta las particularidades culturales de la gestión de personal en los distintos países y aplicarlas a las fusiones y adquisiciones transnacionales.
- nombrar las oportunidades y los riesgos, así como los factores de éxito en la asignación de expatriados e identificar los factores de optimización.
- identificar los elementos para el desarrollo de gestores transnacionales cualificados.
- identificar los riesgos y las oportunidades específicas del despliegue de personal internacional con respecto a las regiones seleccionadas.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Human Resources

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Human Resources field

Gestión internacional de recursos humanos

Course Code: DLBINTIHR01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

El objetivo es ofrecer una visión general de las características especiales, las oportunidades, los riesgos y las dificultades de la gestión de los recursos humanos, tanto a nivel nacional como internacional. Para ello, se analizará el concepto de cultura y se debatirán diferentes formas de ver la cultura. Sobre esta base, el curso aborda la gestión de personal específica de cada país con sus respectivas peculiaridades. A continuación, se aborda la gestión del personal transnacional de las empresas multinacionales. A partir de ahí, se abordarán los temas del despliegue internacional de personal, las comisiones de servicio y la influencia de los países de acogida en el proceso de gestión de las multinacionales y sus filiales extranjeras. Esta parte del curso se completa con un debate sobre las características especiales de la gestión de los recursos humanos en las fusiones y adquisiciones transfronterizas. En un segundo enfoque temático, el curso examina los requisitos para el desarrollo de los directores transnacionales en las empresas multinacionales y analiza medidas como la comisión de servicio y la formación continua. Por último, los modelos y conceptos introducidos se aplicarán a dos regiones de ejemplo en Asia (Japón/Taiwán y China/Vietnam) y en Estados Unidos.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender e identificar las dificultades de la gestión de los recursos humanos en las empresas multinacionales.
- tener en cuenta las particularidades culturales de la gestión de personal en los distintos países y aplicarlas a las fusiones y adquisiciones transnacionales.
- nombrar las oportunidades y los riesgos, así como los factores de éxito en la asignación de expatriados e identificar los factores de optimización.
- identificar los elementos para el desarrollo de gestores transnacionales cualificados.
- identificar los riesgos y las oportunidades específicas del despliegue de personal internacional con respecto a las regiones seleccionadas.

Contents

1. Cultura y perspectivas interculturales
 - 1.1 Visión positivista
 - 1.2 Visión interpretativa
 - 1.3 Visión crítica

2. Recursos humanos comparativos
 - 2.1 La globalización y sus efectos en la gestión de los recursos humanos
 - 2.2 Efectos contextuales
 - 2.3 Requisitos
3. Empresas multinacionales y modelos internacionales de RRHH
 - 3.1 Desafíos en las empresas multinacionales
 - 3.2 Métodos de resolución
 - 3.3 Modelos de RRHH internacionales
4. Despliegue de personal internacional
 - 4.1 Planificación de personal internacional
 - 4.2 Motivos de los despliegues y la rotación de puestos
 - 4.3 Selección de expatriados
 - 4.4 Condicionantes del éxito
5. Misiones internacionales y países de acogida
 - 5.1 Variación de las variables ambientales
 - 5.2 Efectos del país de acogida para las empresas multinacionales
 - 5.3 La gestión de recursos humanos en las fusiones y adquisiciones transfronterizas
 - 5.4 Integración
6. Desarrollo de directores internacionales
 - 6.1 Desarrollo de personal en un contexto internacional
 - 6.2 Apoyo a expatriados: preparación y reintegración
7. Aplicación en mercados de muestra
 - 7.1 Asia: Japón y Taiwán
 - 7.2 Asia: China y Vietnam
 - 7.3 Estados Unidos
 - 7.4 Países europeos

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Al Ariss, A. K./Cerdin, J. L./Brewster, C. (2016): International migration and international human resource management. En: Dickmann, M./Brewster, C./Sparrow, P. (Hrsg.): International Human Resource Management. 3. Auflage, Routledge, London, S. 271-290.
- Björkman, I./Lervik, J. E. (2007): Transferring HR practices within multinational corporations. En: Human Resource Management Journal, 17. Jg., Heft 4, S. 320-335.
- Cascio, W. F./Boudreau, J. W. (2016): The search for global competence. From international HR to talent management. En: Journal of World Business, 51. Jg., Heft 1, S. 103-114.
- Chung, C. (2015): The Conceptualization of Global Integration and Local Responsiveness in International HRM Research: A Review and Directions for Future Research. En: Discussion Paper JHD-2015-02, Henley Business School.
- Harzing, A. W./Pinnington, A. (Hrsg.) (2014): International Human Resource Management. 4. Auflage, Sage, Boston.
- Reiche, B. S./Harzing, A. W. (2011): International assignments. En: Harzing, A. W./Pinnington, A. (Hrsg.): International human resource management. 3. Auflage, Sage, Boston, S. 185-226.
- Zhu, C.J. et al. (2013): HR practices from the perspective of managers and employees in multinational enterprises in China: Alignment issues and implications. En: Journal of World Business, 48. Jg., Heft 2, S. 241-250.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|----------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Case Study |
|--|----------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Gestión de operaciones de servicio

Module Code: DLMSM_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Gestión de operaciones de servicio)

Contributing Courses to Module

- Gestión de operaciones de servicio (DLMSM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Written Assignment

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Las características de la gestión de operaciones de servicio
- Estrategia de los procesos
- Decisiones sobre el diseño de servicios
- Previsiones
- Gestión de la capacidad
- Gestión de las instalaciones
- Mejora
- Cadenas de suministro en los servicios
- Experiencia del cliente

| | |
|--|---|
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Gestión de operaciones de servicio</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ crear sistemas eficientes de entrega de producción de servicios. ▪ prever y utilizar estrategias de gestión de la capacidad, los recursos y la cadena de suministro. ▪ transformar eficazmente las entradas de servicios en salidas de servicios. ▪ comprender los distintos subsistemas y herramientas de las operaciones de servicio. ▪ utilizar conceptos de gestión de procesos, calidad y proyectos. ▪ desarrollar una estrategia de operaciones. ▪ diseñar un servicio con un nivel óptimo de satisfacción del cliente. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programs in the Business & Management field</p> |

Gestión de operaciones de servicio

Course Code: DLMSM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

El objetivo de la gestión de las operaciones de servicio es crear y mejorar los procesos de servicio para lograr un aumento de la productividad y la calidad. Estas estrategias son aplicables a una gran variedad de sectores y departamentos. Los directores deben comprender cómo las empresas de servicios crean sistemas eficientes de producción y entrega de servicios, al tiempo que cumplen con las expectativas de los clientes. Para gestionar las operaciones de la manera adecuada se usan varias herramientas y subsistemas interdependientes con el fin de aumentar la eficiencia, la eficacia y la productividad al menor coste posible. Los directores eficaces usan indistintamente las estrategias de previsión, gestión de la capacidad, gestión de los recursos, gestión de la cadena de suministro, gestión de los procesos, gestión de la calidad y gestión de los proyectos para diseñar y poner en marcha un servicio con niveles óptimos de satisfacción del cliente.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- crear sistemas eficientes de entrega de producción de servicios.
- prever y utilizar estrategias de gestión de la capacidad, los recursos y la cadena de suministro.
- transformar eficazmente las entradas de servicios en salidas de servicios.
- comprender los distintos subsistemas y herramientas de las operaciones de servicio.
- utilizar conceptos de gestión de procesos, calidad y proyectos.
- desarrollar una estrategia de operaciones.
- diseñar un servicio con un nivel óptimo de satisfacción del cliente.

Contents

1. Las características de la gestión de operaciones de servicio
 - 1.1 Los valores de la gestión de operaciones
 - 1.2 Estrategia de operaciones
 - 1.3 Ajuste estratégico
 - 1.4 Vistas operacionales
 - 1.5 Prioridades competitivas

2. Estrategia de los procesos
 - 2.1 Estructura de los procesos
 - 2.2 Decisiones sobre procesos
 - 2.3 Análisis de procesos
 - 2.4 Teoría de la restricción
 - 2.5 Documentación y mejora de los procesos
3. Decisiones sobre el diseño de servicios
 - 3.1 Extracción de las expectativas del cliente
 - 3.2 Diseño y entrega de servicios
 - 3.3 Diseño de puestos y organización del trabajo
 - 3.4 Integración organizativa
4. Previsiones
 - 4.1 Gestión de la demanda
 - 4.2 Decisiones de previsión
 - 4.3 Metodologías de previsión
 - 4.4 El proceso de previsión
 - 4.5 Error de previsión
5. Gestión de la capacidad
 - 5.1 Planificación de la capacidad
 - 5.2 Planificación y programación de recursos
 - 5.3 Gestión de clientes
 - 5.4 Gestión de ingresos
6. Gestión de las instalaciones
 - 6.1 Gestión de instalaciones de atención al cliente y área administrativa
 - 6.2 Modelos de emplazamiento de instalaciones
 - 6.3 Diseño del «servicescape»
 - 6.4 Ergonomía y productividad
 - 6.5 Sistemas y redes de información

7. Mejora
 - 7.1 Gestión de la calidad total
 - 7.2 Mejora operacional
 - 7.3 Mejora continua
 - 7.4 Fallo, prevención y recuperación del sistema
 - 7.5 Gestión de reclamaciones
8. Cadenas de suministro en los servicios
 - 8.1 Diseño de la cadena de suministro
 - 8.2 Métricas de rendimiento
 - 8.3 Integración
 - 8.4 Riesgos de la cadena de suministro
 - 8.5 Sostenibilidad
9. Experiencia del cliente
 - 9.1 Ventaja competitiva
 - 9.2 Métricas de entrega
 - 9.3 Comunicación
 - 9.4 Parámetros de éxito

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Alhouti, S. et al (2015): The thin line between love and hate of attention: The customer shopping experience. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 23(4), p. 415–433.
- Deshmukh, A. K./Mohan, A. (2016): Demand chain management: The marketing and supply chain interface redefined. *IUP Journal of Supply Chain Management*, 13(1), p. 20–36.
- Van Looy, B./Gemmel, P./Van Dierdonck, R. (2013): *Service management: An integrated approach*. 3rd ed., Pearson Education, Harlow.
- Lavy, S. et al (2014): Key performance indicators for facility performance assessment: Simulation of core indicators. *Construction Management and Economics*, 32(12), p. 1183–1204.
- Scur, G./Heinz, G. (2014): The environmental dimension in the context of the operations strategy of the São Paulo's ABC region automotive manufacturers. *Review of Business Management*, 18(60), p. 290–304.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Trabajo colaborativo

Module Code: DLBCSCW_S

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements ninguno | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Dorian Mora (Trabajo colaborativo)

Contributing Courses to Module

- Trabajo colaborativo (DLBCSCW01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Oral Assignment

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Aprendizaje autodirigido y colaborativo
- Red de contactos y cooperación
- Rendimiento en equipos (virtuales)
- Comunicación, argumentos y actitud convincente
- Posibles conflictos y cómo manejarlos
- Autogestión y destrezas personales

| | |
|--|---|
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Trabajo colaborativo</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ diseñar sus propios procesos de aprendizaje tanto autodirigidos como colaborativos con medios analógicos y digitales. ▪ iniciar cooperación presencial y virtual y seleccionar métodos apropiados para dar forma a la colaboración incluso en un contexto intercultural e interdisciplinario. ▪ evaluar las distintas formas de comunicación en relación con los objetivos y requisitos de las distintas situaciones y reflexionar sobre su propio comportamiento comunicativo y argumentativo para poder configurar una colaboración propicia también en un contexto interdisciplinario. ▪ reconocer la diversidad social considerando las diferencias culturales y profesionales como valor, y nombrar y aplicar herramientas para gestionarlas de manera constructiva. ▪ explicar posibles conflictos y el papel de las emociones en los conflictos y describir el uso de métodos sistémicos en la gestión orientada a objetivos y soluciones de los conflictos. ▪ analizar sus propios recursos, presentar métodos de autoliderazgo y automotivación, y obtener estrategias adecuadas. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programs in the Business & Management field</p> |

Trabajo colaborativo

Course Code: DLBCSCW01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

Este curso ayuda a los estudiantes a construir y ampliar competencias interdisciplinarias importantes para un mundo interconectado y, de este modo, pueden aprovechar las oportunidades de cooperación constructiva con otras personas. El curso presenta formas esenciales y posibilidades de diseño de aprendizaje y trabajo colaborativo, imparte conocimiento y herramientas básicas para el pensamiento, aprendizaje y desempeño autogestionado, flexible y creativo, y les permite a los estudiantes familiarizarse con los temas empatía e inteligencia emocional. También se anima a los estudiantes a utilizar los contenidos del curso. De este modo, promueven su competencia autónoma para actuar y su competencia en la aplicación interactiva de herramientas y en la interacción en grupos heterogéneos.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- diseñar sus propios procesos de aprendizaje tanto autodirigidos como colaborativos con medios analógicos y digitales.
- iniciar cooperación presencial y virtual y seleccionar métodos apropiados para dar forma a la colaboración incluso en un contexto intercultural e interdisciplinario.
- evaluar las distintas formas de comunicación en relación con los objetivos y requisitos de las distintas situaciones y reflexionar sobre su propio comportamiento comunicativo y argumentativo para poder configurar una colaboración propicia también en un contexto interdisciplinar.
- reconocer la diversidad social considerando las diferencias culturales y profesionales como valor, y nombrar y aplicar herramientas para gestionarlas de manera constructiva.
- explicar posibles conflictos y el papel de las emociones en los conflictos y describir el uso de métodos sistémicos en la gestión orientada a objetivos y soluciones de los conflictos.
- analizar sus propios recursos, presentar métodos de autoliderazgo y automotivación, y obtener estrategias adecuadas.

Contents

1. Aprendizaje para un mundo interconectado en un mundo interconectado
 - 1.1 Requisitos y oportunidades del mundo VUCA
 - 1.2 Aprendizaje, información y cómo abordar el conocimiento y la ignorancia
 - 1.3 Modelo C: Colectivo - Colaborativo - Continuo – Conectado
 - 1.4 Cómo comprobar su propio comportamiento de aprendizaje
2. Red de contactos y cooperación
 - 2.1 Cómo encontrar y ganar socios colaboradores apropiados
 - 2.2 Relaciones sostenibles: Interacción digital y desarrollo de la confianza
 - 2.3 Colaboración: organización local y virtual y uso de los medios
 - 2.4 Aprendizaje social: planificación ágil, colaborativa y móvil de los procesos de aprendizaje
3. Rendimiento en equipos (virtuales)
 - 3.1 Objetivos, roles, organización y medición del rendimiento
 - 3.2 Integración y flujo de equipos
 - 3.3 Scrum como marco de trabajo para la gestión ágil de proyectos
 - 3.4 Design Thinking, Kanban, Planning Poker, Working-in-Progress-Limits & Co
4. Comunicar y convencer
 - 4.1 La comunicación como interacción social
 - 4.2 Lenguaje, imágenes, metáforas e historias
 - 4.3 Lo que importa es la actitud: comunicación abierta, empática y agradecida
 - 4.4 Escuchar de forma activa - Argumentar - Convencer - Motivar
 - 4.5 Analizar sus propias destrezas de conversación y argumentación
5. Reconocer posibles conflictos - Gestionar conflictos - Negociar de manera eficaz
 - 5.1 Cómo respetar la diversidad - Cómo aprovechar oportunidades
 - 5.2 Cómo desarrollar empatía para uno mismo y para con los otros
 - 5.3 Soluciones sistémicas de trabajo y replanteamiento
 - 5.4 Negociar de manera constructiva: encontrar palabras claras - Intereses en lugar de posiciones
6. Llevar a cabo sus propios proyectos
 - 6.1 Establecer objetivos de forma eficaz - Centrarse - Reflexionar
 - 6.2 El uso ágil de nuestro propio tiempo
 - 6.3 (Auto)coaching y equipo interno
 - 6.4 Estrategias y métodos para la autogestión y la automotivación

7. Movilizar sus recursos

7.1 Cómo reconocer recursos - Cómo regular emociones

7.2 Reflexión e innovación - Pensamiento lateral y creatividad

7.3 Transferir fuerza y voluntad: cómo analizar y controlar factores condicionantes

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Baber, A., Waymon, L., Alphonso, A., & Wylde, J. (2015): Strategic connections. The new face of networking in a collaborative world. New York: AMACOM.
- Boulton, J. G., Allen, P. M., & Bowman, C. (2015): Embracing complexity. Strategic perspectives for an age of turbulence. 1. ed. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Chang, B., & Kang, H. (2016): Challenges facing group work online. En: Distance Education 37 (1), S. 73–88. DOI: 10.1080/01587919.2016.1154781.
- Duhigg, C. (2013): The power of habit. Why we do what we do and how to change. London: Random House Books.
- Fisher, R., & Ury, W. (2012): Getting to yes. Negotiating an agreement without giving in. Updated and rev., 3. ed. London: Random House Business Books.
- Kaats, E., & Opheij, W. (2014): Creating conditions for promising collaboration. Alliances, networks, chains, strategic partnerships. Berlin, Heidelberg, s.l.: Springer Berlin Heidelberg (SpringerBriefs in Business).
- Martin, S. J., Goldstein, N. J., & Cialdini, R. B. (2015). The small BIG: Small changes that spark BIG influence. London, England: Profile Books.
- Oettingen, G. (2014). Rethinking positive thinking: Inside the new science of motivation. New York, NY: Current.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Toma de decisiones interculturales y éticas

Module Code: DLBCSIDM_S

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements ninguno | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Dorian Mora (Toma de decisiones interculturales y éticas)

Contributing Courses to Module

- Toma de decisiones interculturales y éticas (DLBCSIDM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Case Study

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Principios básicos de la competencia intercultural
- Conceptos culturales
- Cultura y ética
- Repercusión de los problemas éticos actuales en el área de la interculturalidad, la ética y la diversidad
- Aprendizaje y trabajo intercultural
- Casos prácticos de conflictos culturales y éticos

Learning Outcomes**Toma de decisiones interculturales y éticas**

On successful completion, students will be able to

- explicar los términos más importantes en materia de interculturalidad, diversidad y ética.
- distinguir distintos patrones descriptivos de la cultura.
- comprender la cultura a distintos niveles.
- planificar procesos de aprendizaje y trabajo intercultural.
- comprender las interdependencias de la cultura y la ética.
- trabajar de forma independiente en un caso práctico sobre la competencia intercultural.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Methods

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Toma de decisiones interculturales y éticas

Course Code: DLBCSIDM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

En este curso, los estudiantes adquieren el conocimiento necesario para comprender las competencias interculturales y desarrollos actuales en los campos de la diversidad y la ética. Los estudiantes comprenderán cómo planificar y aplicar sistemáticamente los procesos de aprendizaje para el desarrollo de competencias importantes en estas áreas. En primer lugar, se clarifican términos importantes, y se diferencian entre sí, y se explican aspectos culturales desde distintas perspectivas. Asimismo, los estudiantes aprenden que los temas culturales son importantes a distintos niveles, por ejemplo, en un estado, una empresa o en otro grupo. En este contexto, los estudiantes también reconocen la conexión existente entre la ética y la cultura con distintas interdependencias. Partiendo de este conocimiento, los estudiantes posteriormente se familiarizan con las distintas posibilidades y potenciales del aprendizaje y el trabajo intercultural y ético. Se utilizan casos prácticos para ilustrar la importancia de aprender a relacionarse en el contexto laboral actual de muchas empresas. A continuación, los estudiantes trabajan en un caso práctico en el que aplican el conocimiento adquirido de forma sistemática.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- explicar los términos más importantes en materia de interculturalidad, diversidad y ética.
- distinguir distintos patrones descriptivos de la cultura.
- comprender la cultura a distintos niveles.
- planificar procesos de aprendizaje y trabajo intercultural.
- comprender las interdependencias de la cultura y la ética.
- trabajar de forma independiente en un caso práctico sobre la competencia intercultural.

Contents

1. Principios básicos de la competencia intercultural y ética para actuar
 - 1.1 Áreas temáticas, términos y definiciones
 - 1.2 Relevancia de la acción intercultural y ética
 - 1.3 Acción intercultural - Diversidad, globalización, ética

2. Conceptos culturales
 - 2.1 Dimensiones culturales de Hofstede
 - 2.2 Diferenciación cultural según Hall
 - 2.3 Concepto de "locus de control" según Rotter
3. Cultura y ética
 - 3.1 Ética - Términos y conceptos básicos
 - 3.2 Interdependencia de la cultura y la ética
 - 3.3 Conceptos éticos en distintas regiones del mundo
4. Temas actuales en el área de la interculturalidad, la ética y la diversidad
 - 4.1 Ética digital
 - 4.2 Equidad e igualdad de oportunidades
 - 4.3 Diversidad social
5. Aprendizaje y trabajo intercultural
 - 5.1 Aculturación
 - 5.2 Cómo aprender y trabajar en grupos interculturales
 - 5.3 Estrategias para abordar conflictos culturales
6. Casos prácticos de conflictos culturales y éticos
 - 6.1 Caso práctico: Interculturalidad
 - 6.2 Caso práctico: Diversidad
 - 6.3 Caso práctico: Interculturalidad y ética

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Boylan, M. (Eds.). (2014). Business ethics. (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Thomas, A., Kinast, E. U., Schroll-Machl, S. (Eds.). (2010). Handbook of intercultural communication and cooperation. Basics and areas of application. Vandenhoeck & Ruprecht.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|----------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Case Study |
|--|----------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBCSIDM01_S

4. Semester

Modelos de negocios digitales

Module Code: DLBLODB_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Modelos de negocios digitales)

Contributing Courses to Module

- Modelos de negocios digitales (DLBLODB01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Significado, origen y definición del término "modelo de negocio digital"
- Conceptos básicos para la descripción de los modelos de negocio
- Herramientas para la descripción de los modelos de negocio
- Patrones de modelos de negocios digitales
- Modelos de negocios digitales y planes de negocio

| | |
|--|---|
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Modelos de negocios digitales</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ comprender qué es un modelo de negocio y cómo describirlo sistemáticamente. ▪ esbozar los rasgos básicos de la evolución histórica de los modelos de negocio. ▪ describir los principales modelos de negocios digitales y evaluar sus ventajas e inconvenientes. ▪ establecer la relación entre un modelo de negocio y un plan de negocio para obtener y analizar de forma independiente el posicionamiento de una empresa. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programs in the Business & Management field</p> |

Modelos de negocios digitales

Course Code: DLBLODB01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Un modelo de negocio contiene la representación de la lógica de cómo una empresa genera, entrega y asegura el valor. La progresiva digitalización de muchos procesos, productos y servicios ha hecho posible un gran número de innovaciones en el ámbito de los modelos de negocio en los últimos años. El tema de este curso comprende la presentación, los patrones subyacentes y los principales factores que influyen en estos modelos de negocios digitales. Partiendo de una definición general del concepto de modelo de negocio, se desarrolla un sistema para describir los factores esenciales de un modelo de negocio. Una visión general del desarrollo histórico de los modelos de negocio importantes y, en particular, la influencia de la digitalización en los nuevos modelos de negocio, permite una clasificación del concepto y una comprensión del marco. A continuación, se presentan sistemáticamente los modelos de negocios digitales alternativos más importantes de los últimos años, que se analizan y evalúan con respecto a sus respectivos puntos fuertes y débiles. Por último, se describe el papel de los modelos de negocio en el proceso de creación de un plan de negocio. Los estudiantes aprenden los enfoques centrales para desarrollar un posicionamiento corporativo independiente y están capacitados para examinar y evaluar los planteamientos centrales que influyen en el éxito corporativo en los negocios digitales.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender qué es un modelo de negocio y cómo describirlo sistemáticamente.
- esbozar los rasgos básicos de la evolución histórica de los modelos de negocio.
- describir los principales modelos de negocios digitales y evaluar sus ventajas e inconvenientes.
- establecer la relación entre un modelo de negocio y un plan de negocio para obtener y analizar de forma independiente el posicionamiento de una empresa.

Contents

1. Significado, origen y definición del término "modelo de negocio digital"
 - 1.1 Objetivos y funciones de los modelos de negocios digitales
 - 1.2 Modelo de negocio: origen del término y su significado en la economía digital
 - 1.3 Definición de los términos "modelo de negocio" y "modelo de negocio digital"
 - 1.4 Diferenciación con respecto a otras terminologías de la economía digital

2. Conceptos básicos para la descripción de los modelos de negocio
 - 2.1 Cadena de valor de Porter
 - 2.2 Cadena de valor añadido
 - 2.3 Lógica dominante
 - 2.4 Modelo de ingresos
 - 2.5 Propuesta única de venta
 - 2.6 Transacción
 - 2.7 Gama de productos o servicios
3. Herramientas para la descripción de los modelos de negocio
 - 3.1 Lienzo del modelo de negocio
 - 3.2 St. Gallen Business Model Navigator
 - 3.3 Marco MIT
4. Patrones de modelos de negocios digitales
 - 4.1 Long Tail (larga cola)
 - 4.2 Patrón de varias caras
 - 4.3 Free y freemium
 - 4.4 Patrón OPEN API
5. Modelos de negocios digitales y planes de negocio
 - 5.1 Integración del modelo de negocio en el plan de negocio
 - 5.2 El posicionamiento de la empresa y el modelo de negocio digital
 - 5.3 Los modelos de negocios digitales como impulsores de la innovación para el desarrollo de nuevas empresas

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Brynjolfsson, E./Hu, Yu J./Smith, M. D. (2006): From Niches to Riches. Anatomy of the Long Tail. En: MIT Sloan Management Review, volume 47, Magazine 4, p. 67-71.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Modell Generation. Wiley, Hoboken (NJ).

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBLODB01_S

Sostenibilidad

Module Code: DLBBAS_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Sostenibilidad)

Contributing Courses to Module

- Sostenibilidad (DLBBAS01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam or Written Assessment: Case Study, 90
Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Fundamentos de la sostenibilidad
- Niveles de sostenibilidad
- Marcos para la sostenibilidad
- Aspectos técnicos de la sostenibilidad
- Informes de sostenibilidad
- Ejemplos de programas de gestión de la sostenibilidad empresarial

Learning Outcomes**Sostenibilidad**

On successful completion, students will be able to

- comprender el concepto de sostenibilidad.
- contextualizar la sostenibilidad en términos éticos y económicos.
- explicar los marcos internacionales de sostenibilidad.
- comprender las implicaciones técnicas de la sostenibilidad.
- desarrollar la información corporativa según el triple resultado.
- analizar de forma crítica ejemplos de gestión de la sostenibilidad en la práctica profesional.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Quality and Sustainability Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Transport & Logistics field

Sostenibilidad

Course Code: DLBBAS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Este curso ofrece a los estudiantes una visión de la sostenibilidad. Presenta los fundamentos y las definiciones y explica el contexto ético y económico de la sostenibilidad, los distintos niveles de su aparición y los marcos internacionales pertinentes. Además, los estudiantes se familiarizarán con el desarrollo de productos, la planificación del ciclo de vida de estos y la elaboración de informes de triple resultado desde el punto de vista de la sostenibilidad. Los casos reales de los programas de sostenibilidad de las empresas proporcionan información sobre diferentes ejemplos de la práctica profesional, vinculando así la teoría y la práctica.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender el concepto de sostenibilidad.
- contextualizar la sostenibilidad en términos éticos y económicos.
- explicar los marcos internacionales de sostenibilidad.
- comprender las implicaciones técnicas de la sostenibilidad.
- desarrollar la información corporativa según el triple resultado.
- analizar de forma crítica ejemplos de gestión de la sostenibilidad en la práctica profesional.

Contents

1. Fundamentos de la sostenibilidad
 - 1.1 Introducción y definición
 - 1.2 La sostenibilidad en el contexto de la ética
 - 1.3 La sostenibilidad en el contexto de la empresa: responsabilidad social corporativa
2. Niveles de sostenibilidad
 - 2.1 Nivel social
 - 2.2 Nivel corporativo
 - 2.3 Nivel individual

3. Marcos para la sostenibilidad
 - 3.1 Objetivos de desarrollo sostenible
 - 3.2 ISO 14001 e ISO 26000
 - 3.3 Estándares del sector sobre la sostenibilidad
4. Aspectos técnicos de la sostenibilidad
 - 4.1 Investigación y desarrollo de productos
 - 4.2 Ciclo de vida de los productos
 - 4.3 Evaluación del ciclo de vida
5. Informes de sostenibilidad
 - 5.1 Iniciativa de informes globales
 - 5.2 Aspectos clave de los informes de triple resultado
 - 5.3 Desafíos de los informes de triple resultado
6. Ejemplos de programas de gestión de la sostenibilidad empresarial
 - 6.1 Caso 1
 - 6.2 Caso 2
 - 6.3 Caso 3

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Jarmai, K. (2020): Learning from Sustainability-Oriented Innovation. En: Jarmai, K. (ed.): Responsible Innovation: Business Opportunities and Strategies for Implementation. SpringerBriefs in Research and Innovation Governance, Dordrecht, p. 19-35.
- Lehman, C. R. (2015): Sustainability and Governance. Advances in Public Interest Accounting. Vol. 18, 1st ed. Emerald Group Publishing Limited, Bingley, UK.
- Mazijn B./Revéret J.P. (2015): Life Cycle Sustainability Assessment: A Tool for Exercising Due Diligence in Life Cycle Management. En: Sonnemann, G./Margni, M. (Eds.): Life Cycle Management. Springer, Dordrecht. p. 51-63.
- Shmeleva, I. A./Shmelev, S. (2012): Sustainability Analysis: An Interdisciplinary Approach. Palgrave Macmillan, Houndmills, UK.
- Walker D. H.T./Lloyd-Walker B. M. (2015): Triple Bottom Line Implications. En: Collaborative Project Procurement Arrangements. Project Management Institute, Pennsylvania, USA.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam or Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 100 h | 0 h | 25 h | 25 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBAS01_S

Contabilidad internacional

Module Code: DLFIAC_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 5 | 150 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | Spanish |

Module Coordinator

N.N. (Contabilidad internacional)

Contributing Courses to Module

- Contabilidad internacional (DLFIAC01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Diferencias entre el HGB y las NIIF
- Filosofía de la información financiera
- Reglas básicas y normas individuales de los informes financieros
- Componentes de los estados financieros con arreglo a las NIIF
- Estados financieros individuales y consolidados de los informes financieros
- Adopción por primera vez de las NIIF y transición de las normas contables nacionales a las NIIF
- Estados financieros con arreglo a las NIIF de las pequeñas y medianas empresas

Learning Outcomes**Contabilidad internacional**

On successful completion, students will be able to

- comprender los objetivos, las características y los principios de la información de las NIIF en un contexto internacional y compararlos con los principios contables nacionales (HGB).
- aplicar las normas de reconocimiento y medición de las NIIF.
- describir las normas NIIF en lo que respecta a los requisitos de reconocimiento, medición, presentación y divulgación en los estados financieros con fines generales.
- clasificar y preparar los elementos de los estados financieros con arreglo a las NIIF.
- explicar los principios de las combinaciones de negocios y los estados financieros consolidados.
- comprender los requisitos para la adopción por primera vez de las NIIF y la transición a las NIIF.
- preparar y analizar informes financieros con arreglo a las NIIF.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Finance & Tax Accounting

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Contabilidad internacional

Course Code: DLFIAC01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

El curso “Contabilidad internacional” cubre la información financiera de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). El objetivo es proporcionar a los estudiantes un conocimiento práctico de la información financiera con fines generales según las NIIF, especialmente en comparación con la contabilidad conforme al Código de Comercio alemán (HGB). La atención se centra en las NIIF y no en los PCGA de EE. UU. como lenguaje de información global, ya que las primeras son cada vez más importantes para las empresas alemanas (es decir, la obligación de las empresas matrices que cotizan en bolsa de preparar estados financieros consolidados de acuerdo con las NIIF a partir de los años 2005 o 2007).

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender los objetivos, las características y los principios de la información de las NIIF en un contexto internacional y compararlos con los principios contables nacionales (HGB).
- aplicar las normas de reconocimiento y medición de las NIIF.
- describir las normas NIIF en lo que respecta a los requisitos de reconocimiento, medición, presentación y divulgación en los estados financieros con fines generales.
- clasificar y preparar los elementos de los estados financieros con arreglo a las NIIF.
- explicar los principios de las combinaciones de negocios y los estados financieros consolidados.
- comprender los requisitos para la adopción por primera vez de las NIIF y la transición a las NIIF.
- preparar y analizar informes financieros con arreglo a las NIIF.

Contents

1. Desarrollo e importancia de la contabilidad internacional
 - 1.1 La importancia de las normas contables internacionales
 - 1.2 La evolución de las NIIF
 - 1.3 Aplicación de las NIIF en el G-20

2. Principios generales de las NIIF
 - 2.1 Estructura de las Normas Internacionales de Información Financiera
 - 2.2 Objetivo del marco conceptual
 - 2.3 Principios básicos del marco conceptual
 - 2.4 Visión general de las normas e interpretaciones individuales
3. Normas de reconocimiento y medición de los informes financieros con arreglo a las NIIF
 - 3.1 Definición de los elementos de los estados financieros
 - 3.2 Reconocimiento y valoración de los activos tangibles e intangibles
 - 3.3 Reconocimiento y valoración de las existencias y los instrumentos financieros
 - 3.4 Provisiones e impuestos diferidos
 - 3.5 Reconocimiento de ingresos
4. Preparación del balance y la cuenta de resultados según las NIIF
 - 4.1 Estructura y elementos de la cuenta de resultados
 - 4.2 Componentes de la cuenta de pérdidas y ganancias
 - 4.3 Políticas sobre contabilidad
5. Estado de flujos de efectivo y otra información en los estados financieros con arreglo a las NIIF
 - 5.1 Estado de flujos de efectivo en los informes financieros con arreglo a las NIIF
 - 5.2 Estado de cambios en el patrimonio neto según los informes financieros de las NIIF
 - 5.3 Notas según las NIIF
6. Combinaciones de negocios y estados financieros consolidados según las NIIF
 - 6.1 Principios de las combinaciones de negocios y los estados financieros consolidados
 - 6.2 Identificación y contabilización de una combinación de negocios
 - 6.3 Consolidación de estados financieros individuales
7. Otros ámbitos de aplicación de las NIIF en la práctica
 - 7.1 Las NIIF para las pequeñas y medianas empresas
 - 7.2 Principales diferencias entre las NIIF y el HGB
 - 7.3 Conversión de HGB a NIIF

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Cotter, D. (2012): Advanced Financial Reporting. A Complete Guide to IFRS. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Douppnik, T., Finn, M., Gotti, G. and Perera, H. (2020) International Accounting, 5th Edition, McGraw Hill Education
- Harrison, W. T. et al. (2014): Financial Accounting. International Financial Reporting Standards. 9. Auflage, Pearson, London.
- Stolowy, H, Ding, Y. and Paugam, L. (2020). Financial Accounting and Reporting: A Global Perspective (6th ed.). Cengage.
- Weygandt, J.J., Kimmel,,P.D. and Kieso, D.E. (2018). Financial Accounting with International Financial Reporting Standards (4th ed.). Wiley.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Métodos de investigación

Module Code: DLBBARM_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Métodos de investigación)

Contributing Courses to Module

- Métodos de investigación (DLBBARM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Written Assignment

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Introducción a la investigación
- Estrategias de investigación generales
- Generación de datos
- Análisis de datos
- Criterios de calidad en la investigación
- Técnicas de redacción

Learning Outcomes**Métodos de investigación**

On successful completion, students will be able to

- comprender el concepto de sostenibilidad.
- contextualizar la sostenibilidad en términos éticos y económicos.
- explicar los marcos internacionales de sostenibilidad.
- comprender las implicaciones técnicas de la sostenibilidad.
- desarrollar la información corporativa según el triple resultado.
- analizar de forma crítica ejemplos de gestión de la sostenibilidad en la práctica profesional.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Methods

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Métodos de investigación

Course Code: DLBBARM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Los estudiantes conocerán las técnicas fundamentales de la redacción y el trabajo académicos. El curso aborda todos los aspectos relevantes de la investigación académica en general y las técnicas para desarrollar un trabajo académico en particular. Explica la naturaleza de la ciencia y la investigación y diferencia los métodos de investigación cualitativos de los cuantitativos. Se describirán los procedimientos de generación y análisis de datos. Además, los estudiantes aprenden a analizar de forma crítica la metodología de la investigación según ciertos criterios de calidad. El curso también familiariza a los estudiantes con el uso de los servicios de la biblioteca en línea y la identificación de la bibliografía relevante. La integridad académica y, más concretamente, la prevención del plagio también se aborda de forma destacada.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender el concepto de sostenibilidad.
- contextualizar la sostenibilidad en términos éticos y económicos.
- explicar los marcos internacionales de sostenibilidad.
- comprender las implicaciones técnicas de la sostenibilidad.
- desarrollar la información corporativa según el triple resultado.
- analizar de forma crítica ejemplos de gestión de la sostenibilidad en la práctica profesional.

Contents

1. Introducción a la investigación
 - 1.1 La naturaleza de la ciencia
 - 1.2 ¿Qué es la realidad?
 - 1.3 Paradigmas de investigación
2. Estrategias de investigación generales
 - 2.1 Investigación cuantitativa
 - 2.2 Investigación cualitativa
 - 2.3 Métodos mixtos

3. Generación de datos
 - 3.1 Generación de datos cuantitativos
 - 3.2 Generación de datos cualitativos
 - 3.3 Generación de datos en métodos mixtos
4. Análisis de datos
 - 4.1 Análisis de datos cuantitativos
 - 4.2 Análisis de datos cualitativos
 - 4.3 Análisis de datos en métodos mixtos
5. Criterios de calidad en la investigación
 - 5.1 Representatividad y saturación
 - 5.2 Validez, fiabilidad y objetividad en la investigación cuantitativa
 - 5.3 Documentación, trazabilidad y confirmabilidad en la investigación cualitativa
6. Técnicas de redacción
 - 6.1 Estructura, tema de investigación y pregunta de investigación
 - 6.2 Búsqueda de bibliografía
 - 6.3 Referencia y plagio

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Adams, J./Khan, H./Raeside, R. (2014): Research methods for business and social science students. 2nd edition. Sage, London.
- Martelli, J./Greener, S. (2018): An introduction to Business Research Methods. Bookboon, South Africa.
- Rea, L. M./Parker, R. A. (2014): Designing and Conducting Survey Research: A Comprehensive Guide. 4th edition, Jossey-Bass, San Francisco, CA.
- Sharma, J. K. (2016): Operations Research: Theory and Applications. 6th edition, Laxmi Publications Pvt Ltd, New Delhi.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBARM01_S

Gobernanza y estrategia corporativa

Module Code: DLBBACGS_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Gobernanza y estrategia corporativa)

Contributing Courses to Module

- Gobernanza y estrategia corporativa (DLBBACGS01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam or Written Assessment: Case Study, 90
Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Introducción a la gobernanza y la estrategia corporativas
- Perspectivas de la gobernanza corporativa
- Conceptos de supervisión para la gobernanza corporativa
- Perspectivas de estrategia
- Herramientas para el desarrollo de estrategias
- Alineación de la gobernanza y la estrategia corporativas

| | |
|--|---|
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Gobernanza y estrategia corporativa</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ definir y explicar los fundamentos de la gobernanza corporativa. ▪ explicar las diferentes concepciones de la gobernanza corporativa. ▪ comprender las posibles composiciones de los mecanismos de gobernanza y los sistemas de gobernanza. ▪ definir y explicar la estrategia. ▪ distinguir los diferentes enfoques de la estrategia. ▪ describir varios instrumentos de estrategia. ▪ comprender el vínculo entre estrategia y gobernanza. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programs in the Business & Management field</p> |

Gobernanza y estrategia corporativa

Course Code: DLBBACGS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Este curso aborda los principales marcos en los que se establecen y operan las empresas. Explica los elementos clave de la gobernanza corporativa y esboza diferentes modelos de gobernanza. En particular, se refiere a los diferentes enfoques de gestión y control. Además, vincula el concepto de gestión y control a la estrategia corporativa. Los estudiantes se familiarizan con las diferentes concepciones de estrategia y su relación con la gobernanza corporativa. Este curso facilita las herramientas de análisis estratégico del mercado y las estrategias posteriores para entrar en los mercados con éxito. Este curso también explica las implicaciones de los marcos de gobernanza corporativa en el desarrollo de la estrategia de una empresa.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- definir y explicar los fundamentos de la gobernanza corporativa.
- explicar las diferentes concepciones de la gobernanza corporativa.
- comprender las posibles composiciones de los mecanismos de gobernanza y los sistemas de gobernanza.
- definir y explicar la estrategia.
- distinguir los diferentes enfoques de la estrategia.
- describir varios instrumentos de estrategia.
- comprender el vínculo entre estrategia y gobernanza.

Contents

1. Introducción a la gobernanza y la estrategia corporativas
 - 1.1 Fundamentos de la gobernanza corporativa
 - 1.2 Fundamentos de la estrategia
 - 1.3 El vínculo entre estrategia y gobernanza corporativas
2. Perspectivas de la gobernanza corporativa
 - 2.1 El debate de la gobernanza corporativa
 - 2.2 Enfoques subyacentes de la gobernanza corporativa
 - 2.3 El concepto de control y su interpretación

3. Conceptos de supervisión para la gobernanza corporativa
 - 3.1 Mecanismos de gobernanza
 - 3.2 Sistemas de gobernanza
 - 3.3 Códigos de gobernanza corporativa
4. Perspectivas de estrategia
 - 4.1 Visión de la estrategia basada en el mercado
 - 4.2 Visión de la estrategia basada en los recursos y la red
 - 4.3 Herramientas de análisis de mercado
5. Herramientas para el desarrollo de estrategias
 - 5.1 Estrategias de producto-mercado
 - 5.2 Estrategias de entrada en el mercado
 - 5.3 Gestión de la estrategia corporativa
6. Alineación de la gobernanza y la estrategia corporativas
 - 6.1 Implicaciones de los códigos de gobernanza nacional en la estrategia
 - 6.2 Gobernanza corporativa y visión, misión y valores de la empresa
 - 6.3 Caso real de alineación de la estrategia y la gobernanza

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Ferris, S. P./John, K./Makhija, A. K. (2019): International Corporate Governance and Regulation: Emerald Publishing Ltd., Bingley, UK.
- Iansiti, M./Lakhani, K. R. (2020): Competing in the age of AI: strategy and leadership when algorithms and networks run the world. Harvard Business Review Press, Boston, MA, USA.
- John, K./Makhija, A. K./Ferris, S. P. (2017): Global Corporate Governance. Emerald Publishing Ltd., Bingley, UK.
- Johnson, G. et al (2017): Exploring strategy: text and cases. 11th edition, Harlow, UK.
- Gillan, S. L./Starks, L. T. (2015): Institutional Investors, Corporate Ownership and Corporate Governance: Global Perspectives. En: Sun, L. (Ed.): Ownership and Governance of Enterprises: Recent Innovative Developments. Palgrave Macmillan, London, UK, p. 36-68.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam or Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 100 h | 0 h | 25 h | 25 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBBACGS01_S

Liderazgo 4.0

Module Code: DLBWPLS_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Liderazgo 4.0)

Contributing Courses to Module

- Liderazgo 4.0 (DLBWPLS01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Qué entendemos convencionalmente por liderazgo
- Herramientas de gestión
- Liderazgo frente a gestión
- Concepto integral de la humanidad como modelo orientado al futuro
- Características y competencias de los líderes
- Modelos de liderazgo
- Instrumentos de liderazgo ágil

Learning Outcomes**Liderazgo 4.0**

On successful completion, students will be able to

- comprender las teorías clásicas del liderazgo y los nuevos modelos de liderazgo.
- distinguir entre los términos liderazgo y gestión.
- reflexionar sobre la comprensión de los modelos de liderazgo de éxito en el contexto de los cambios económicos.
- desarrollar una comprensión de la necesidad de formas alternativas de dirección de la organización.
- aplicar los métodos de dirección adecuados según el nivel de complejidad de la empresa.
- obtener una sólida comprensión teórica que puedan poner en práctica en la investigación aplicada.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Liderazgo 4.0

Course Code: DLBWPLS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Hoy en día, la competitividad depende más que nunca de la innovación continua. Esto plantea nuevas exigencias a la gestión de las empresas. La tarea de los líderes de éxito en cuanto a innovación y negocio ya no es ofrecer orientación y soluciones, sino crear un marco en el que otros desarrollen innovaciones. Este cambio, que actualmente están en pleno auge en las empresas, requiere un mayor desarrollo de los conceptos clásicos de liderazgo y sus principios. En el contexto del cambio digital y el avance de la inteligencia artificial, los modelos de negocio establecidos se ponen constantemente a prueba. Por un lado, es importante trabajar en varios proyectos simultáneamente y adaptarse con flexibilidad a las condiciones cambiantes en cualquier momento. Por otro lado, los empleados quieren integrarse en el proceso de trabajo de una manera diferente. La consideración y la flexibilidad de su situación personal y familiar desempeñan un papel cada vez más importante. Los líderes de innovación y negocios solo pueden hacer frente a todos estos diversos retos con un liderazgo que inspire a los demás a pensar en el futuro y a actuar de forma interdisciplinaria, es decir, a ser visionarios. Este curso intenta transmitir los conocimientos y las herramientas para este complejo campo de trabajo.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprender las teorías clásicas del liderazgo y los nuevos modelos de liderazgo.
- distinguir entre los términos liderazgo y gestión.
- reflexionar sobre la comprensión de los modelos de liderazgo de éxito en el contexto de los cambios económicos.
- desarrollar una comprensión de la necesidad de formas alternativas de dirección de la organización.
- aplicar los métodos de dirección adecuados según el nivel de complejidad de la empresa.
- obtener una sólida comprensión teórica que puedan poner en práctica en la investigación aplicada.

Contents

1. Fundamentos del concepto de liderazgo
 - 1.1 Definición del concepto de liderazgo y acciones de liderazgo
 - 1.2 Desarrollo de la comprensión del liderazgo
 - 1.3 El papel de la comunicación en el liderazgo
 - 1.4 Nuevos retos para el liderazgo
2. Liderazgo frente a gestión
 - 2.1 Distinciones entre estos conceptos
 - 2.2 Relevancia del liderazgo en el contexto del cambio tecnológico
 - 2.3 Las nuevas formas de trabajo como reto para el liderazgo 4.0
3. Requisitos organizativos para un liderazgo de éxito
 - 3.1 Lanzamiento de iniciativas de gobernanza corporativa
 - 3.2 De la gestión de procesos a la de proyectos
 - 3.3 Gestión de recursos limitados
4. Factores personales para el éxito del liderazgo
 - 4.1 Características personales
 - 4.2 Conocimientos tecnológicos
 - 4.3 Política y cumplimiento
5. Herramientas de gestión
 - 5.1 Definición, diferenciación y retos
 - 5.2 Uso de herramientas de gestión directas
 - 5.3 Uso de herramientas de gestión indirectas
6. Modelos de liderazgo 4.0
 - 6.1 Liderazgo transformacional
 - 6.2 El liderazgo como rol ágil
 - 6.3 Liderazgo auténtico
7. Casos prácticos sobre liderazgo 4.0
 - 7.1 Allsafe Jungfalk
 - 7.2 Automattic

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Au, C. v. (eds.) (2017): Characteristics and competencies of leaders. Mindfulness, self-reflection, soft skills and competence systems. Springer, Wiesbaden.
- Creusen, U./Eschemann, N. -R./Joahnn, T. (2010): Positive leadership. Psychology of successful leadership. Advanced strategies for the application of the grid model. Gabler, Wiesbaden.
- Evans, M. (1995): Leadership Theories - Way-Destination Theory. En: Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (eds.): Handwörterbuch der Führung. 2nd edition, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, pp. 1075 -1091.
- Furtner, M. R. (2017): Empowering Leadership. With self-responsible employees to innovation and top performance. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Furtner, M. R./Baldegger, U. (2016): Self-Leadership and Leadership. Theories, models and practical implementation. Second edition, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Manager Magazine Publishing Company (ed.) (2015): Harvard Business Manager Special: Leadership. How does leadership work in the age of digital transformation? A booklet about management in change. 37th year.
- Hofer, S. (2016): More agile leadership. Simple measures for better teamwork, better performance and higher creativity. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kauffeld, S. (Hrsg.) (2014): Work, Organizational and Personnel Psychology for Bachelor. 2nd edition, Springer, Berlin.
- Maxwell, J. C. (2016): Leadership. The 21 most important management principles. 8th edition, fountain, pouring.
- Wilber, K. (2012): Integral Psychology. Mind, consciousness, psychology, therapy. Arbor, Freiburg.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

5. Semester

Gestión de las marcas internacionales

Module Code: DLBDSEIMB2_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Gestión de las marcas internacionales)

Contributing Courses to Module

- Gestión de las marcas internacionales (DLBDSEIMB02_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Fundamentos de la gestión de las marcas
- Condiciones marco para las marcas en los mercados internacionales
- Estrategias y conceptos de las marcas internacionales
- Arquitecturas de la marca y opciones de ampliación de la marca
- Gestión y comunicación de la marca
- Gestión de la marca según la teoría del interesado
- Protección y control de las marcas

Learning Outcomes**Gestión de las marcas internacionales**

On successful completion, students will be able to

- reconocer la importancia de una marca y las condiciones generales en las que operan las marcas, así como las tareas asociadas a la gestión de estas.
- describir los componentes de una marca y su gestión.
- explicar el posicionamiento de las marcas en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- comprender el papel de la evaluación de la marca y comparar las técnicas de medición más comunes.
- dar una visión general de la importancia de la protección de las marcas comerciales y sugerir estrategias para prevenir la falsificación.
- diseñar estrategias de la marca y mediciones para evitar que se produzcan crisis de la marca.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Marketing & Sales

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field

Gestión de las marcas internacionales

Course Code: DLBDSEIMB02_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

El objetivo de este curso es profundizar y ampliar los conocimientos adquiridos en el curso optativo de introducción al marketing internacional. El valor de una marca es una ventaja competitiva decisiva para las empresas en los negocios internacionales. Las marcas crean relaciones duraderas y rentables con los clientes. Por lo tanto, las marcas son activos valiosos para las empresas y organizaciones. Los estudiantes aprenden los fundamentos de la gestión de las marcas antes de pasar a los conceptos y factores de éxito de la Gestión de las marcas internacionales. Los estudiantes también se familiarizan con la estructura de las arquitecturas de la marca y las posibilidades de extensión de la marca. Partiendo de la teoría del interesado, se comunica a los estudiantes el hecho de que los diferentes grupos de interés deben tenerse en cuenta en la gestión de la marca. Además, los estudiantes conocen los distintos métodos de medición del valor de la marca y de su control. Los aspectos de la protección de la marca comercial que son especialmente importantes en un entorno internacional se tratarán de forma concluyente.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- reconocer la importancia de una marca y las condiciones generales en las que operan las marcas, así como las tareas asociadas a la gestión de estas.
- describir los componentes de una marca y su gestión.
- explicar el posicionamiento de las marcas en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- comprender el papel de la evaluación de la marca y comparar las técnicas de medición más comunes.
- dar una visión general de la importancia de la protección de las marcas comerciales y sugerir estrategias para prevenir la falsificación.
- diseñar estrategias de la marca y mediciones para evitar que se produzcan crisis de la marca.

Contents

1. Fundamentos de la gestión de las marcas
 - 1.1 Relevancia y comprensión de las marcas
 - 1.2 Condiciones del mercado
 - 1.3 Tareas y objetivos de la gestión de las marcas

2. Identidad de la marca, posicionamiento de la marca y personalidad de la marca
 - 2.1 La identidad de la marca como base de su gestión
 - 2.2 Posicionamiento de la marca
 - 2.3 Imagen de la marca
 - 2.4 Personalidad de la marca
3. Estrategias de la marca
 - 3.1 Los retos de las estrategias de la marca
 - 3.2 Estrategias de la marca para nuevos productos
 - 3.3 Licencias de las marcas comerciales
4. Marca internacional
 - 4.1 La importancia de la marca para las empresas internacionales
 - 4.2 Conceptos de la marca para marcas internacionales
 - 4.3 Factores de éxito de las marcas internacionales
5. Arquitecturas de la marca y tipos de la marca
 - 5.1 Jerarquías de las marcas
 - 5.2 Marca compartida y marca de ingredientes
6. Gestión y comunicación de la marca
 - 6.1 Comunicación de la marca clásica
 - 6.2 Comunicación de la marca en Internet
7. Expansión de la marca
 - 7.1 Fundamentos de la extensión de la marca
 - 7.2 Oportunidades y riesgos de la extensión de la marca
 - 7.3 Secuencia típica ideal del proceso de extensión de la marca
8. Gestión de la marca según la teoría del interesado
 - 8.1 Fundamentos de gestión de la marca según la teoría del interesado
 - 8.2 Grupos de interés: grupos de consumidores interesados
 - 8.3 Grupos de interés: accionistas e inversores financieros
 - 8.4 Grupos de interés: empleados
 - 8.5 Grupos de interés: proveedores y el público

9. Control de la marca
 - 9.1 Fundamentos del control de la marca
 - 9.2 Importancia y medición del valor de la marca
 - 9.3 Métodos prácticos para medir el valor de la marca

10. Protección de la marca comercial
 - 10.1 Objeto de protección de la marca comercial
 - 10.2 Origen de protección de la marca comercial
 - 10.3 Infracciones de la marca comercial

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Gelder, S. v. (2003): Global Brand Strategy. Unlocking Brand Potential Across Countries, Cultures and Markets. Kogan Page, London.
- Keller, K. L. (2007): Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity. 3. Auflage, Prentice Hall International, Edinburgh.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Seminario: Problemas actuales de la gestión internacional

Module Code: DLBINTSATIM_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Seminario: Problemas actuales de la gestión internacional)

Contributing Courses to Module

- Seminario: Problemas actuales de la gestión internacional (DLBINTSATIM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Research Essay

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Este seminario aborda los problemas actuales de la gestión internacional.

Learning Outcomes**Seminario: Problemas actuales de la gestión internacional**

On successful completion, students will be able to

- familiarizarse de forma autónoma con un tema determinado del ámbito de la "Gestión Internacional".
- investigar de forma independiente la bibliografía específica del tema y evaluarla de forma específica.
- elaborar características, interrelaciones y conclusiones importantes en un trabajo escrito.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Business Administration & Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Seminario: Problemas actuales de la gestión internacional

Course Code: DLBINTSATIM01_S

| | | | | |
|--------------------------|---|----------------------|----------------|---------------------------------------|
| Study Level BA | Language of Instruction and Examination Spanish | Contact Hours | CP 5 | Admission Requirements none |
|--------------------------|---|----------------------|----------------|---------------------------------------|

Course Description

En el seminario "Problemas actuales de la gestión internacional" los estudiantes escriben un ensayo de investigación sobre un tema específico y presentan sus resultados. Los estudiantes demuestran que son capaces de familiarizarse de forma autónoma con un tema de gestión internacional y de documentar y presentar los conocimientos adquiridos de forma organizada.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- familiarizarse de forma autónoma con un tema determinado del ámbito de la "Gestión Internacional".
- investigar de forma independiente la bibliografía específica del tema y evaluarla de forma específica.
- elaborar características, interrelaciones y conclusiones importantes en un trabajo escrito.

Contents

- El seminario aborda los problemas actuales de la gestión internacional. Cada participante deberá redactar un trabajo de investigación sobre un tema asignado y presentar el contenido del trabajo escrito.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Seminar |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Research Essay |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Gestión de la cadena de suministro II

Module Code: DLBDESCM2_S

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Gestión de la cadena de suministro II)

Contributing Courses to Module

- Gestión de la cadena de suministro II (DLBDESCM02_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Exam, 90 Minutes

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

- Aspectos estratégicos de GCS
- Práctica de GCS: Tareas y actividades en el proceso de planificación central
- Práctica de GCS: Tareas y actividades en el proceso de adquisición central
- Práctica de GCS: Tareas y actividades en el proceso de producción central
- Práctica de GCS: Tareas y actividades en el proceso de distribución central

| | |
|--|---|
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Gestión de la cadena de suministro II</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ explicar sistemáticamente la importancia estratégica de los procesos de creación de valor en la empresa. ▪ comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de planificación central de GCS. ▪ sistematizar los elementos y las interrelaciones del modelo CPFR de forma diferenciada. ▪ conocer las características y peculiaridades de la logística contractual. ▪ comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de adquisición central de GCS. ▪ explicar los elementos y las características centrales de una estrategia de adquisición. ▪ comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de producción central de GCS. ▪ explicar los elementos y las características centrales de una estrategia de producción moderna. ▪ comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de distribución central de GCS. ▪ explicar los elementos y las características centrales del llamado concepto de ECR. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Transportation & Logistics</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programs in the Transport & Logistics field</p> |

Gestión de la cadena de suministro II

Course Code: DLBDESESCM02_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Desde la perspectiva de la investigación y la práctica de la gestión estratégica, las actividades cubiertas por el término GCS están estrechamente relacionadas con los esfuerzos para construir o mantener una ventaja competitiva operativa estable. Un debate fundamental sobre esta relación constituye el punto de partida del curso. Sobre esta base, se realiza un análisis diferenciado de las actividades e instrumentos relevantes para la estrategia en las categorías de procesos Plan, Fuentes, Fabricación, Entrega y Devolución utilizando el modelo SCOR. Se presta especial atención a los ámbitos prácticos de la gestión de la cadena de suministro, como la preparación de pedidos (plan), la gestión de las relaciones con los proveedores (fuentes), el aplazamiento (fabricación) y el concepto ECR (entrega).

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- explicar sistemáticamente la importancia estratégica de los procesos de creación de valor en la empresa.
- comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de planificación central de GCS.
- sistematizar los elementos y las interrelaciones del modelo CPFR de forma diferenciada.
- conocer las características y peculiaridades de la logística contractual.
- comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de adquisición central de GCS.
- explicar los elementos y las características centrales de una estrategia de adquisición.
- comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de producción central de GCS.
- explicar los elementos y las características centrales de una estrategia de producción moderna.
- comprender las tareas y los problemas más importantes del proceso de distribución central de GCS.
- explicar los elementos y las características centrales del llamado concepto de ECR.

Contents

1. Aspectos estratégicos de GCS
 - 1.1 Pensamiento y acción estratégicos: información general
 - 1.2 Enfoque en la competencia y GCS
 - 1.3 Ubicación de la competencia y GCS
 - 1.4 Normas de la competencia y GCS
2. Práctica de GCS: Proceso de planificación central
 - 2.1 Consideraciones preliminares generales
 - 2.2 Planificación, previsión y reposición en colaboración
 - 2.3 Promoción de pedidos
 - 2.4 Kanban
 - 2.5 Integración de proveedores de servicios logísticos X-PL
3. Práctica de GCS: Proceso de adquisición central
 - 3.1 Consideraciones preliminares generales
 - 3.2 Adquisición sincronizada de la producción
 - 3.3 Conceptos de abastecimiento
 - 3.4 Gestión de las relaciones con los proveedores
4. Práctica de GCS: Proceso de producción central
 - 4.1 Aspectos seleccionados de los antecedentes del problema
 - 4.2 Ingeniería colaborativa
 - 4.3 Estrategias de aplazamiento
 - 4.4 Asociación de valor añadido
5. Práctica de GCS: Proceso de distribución central
 - 5.1 Información básica sobre el problema de la distribución
 - 5.2 Respuesta eficiente del consumidor (ECR)
 - 5.3 Almacén de consignación

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Bookbinder, J. H. (2013). Handbook of global logistics: Transportation in international supply chains. International series in operations research & management science: Bd. 181. Springer.
- Chopra, S (2019). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, EBook, Global Edition, Pearson Education, Limited. ProQuest Ebook Central.
- Chopra, S. & Meindl, P. (2016). Supply chain management: Strategy, planning, and operation. Always learning. Pearson.
- Christopher, M. (2016). Logistics & supply chain management (Fifth edition). Pearson.
- Ganesan, R. (2015). The profitable supply chain: A practitioner's guide. Apress.
- Grant, D. B. (2012). Logistics management. Pearson.
- Kurbel, K. (2013). Enterprise resource planning and supply chain management: Functions, business processes and software for manufacturing companies. Progress in IS. Springer.
- Pawar, K. S., Rogers, H., Potter, A. & Naim, M. (2015). Developments in Logistics and Supply Chain Management: Past, Present and Future. Palgrave Macmillan.
- Piotrowicz, W. & Cuthbertson, R. (Hrsg.). (2015). Supply chain design and management for emerging markets: Learning from countries and regions. Springer International Publishing.
- Scott, C., Lundgren, H. & Thompson, P. (2018). Guide to Supply Chain Management: An end to end perspective. Management for professionals. Springer.
- Sindi, S. & Roe, M. (2017). Strategic supply chain management: The development of a diagnostic model. Palgrave Macmillan.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Gestión ágil de proyectos

Module Code: DLBCSAPM_S

| | | | | |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements ninguno | Study Level BA | CP 5 | Student Workload 150 h |
|--------------------------------------|--|--------------------------|----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination Spanish |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Gestión ágil de proyectos)

Contributing Courses to Module

- Gestión ágil de proyectos (DLBCSAPM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: Distance Learning
Written Assessment: Project Report

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

En este curso, los estudiantes aprenden competencias de acción en el ámbito de la gestión ágil de proyectos. Se familiarizarán con los valores, actividades, funciones y productos de los procedimientos ágiles usando Scrum como ejemplo.

Learning Outcomes**Gestión ágil de proyectos**

On successful completion, students will be able to

- explicar las diferencias entre gestión ágil de proyectos y gestión de proyectos según planificación.
- explicar los principios ágiles.
- trabajar juntos de manera ágil según los valores definidos en Scrum.
- aplicar las actividades definidas en Scrum.
- asumir la responsabilidad de los roles definidos en Scrum.
- crear y mantener los productos definidos en Scrum.
- considerar la creciente importancia de la colaboración internacional, intercultural y virtual en los proyectos.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Project Management

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Business & Management field

Gestión ágil de proyectos

Course Code: DLBCSAPM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

En este curso los estudiantes recibirán una introducción práctica a la gestión ágil de proyectos. Además de enseñarles los principios básicos individuales de esta metodología, se estudiarán en detalle las diferencias entre la gestión ágil de proyectos y la gestión de proyectos según planificación. Para comprender y experimentar la gestión ágil de proyectos, se presentan los valores, actividades, funciones y productos de procedimientos ágiles típicos usando Scrum y posteriormente se ponen en práctica en un proyecto modelo.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- explicar las diferencias entre gestión ágil de proyectos y gestión de proyectos según planificación.
- explicar los principios ágiles.
- trabajar juntos de manera ágil según los valores definidos en Scrum.
- aplicar las actividades definidas en Scrum.
- asumir la responsabilidad de los roles definidos en Scrum.
- crear y mantener los productos definidos en Scrum.
- considerar la creciente importancia de la colaboración internacional, intercultural y virtual en los proyectos.

Contents

- En este curso, los estudiantes aprenden distintas destrezas en el ámbito de la gestión ágil de proyectos. A diferencia de la gestión de proyectos según planificación, se enseñan los principios de agilidad usados en desarrollo de software moderno. Utilizando el ejemplo de Scrum, los estudiantes adquirirán destrezas relativas a la aplicación de un enfoque ágil y posteriormente aplicarán su conocimiento de los respectivos roles y actividades en un proyecto simple para obtener una experiencia práctica inicial, documentándolo en un Informe del proyecto. El contenido de los proyectos se obtiene de las habilidades y requisitos individuales de los estudiantes.

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Chovanova, H. et al. (2020). Agile Project Management – What is It?:IEEE. In 18th International Conference on Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA), Emerging eLearning Technologies and Applications (ICETA), 2020 18th International Conference.
- Douglass, B. P. (2016). Agile systems engineering. Morgan Kaufmann, p. 151-160
- Project Management Institute (2017). Agile Practice Guide. Project Management Institute.
- Measey P./Radtac (2015). Agile Foundations -Principles, Practices and Frameworks. BCS The Chartered Institute for IT, p. 131-140, p. 148-152.
- Schwaber, K./Sutherland, J. (2020). The Scrum Guide. (URL: <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-US.pdf#zoom=100> [último acceso el 23.06.2021])
- Beck, K. et al. (2001). Manifesto for Agile Software Development. (URL: <https://agilemanifesto.org/> [último acceso el 23.06.2021]).
- Dalton, Jeff (2019). Great Big Agile. An OS for Agile Leaders.
- Apress.Agile Alliance (2021). Subway Map to Agile Practices. (URL: <https://www.agilealliance.org/agile101/subway-map-to-agile-practices/> [último acceso el 23.06.2021]).

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBCSAPM01_S

Gestión de personas y fundamentos de la psicología empresarial

Module Code: DLBBAEMPFB_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in |
|------------------------------|--------------------|----------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe |

| Module Coordinator |
|--|
| N.N. (Introducción al "nuevo trabajo") / N.N. (Psicología empresarial) |

| Contributing Courses to Module |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Introducción al "nuevo trabajo" (DLBNWENW01_S) Psicología empresarial (DLBMPS01_S) |

| Module Exam Type | |
|------------------------------|--|
| Module Exam | Split Exam |
| | <u>Introducción al "nuevo trabajo"</u> <ul style="list-style-type: none"> Study Format "Distance Learning": Exam, <u>Psicología empresarial</u> <ul style="list-style-type: none"> Study Format "Distance Learning": Exam, |
| Weight of Module | |
| s. Curriculum/see curriculum | |

Module Contents

Introducción al "nuevo trabajo"

- El mundo laboral del futuro
- Desarrollo del concepto
- El "nuevo trabajo" como enfoque interdisciplinario
- Megatendencias
- Efectos de las formas de organización ágiles
- Liderazgo y cooperación en el "nuevo trabajo"
- Capacitación
- Desarrollo de competencias
- Condiciones generales

Psicología empresarial

- Teorías generales de la psicología empresarial
- Psicología de los procesos microeconómicos
- Psicología de los procesos macroeconómicos
- Psicología del cambio
- La organización de aprendizaje

Learning Outcomes**Introducción al "nuevo trabajo"**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar y comprender los retos del cambio tecnológico y social.
- transferir los nuevos desafíos a la gestión de los recursos humanos y la cultura de liderazgo en las empresas.
- comprender los conceptos de organizaciones ágiles y fluidas y las consecuencias resultantes.
- identificar soluciones para factores ambientales complejos sobre el liderazgo y la gestión de los recursos humanos.

Psicología empresarial

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- describir los supuestos económicos centrales y sus factores de influencia y cuestionarlos de forma crítica en relación con la acción y la toma de decisiones concretas.
- analizar importantes teorías en el campo de la motivación, la cognición y la interacción y explicar su importancia para las tareas y contextos económicos.
- explicar los condicionantes psicológicos fundamentales y los modelos explicativos de los procesos y fenómenos macroeconómicos y aplicarlos a cuestiones económicas centrales.
- presentar la importancia del trabajo y los factores de influencia esenciales desde una perspectiva psicológica y las posibilidades operativas para la configuración del trabajo.
- diferenciar los modelos y conceptos psicológicos esenciales para describir e influir en el comportamiento humano en organizaciones y grupos.
- evaluar las posibilidades y los límites del desarrollo dirigido de las organizaciones sobre la base de las teorías y modelos psicológicos centrales y elaborar recomendaciones de comportamiento.
- debatir sobre los conceptos psicológicos básicos de la organización de aprendizaje y diseñar medidas para la vida laboral cotidiana.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Human Resources and Psychology

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Human Resources and Social Sciences field

Introducción al "nuevo trabajo"

Course Code: DLBNWENW01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Cada vez más empresas dejan atrás sus sistemas burocráticos y estructuras jerárquicas y adoptan un estilo de trabajo ágil. Los conocimientos aumentan y quedan obsoletos a un ritmo cada vez mayor. La autonomía y la creatividad adquieren mayor importancia en cada vez más empresas. Cada vez más, se crean procesos y departamentos siguiendo unos principios ágiles. El trabajo experimenta una creciente disolución de los límites con efectos tanto positivos como negativos. La cuestión de cómo las estructuras y la cultura empresarial se adaptan mejor y más rápidamente a los ciclos de innovación más cortos y a los cambios del entorno afecta a todas las empresas y a la gestión de sus recursos humanos. Es más importante que nunca que los conocimientos y las cualificaciones estén a la última, por lo que el aprendizaje continuo debe ocupar un lugar más destacado en el lugar de trabajo. En el contexto del cambio social y demográfico, el trabajo y las organizaciones se alejan cada vez más del taylorismo y se acercan a organizaciones integrales y evolutivas cuyo trabajo se caracteriza por la autogestión, la visión holística y las tareas significativas. Esto va acompañado de un cambio de orientación, que se aleja de la burocracia para acercarse a las estructuras democráticas y a la capacitación. Este curso proporciona una introducción al complejo y contemporáneo tema del nuevo mundo laboral y la estructura del trabajo. Partiendo de una clasificación del tema, definiremos las megatendencias sociales como factores esenciales que influyen en la gestión de los recursos humanos y la organización. A partir de ahí, hablaremos del dipolo de estructuras organizativas rígidas y ágiles, y los efectos resultantes en el liderazgo, la gestión del personal y los empleados. Además, estudiaremos los conceptos de cooperación y liderazgo durante la implantación de nuevas estructuras y métodos de trabajo, así como las competencias necesarias. El desarrollo de competencias aborda el modo en que el aprendizaje, las actitudes y las habilidades interactúan para dotar a las empresas de procesos ágiles. Por último, haremos una reflexión crítica sobre el concepto de "nuevo trabajo" y analizaremos las ventajas y desventajas para los implicados, sobre todo en el contexto de las condiciones jurídicas y sociales.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar y comprender los retos del cambio tecnológico y social.
- transferir los nuevos desafíos a la gestión de los recursos humanos y la cultura de liderazgo en las empresas.
- comprender los conceptos de organizaciones ágiles y fluidas y las consecuencias resultantes.
- identificar soluciones para factores ambientales complejos sobre el liderazgo y la gestión de los recursos humanos.

Contents

1. ¿Qué es el "nuevo trabajo"?
 - 1.1 El mundo laboral del futuro
 - 1.2 Desarrollo del concepto
 - 1.3 El "nuevo trabajo" como enfoque interdisciplinario
2. Megatendencias
 - 2.1 Globalización
 - 2.2 Digitalización y conectividad
 - 2.3 Individualización y cambio de valores
 - 2.4 Cambio y diversidad demográficos
3. Organización del "nuevo trabajo"
 - 3.1 Formas de organización fijas
 - 3.2 Formas de organización ágiles
 - 3.3 Efectos de las formas de organización ágiles
4. Liderazgo y cooperación en el "nuevo trabajo"
 - 4.1 Capacitación
 - 4.2 Liderazgo
 - 4.3 Nuevas formas de cooperación ágil
 - 4.4 Nuevos marcos, métodos y herramientas de cooperación
5. Desarrollo de competencias
 - 5.1 Competencias
 - 5.2 Escenarios y mentalidad
 - 5.3 Aprendizaje continuo

6. Condiciones generales y crítica
 - 6.1 Condiciones generales
 - 6.2 Clasificación crítica del "nuevo trabajo"

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- 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. En: Academy of management Journal, Journal 50 „Magazine 5, p. 1217–1234.
- Felin, T./Powell, T. C. (2016): Designing organizations for dynamic capabilities. En: California Management Review, Journal 58, Magazine 4, p. 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.
- Maitland, A./Thomson, P. (2011): Future work: How businesses can adapt and thrive in the new world of work. Springer, Berlin.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Psicología empresarial

Course Code: DLBMPS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Las decisiones en situaciones complejas no siguen las reglas de la lógica, sino que están determinadas por las características del comportamiento de los participantes en el mercado. Para comprender mejor este comportamiento y hacer previsiones fiables basadas en él, se recomienda que la economía incluya los descubrimientos en el campo de la psicología. Tras una introducción a la psicología empresarial y sus factores de influencia, los estudiantes se familiarizan con las diversas teorías sobre la motivación, la cognición y la interacción. A continuación, este curso estudia la psicología empresarial a nivel macro y microeconómico. Los estudiantes aprenden sobre la visión psicológica del desarrollo de los países y las sociedades, así como la psicología de las organizaciones y los grupos. Además, se examina la psicología del trabajo en relación con los recursos humanos en general y la satisfacción laboral en particular. Los estudiantes aprenden y comprenden la importancia del cambio en las organizaciones y el principio de la organización de aprendizaje. La capacidad de aprender más rápido que la competencia es uno de los factores competitivos más importantes. Las organizaciones de aprendizaje promueven el aprendizaje conjunto e individual y aumentan la motivación de los empleados hacia el trabajo.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- describir los supuestos económicos centrales y sus factores de influencia y cuestionarlos de forma crítica en relación con la acción y la toma de decisiones concretas.
- analizar importantes teorías en el campo de la motivación, la cognición y la interacción y explicar su importancia para las tareas y contextos económicos.
- explicar los condicionantes psicológicos fundamentales y los modelos explicativos de los procesos y fenómenos macroeconómicos y aplicarlos a cuestiones económicas centrales.
- presentar la importancia del trabajo y los factores de influencia esenciales desde una perspectiva psicológica y las posibilidades operativas para la configuración del trabajo.
- diferenciar los modelos y conceptos psicológicos esenciales para describir e influir en el comportamiento humano en organizaciones y grupos.
- evaluar las posibilidades y los límites del desarrollo dirigido de las organizaciones sobre la base de las teorías y modelos psicológicos centrales y elaborar recomendaciones de comportamiento.
- debatir sobre los conceptos psicológicos básicos de la organización de aprendizaje y diseñar medidas para la vida laboral cotidiana.

Contents

1. Psicología económica de las personas
 - 1.1 Psicología económica
 - 1.2 El comportamiento humano en la economía
2. Factores que influyen en los supuestos económicos básicos
 - 2.1 Teorías de la toma de decisiones y anomalías en la toma de decisiones
 - 2.2 Percepción del procesamiento de la información
 - 2.3 Sentimientos
3. Teorías de la psicología empresarial
 - 3.1 Teorías del campo de la motivación
 - 3.2 Teorías del campo de la cognición
 - 3.3 Teorías del campo de la interacción
4. Psicología de los procesos macroeconómicos
 - 4.1 Psicología del desarrollo económico
 - 4.2 Psicología de las sociedades desarrolladas
 - 4.3 Psicología de los mercados
 - 4.4 Psicología del dinero
5. Psicología de los procesos microeconómicos I
 - 5.1 Psicología del trabajo
 - 5.2 Psicología de la fuerza laboral
 - 5.3 Psicología del diseño del trabajo
 - 5.4 Psicología de la satisfacción en el trabajo
 - 5.5 Psicología de la carga de trabajo
6. Psicología económica de los procesos microeconómicos II
 - 6.1 Psicología de las organizaciones
 - 6.2 Grupos organizativos
 - 6.3 Poder organizativo
 - 6.4 Conflictos organizativos
 - 6.5 Liderazgo organizativo
7. Psicología del cambio
 - 7.1 Áreas de cambio organizativo
 - 7.2 Fases del cambio organizativo
 - 7.3 Desarrollo organizativo

- 8. La organización de aprendizaje
 - 8.1 Pensamiento sistémico
 - 8.2 Dominio personal
 - 8.3 Modelos mentales
 - 8.4 Visiones
 - 8.5 Aprendizaje en equipo

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBMPS01_S

Ventas aplicadas

Module Code: DLBDSEAS_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Ventas aplicadas I) / N.N. (Ventas aplicadas II)

Contributing Courses to Module

- Ventas aplicadas I (DLBDSEAS01_S)
- Ventas aplicadas II (DLBDSEAS02_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Ventas aplicadas I

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Ventas aplicadas II

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents

Ventas aplicadas I

- Fundamentos de las ventas aplicadas
- El sistema de distribución
- Ventas personales
- Planes de ventas
- Captación de nuevos clientes
- La visita de ventas
- Tácticas conversacionales
- Negociaciones
- Otros canales de ventas

Ventas aplicadas II

- Marketing y ventas
- La satisfacción del cliente como factor de éxito
- Personalidades en las ventas
- Comunicación orientada al cliente
- Presentación y retórica
- Fidelización de clientes
- Red de contactos
- Caso práctico

Learning Outcomes

Ventas aplicadas I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender los fundamentos de las ventas aplicadas y situarlos en el contexto de la empresa.
- comprender la interacción de las distintas facetas de las ventas aplicadas.
- diferenciar y evaluar los distintos sistemas de ventas.
- describir los tipos de ventas actuales y sus características.
- supervisar y clasificar todo el proceso de ventas, desde la captación hasta la retención de clientes.
- comprender los fundamentos de la gestión de las ventas y la negociación y aplicarlos.
- nombrar los instrumentos de venta habituales, reconocer sus ventajas e inconvenientes y reflexionar sobre los campos de aplicación y las posibilidades esenciales.

Ventas aplicadas II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender la interacción y las respectivas áreas de responsabilidad de marketing y ventas.
- reflexionar y clasificar los objetivos y medidas en el marco del sistema de ventas aplicadas.
- evaluar la importancia de la satisfacción y la retención de los clientes. Además, los estudiantes se familiarizarán con los elementos centrales de diseño de CRM.
- reflexionarán sobre los enfoques alternativos de la gestión de la fidelización y las relaciones con los clientes, los evaluarán y los aplicarán en la práctica empresarial.
- comprenderán el significado de los términos "ciclo de vida del cliente" y "valor del cliente", y desarrollarán enfoques para gestionarlos en el sentido de los respectivos objetivos de ventas.
- usarán técnicas de presentación descriptivas para convencer a los clientes y a otros socios comerciales.
- comprenderán la importancia de la creación de redes de contacto y desarrollarán estrategias para ampliar la base de contactos.
- desarrollarán y evaluarán sus propios análisis de mercado y conceptos de venta sobre la base de la experiencia práctica en el marco del caso práctico.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Marketing & Sales

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field

Ventas aplicadas I

Course Code: DLBDSEAS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

La demanda de pensamiento comercial es cada vez mayor. La globalización de la demanda, unida a la elevada competencia, hace que las empresas tengan cada vez más dificultades para competir por los clientes. Al mismo tiempo, los clientes están cada vez mejor informados, mientras que los mercados de suministro tradicionales están saturados y por encima de su capacidad. Para tener éxito en este entorno, es necesario pensar y actuar en materia de ventas, así como un nuevo tipo de vendedor. En el curso "Ventas aplicadas I (Introducción)", los participantes se familiarizan con los conceptos básicos de las ventas aplicadas. Aprenderán sobre la organización de las ventas, el trato con los canales de venta alternativos y conocerán el proceso de planificación de las ventas dedicadas. Los contenidos del módulo se complementan con la captación satisfactoria de nuevos clientes, para lo cual se presta especial atención a la organización y ejecución de visitas a clientes y a la realización de conversaciones y negociaciones.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender los fundamentos de las ventas aplicadas y situarlos en el contexto de la empresa.
- comprender la interacción de las distintas facetas de las ventas aplicadas.
- diferenciar y evaluar los distintos sistemas de ventas.
- describir los tipos de ventas actuales y sus características.
- supervisar y clasificar todo el proceso de ventas, desde la captación hasta la retención de clientes.
- comprender los fundamentos de la gestión de las ventas y la negociación y aplicarlos.
- nombrar los instrumentos de venta habituales, reconocer sus ventajas e inconvenientes y reflexionar sobre los campos de aplicación y las posibilidades esenciales.

Contents

1. Fundamentos de la distribución y las ventas aplicadas
 - 1.1 Tareas y formas de distribución aplicada
 - 1.2 El marketing como base de las ventas
 - 1.3 Distribución, ventas y otros términos
 - 1.4 Ventas en diferentes sectores económicos

2. El sistema de distribución
 - 2.1 Formas de ventas
 - 2.2 Organización de ventas
 - 2.3 Gestión de cuentas clave
 - 2.4 Distribución multicanal
3. Ventas personales
 - 3.1 Los "nuevos vendedores"
 - 3.2 Requisitos de las personalidades de ventas
 - 3.3 El gestor de cuentas clave
 - 3.4 Tarea de los directores de ventas
4. Plan de ventas
 - 4.1 Tareas y objetivos de la gestión de ventas
 - 4.2 Observación de la competencia en el contexto de la gestión de ventas
 - 4.3 Análisis de potencial y planificación de ventas
 - 4.4 Control de ventas y estrategias de visita
5. Captación de nuevos clientes
 - 5.1 Identificación del potencial de los nuevos clientes
 - 5.2 Gestión de las relaciones con los clientes y adquisición de clientes
 - 5.3 Ferias y eventos
 - 5.4 Red de contactos
6. La visita de ventas
 - 6.1 Frecuencia y preparación de las visitas
 - 6.2 Realización de una visita
 - 6.3 Informes de visitas y seguimiento
 - 6.4 Cuidados posteriores y seguimiento
7. Tácticas conversacionales
 - 7.1 Preparación de una conversación estructurada
 - 7.2 Conversación orientada a objetivos: el modelo D.A.L.A.S.
 - 7.3 Técnicas de entrevista

8. Negociaciones
 - 8.1 Psicología de la negociación
 - 8.2 Estructura de la negociación
 - 8.3 Gestión de objeciones
 - 8.4 Negociación de precios

9. Otros canales de ventas
 - 9.1 Telemarketing
 - 9.2 Ventas por catálogo y folleto
 - 9.3 Internet y comercio electrónico (e-commerce)

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Bloomfield, J. (2020). NeuroSelling: Mastering the customer conversation using the surprising science of decision making. Axon Publishing.
- Jobber, D., Lancaster, G., & Le Meunier-FitzHugh, K. (2019). Selling and sales management (10th ed.). Pearson.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2016). Managing customer experience and relationships: A strategic framework (3rd ed.). Wiley.
- Pink, D. H. (2012). To sell is human: The surprising truth about moving others. Riverhead Books.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Ventas aplicadas II

Course Code: DLBDSEAS02_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

El curso "Ventas aplicadas II" se basa en los fundamentos impartidos en el curso "Ventas aplicadas I", pero los amplía y profundiza en ellos. En primer lugar, se examina con más detalle la tensión entre el marketing y las ventas. A partir de ahí, se obtienen y se operacionalizan los antecedentes esenciales y las cifras objetivo centrales para una gestión satisfactoria de las ventas (por ejemplo, la satisfacción y la fidelización del cliente, así como el ciclo de vida del cliente) con el fin de crear la base para una gestión eficiente y eficaz de las relaciones con los clientes. A medida que avanza el proceso, también se prestará atención a los procesos mentales y al comportamiento del consumidor en general. Además, se profundiza en las estrategias y vías de éxito de la negociación y se complementa con técnicas de comunicación convincentes. El curso concluye con un caso práctico en el que los estudiantes tienen la oportunidad de aplicar lo que han aprendido de manera práctica.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender la interacción y las respectivas áreas de responsabilidad de marketing y ventas.
- reflexionar y clasificar los objetivos y medidas en el marco del sistema de ventas aplicadas.
- evaluar la importancia de la satisfacción y la retención de los clientes. Además, los estudiantes se familiarizarán con los elementos centrales de diseño de CRM.
- reflexionarán sobre los enfoques alternativos de la gestión de la fidelización y las relaciones con los clientes, los evaluarán y los aplicarán en la práctica empresarial.
- comprenderán el significado de los términos "ciclo de vida del cliente" y "valor del cliente", y desarrollarán enfoques para gestionarlos en el sentido de los respectivos objetivos de ventas.
- usarán técnicas de presentación descriptivas para convencer a los clientes y a otros socios comerciales.
- comprenderán la importancia de la creación de redes de contacto y desarrollarán estrategias para ampliar la base de contactos.
- desarrollarán y evaluarán sus propios análisis de mercado y conceptos de venta sobre la base de la experiencia práctica en el marco del caso práctico.

Contents

1. Marketing y ventas
 - 1.1 Tareas y funciones de marketing
 - 1.2 Marketing de ventas en diferentes sectores económicos
 - 1.3 Marketing de relaciones
 - 1.4 Cooperaciones internacionales de marketing y ventas
2. La satisfacción del cliente como factor de éxito
 - 2.1 Gestión de las relaciones con los clientes (CRM)
 - 2.2 La cadena de éxito de CRM
 - 2.3 Estrategias de relaciones con los clientes
3. Personalidades en las ventas
 - 3.1 Personalidades en las ventas y diferenciación
 - 3.2 La venta en equipo
 - 3.3 Negociación con los comités
4. Comunicación orientada al cliente
 - 4.1 Tareas de comunicación en las ventas
 - 4.2 Promoción de ventas por el personal de ventas
 - 4.3 Promoción de ventas en equipo
 - 4.4 Promoción de ventas por la empresa
5. Presentación y retórica
 - 5.1 La retórica en las ventas
 - 5.2 Técnicas de presentación
 - 5.3 Comunicación no verbal
6. Fidelización de clientes
 - 6.1 Gestión de la retención de clientes
 - 6.2 Programas de clientes y otras herramientas de fidelización
 - 6.3 Gestión de reclamaciones
7. Red de contactos
 - 7.1 Competencias de la red en la empresa
 - 7.2 Construcción y formación de relaciones
 - 7.3 Red de contactos a través de las redes sociales

8. Caso práctico de IQ Media Marketing
 - 8.1 La situación del mercado
 - 8.2 La situación del marketing
 - 8.3 IQ Media Marketing e IQ Digital Media Marketing

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Jobber, D./Lancaster, G./Le Meunier-Fitzhugh, K. (2019): *Selling and Sales Management*, 11th Ed.; Pearson.
- Johnston, M.W./Marshall (2021): *Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology*; Routledge.
- Jordan, J./Vazzana, M. (2011): *Cracking the Sales Management Code: The Secrets to Measuring and Managing Sales Performance*; 13th Ed.; McGraw Hill.
- Kumar, V./Reinartz, W. (2018): *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*; 3rd Ed.; Springer Texts in Business and Economics.
- Marcos, J./Davies, M. (2019): *Implementing Key Account Management: Designing Customer-Centric Processes for Mutual Growth*; KoganPage.
- Peppers, D./Rogers, M. (2011): *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*; 2nd Ed.; Wiley.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBDSEAS02_S

Inteligencia empresarial

Module Code: DLBCSEBI_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Inteligencia empresarial) / N.N. (Proyecto: Inteligencia empresarial)

Contributing Courses to Module

- Inteligencia empresarial (DLBCSEBI01_S)
- Proyecto: Inteligencia empresarial (DLBCSEBI02_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Inteligencia empresarial

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Proyecto: Inteligencia empresarial

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents**Inteligencia empresarial**

- Principios básicos de desarrollo de software móvil
- Arquitectura de sistemas Android
- Entorno de desarrollo
- Componentes esenciales de una aplicación Android
- Interacción entre componentes de una aplicación
- Técnicas avanzadas

Proyecto: Inteligencia empresarial

Concepción, implementación y documentación de aplicaciones móviles pequeñas en función de una tarea concreta.

Learning Outcomes**Inteligencia empresarial**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- explicar la motivación, casos prácticos y principios básicos de la inteligencia empresarial.
- identificar y explicar técnicas y métodos para proporcionar y modelar datos, así como tipos de datos relacionados con la IE, diferenciándolos entre ellos.
- explicar técnicas y métodos para la generación y almacenamiento de información y seleccionar de manera independiente métodos apropiados en función de requisitos concretos.

Proyecto: Inteligencia empresarial

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- diseñar de manera independiente una solución a un problema práctico en el campo de la inteligencia empresarial para posteriormente implementar un prototipo y documentar los resultados.
- identificar y explicar problemas y retos típicos en el diseño e implementación de pequeñas soluciones de BI.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Computer Science & Software Development

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the IT & Technology field

Inteligencia empresarial

Course Code: DLBCSEBI01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

La inteligencia empresarial (IE) se usa para obtener información a partir de datos de las empresas que sean pertinentes para la gestión corporativa específica y la optimización de las actividades comerciales. Este curso presenta y explica técnicas, procedimientos y modelos para suministro de datos, generación y análisis de información, así como distribución de la información obtenida. Una vez finalizado, usted podrá explicar las distintas áreas temáticas de almacenamiento de datos y seleccionar de manera independiente métodos y técnicas para cumplir con requisitos específicos.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- explicar la motivación, casos prácticos y principios básicos de la inteligencia empresarial.
- identificar y explicar técnicas y métodos para proporcionar y modelar datos, así como tipos de datos relacionados con la IE, diferenciándolos entre ellos.
- explicar técnicas y métodos para la generación y almacenamiento de información y seleccionar de manera independiente métodos apropiados en función de requisitos concretos.

Contents

1. Motivación y conceptualización
 - 1.1 Motivación y desarrollo histórico
 - 1.2 IE como marco de trabajo
2. Suministro de datos
 - 2.1 Sistemas operativos y dispositivos
 - 2.2 Concepto de almacén de datos
 - 2.3 Variaciones de arquitectura
3. Almacén de datos
 - 3.1 Proceso ETL
 - 3.2 DWH y data mart
 - 3.3 ODS y metadatos

4. Modelado de espacios de datos multidimensionales
 - 4.1 Modelado de datos
 - 4.2 Cubos OLAP
 - 4.3 Almacenamiento físico
 - 4.4 Esquema en estrella y en copo de nieve
 - 4.5 Historización
5. Sistemas de análisis
 - 5.1 Búsqueda de datos libres y OLAP
 - 5.2 Sistemas de informe
 - 5.3 Sistemas de análisis basados en modelos
 - 5.4 Sistemas orientados a conceptos
6. Distribución y acceso
 - 6.1 Distribución de la información
 - 6.2 Acceso a la información

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Grossmann, W., & Rinderle-Ma, S. (2015). *Fundamentals of business intelligence*. Springer.
- Kolb, J. (2013). *Business intelligence in plain language: A practical guide to data mining and business analytics*. Createspace.
- Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2014). *Business intelligence and analytics: Systems for decision support*. Pearson.
- Sherman, R. (2014). *Business intelligence guidebook: From data integration to analytics*. Morgan Kaufmann.
- Vaisman, A., & Zimányi, E. (2016). *Data warehouse systems: Design and implementation*. Springer.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Proyecto: Inteligencia empresarial

Course Code: DLBCSEBI02_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Usando métodos y técnicas conocidas del campo de la inteligencia empresarial, en este curso, los estudiantes trabajarán de forma autónoma sobre una cuestión práctica. Al finalizar el curso, serán capaces de diseñar y crear prototipos de aplicaciones de inteligencia empresarial en función de requisitos concretos de manera independiente.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- diseñar de manera independiente una solución a un problema práctico en el campo de la inteligencia empresarial para posteriormente implementar un prototipo y documentar los resultados.
- identificar y explicar problemas y retos típicos en el diseño e implementación de pequeñas soluciones de BI.

Contents

- Implementación y documentación de cuestiones prácticas relacionadas con el uso de aplicaciones de inteligencia empresarial. Los escenarios típicos son, por ejemplo, "Gestión de proyectos de IE", "Diseño de modelos de datos multidimensionales" e "Implementación prototípica de pequeñas aplicaciones de IE".

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Christoph Meinel, Hasso Plattner, Larry Leifer (2011): Design Thinking: Understand – Improve – Apply; Springer Berlin Heidelberg.
- Jeanne Liedtka (2018): Why Design Thinking Works. In: Harvard Business Review, issue: 2018/09, pages. 72–79.
- Christoph Meinel, Larry J. Leifer (2021): Design Thinking Research: Interrogating the Doing; Springer International Publishing.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBCSEBI02_S

Marketing digital y Social Media Marketing

Module Code: DLBMSM-01_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Marketing digital) / N.N. (Social Media Marketing)

Contributing Courses to Module

- Marketing digital (DLBMSM01-01_S)
- Social Media Marketing (DLBMSM02-01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Marketing digital

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Written Assignment

Social Media Marketing

- Study Format "Distance Learning": Advanced Workbook

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents

Marketing digital

- Fundamentos del marketing digital
- Formas y canales de marketing digital
- Estrategia de marketing digital
- Planificación de medios digitales
- La presencia en línea
- Marketing móvil y m-commerce
- Leyes en el entorno digital
- Retención y servicio al cliente en línea
- Analítica web

Social Media Marketing

- Fundamentos del Social-Media-Marketing
- Social-Media-Marketing en el marketing mix general
- Mapa de redes sociales
- Desarrollo de estrategias de redes sociales
- Las redes sociales en la gestión de la innovación
- Social Media Marketing operacional
- Marco jurídico de las redes sociales
- Desarrollos en Social-Media-Marketing

Learning Outcomes**Marketing digital**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- clasificar y considerar de forma estratégica los aspectos básicos de interés para el marketing digital (proceso de comunicación en línea, creación de valor electrónico, etc.).
- conocer los diferentes canales de marketing digital y, sobre esta base, evaluar las medidas de publicidad digital de forma estratégica y operativa.
- concebir una estrategia de marketing digital y tomar decisiones estratégicas y operativas.
- atraer y retener a los clientes mediante medidas de marketing digital.
- medir y evaluar los programas de marketing digital.
- evaluar fundamentalmente las posibilidades de comercialización de una empresa en la World Wide Web.
- considerar la importancia de los dispositivos móviles en el marketing mix digital.

Social Media Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender las implicaciones sociales y las estrategias de comunicación en red y aplicarlas al ámbito del Social Media Marketing.
- integrar el Social Media Marketing en el marketing mix general.
- desarrollar una estrategia de redes sociales y propuestas para su implementación operativa.
- evaluar los distintos canales de redes sociales (Facebook, Instagram...).
- usar las redes sociales para la gestión de la innovación y las redes.
- evaluar fundamentalmente las oportunidades de marketing de una empresa en el sector de las redes sociales y tomar decisiones estratégicas al respecto.
- evaluar los desarrollos en Social Media Marketing desde una perspectiva sociológica y empresarial.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Online & Social Media Marketing

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field

Marketing digital

Course Code: DLBMSM01-01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Este curso utiliza fundamentos interdisciplinarios que permiten a los estudiantes tratar el tema del marketing digital de forma operativa y estratégica. Esto incluye los principios empresariales y económicos, así como los fundamentos comunicativos multimedia o la consideración de la tonalidad básica de los canales de marketing digital. Esta visión holística es esencial para la planificación estratégica: además de considerar el posicionamiento de las empresas en la World Wide Web, el curso también trabajará cómo se pueden optimizar las apariciones del marketing digital. La medición del éxito y la evaluación de las cifras clave de interés completan la base integral de todo el módulo. El curso "Marketing digital" enseña términos y conceptos técnicos básicos. Entre ellos, el proceso de comunicación en línea, el valor añadido del marketing digital, así como la creación de valor electrónico y los modelos de negocio. A partir de estos conocimientos, el curso aborda aspectos como la idoneidad del producto, la política de precios, la política de distribución y las distintas formas de comercialización y distribución en Internet. El curso amplía la comprensión de los elementos estratégicos y sobre todo operativos del marketing digital, como la planificación y realización de campañas publicitarias a través de diversos canales de venta. Además, se tiene en cuenta el creciente desarrollo de la comunicación móvil y se considera el marketing móvil como parte del marketing mix digital. Para comprender el comportamiento de los clientes en línea, el curso aborda los efectos específicos de la publicidad en relación con el marketing digital. A partir de los principios de la captación de clientes, el curso analiza la retención y fidelización de clientes en el marketing digital, las estrategias y tácticas para aumentar el número de clientes, las campañas en línea y la importancia de las relaciones en línea. Los estudiantes aprenden los aspectos legales y los principios de la Ordenanza de Protección de Datos (DSGVO) alemana relativos al marketing digital para fundamentar legalmente las campañas publicitarias y las aproximaciones a los clientes. Este curso ofrece a los estudiantes la oportunidad de conocer y poner en práctica los distintos aspectos de la gestión del marketing digital. Aprenden a evaluar la planificación de los medios de comunicación en línea a través de la analítica web y el seguimiento dirigido. Para ello, los estudiantes aprenden los indicadores clave de rendimiento (KPI) relevantes del marketing digital, que son una condición esencial para optimizar las estrategias en línea.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- clasificar y considerar de forma estratégica los aspectos básicos de interés para el marketing digital (proceso de comunicación en línea, creación de valor electrónico, etc.).
- conocer los diferentes canales de marketing digital y, sobre esta base, evaluar las medidas de publicidad digital de forma estratégica y operativa.
- concebir una estrategia de marketing digital y tomar decisiones estratégicas y operativas.
- atraer y retener a los clientes mediante medidas de marketing digital.
- medir y evaluar los programas de marketing digital.
- evaluar fundamentalmente las posibilidades de comercialización de una empresa en la World Wide Web.
- considerar la importancia de los dispositivos móviles en el marketing mix digital.

Contents

1. Fundamentos del marketing digital
 - 1.1 Desarrollo y concepto del marketing digital
 - 1.2 El proceso de comunicación en línea
 - 1.3 Valor añadido del marketing digital
 - 1.4 El papel del marketing digital en el marketing mix
 - 1.5 El valor añadido electrónico
 - 1.6 Conceptos y plataformas de comercio electrónico
 - 1.7 Desarrollos y tendencias actuales
2. Formas y canales de marketing digital
 - 2.1 Visión general de las formas de marketing digital
 - 2.2 Afiliación y marketing en buscadores
 - 2.3 Publicidad en pantalla y marketing por correo electrónico
 - 2.4 Redes sociales y marketing de influencers
 - 2.5 Marketing de contenidos y storytelling (el arte de contar historias)
 - 2.6 Marketing viral y boca a boca
 - 2.7 Publicidad nativa y marketing móvil
 - 2.8 Licitación en tiempo real y publicidad programática
 - 2.9 PR Digital

3. Estrategia de marketing digital
 - 3.1 Fijación de objetivos y creación de una base
 - 3.2 El recorrido del cliente
 - 3.3 La mezcla adecuada de canales
 - 3.4 Definición y análisis de los KPI
4. Planificación de medios en línea
 - 4.1 Principios de éxito en la planificación de los medios de comunicación
 - 4.2 Creación y estructura de los presupuestos de los medios de comunicación de forma selectiva
 - 4.3 Campañas integradas y marketing multicanal
 - 4.4 Combinación correcta de medios de comunicación a través de la gestión de campañas
5. La presencia en línea
 - 5.1 Sitio web y diseño web
 - 5.2 Sitio web corporativo
 - 5.3 Página de aterrizaje
 - 5.4 Blog
 - 5.5 Tienda en línea
 - 5.6 Presentación y distribución de productos y servicios en línea: ventajas e inconvenientes
6. Marketing móvil y m-commerce
 - 6.1 Fundamentos y clasificación del marketing móvil
 - 6.2 Diseño receptivo frente a aplicaciones frente a web móvil
 - 6.3 Marketing de aplicaciones y códigos QR
 - 6.4 Servicios basados en la ubicación
 - 6.5 Medios de publicidad móvil
 - 6.6 Comercio móvil: definición y desarrollo
 - 6.7 Pago móvil
 - 6.8 Factores de éxito de las campañas móviles
7. Leyes en el entorno digital
 - 7.1 Aspectos jurídicos del marketing digital
 - 7.2 La ley de derechos de autor y el tratamiento de los contenidos generados por los usuarios
 - 7.3 El derecho a la propia imagen
 - 7.4 Ordenanza Básica de Protección de Datos (DSGVO)

8. Retención y servicio al cliente en línea
 - 8.1 El modelo AIDA: extensiones del marketing digital
 - 8.2 Captación y retención de clientes en el marketing digital
 - 8.3 La retención de clientes en línea en el ciclo de vida de la relación con el cliente
 - 8.4 Servicio al cliente en línea
 - 8.5 Excursus: personalización masiva
9. Analítica web
 - 9.1 Cifras clave en el marketing digital
 - 9.2 Supervisión web
 - 9.3 Macrodatos

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Chaffey, D./Smith, P. (2017): Digital Marketing Excellence. Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 5th edition, Routledge, New York.
- Charlesworth, A. (2018): Digital Marketing. A Practical Approach. Routledge, New York.
- Grigsby, M. (2018): Marketing Analytics. A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. 2nd edition, Kogan Page, London.
- Kingnorth, S. (2019): Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing. 2nd edition, KoganPage, New York.
- Yakob, F. (2015): Paid Attention: Innovative Advertising for a Digital World. Kogan Page, London.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Social Media Marketing

Course Code: DLBMSM02-01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

¿Cómo las redes sociales han pasado a ser el Social Media Marketing? Las redes sociales han pasado de ser un medio de comunicación privado a una herramienta publicitaria comercializada. Una comprensión básica de esta evolución, de las implicaciones sociales de las redes sociales y de las estrategias de comunicación en red en Internet es la base para un examen activo del Social Media Marketing. El Social Media Marketing se considera tanto desde un punto de vista estratégico como operativo. La perspectiva estratégica incluye el aspecto del posicionamiento estratégico de las redes sociales en la empresa, así como la integración en el conjunto del marketing mix. Además de los aspectos fundamentales del desarrollo de la estrategia, los estudiantes se ocuparán de los instrumentos del actual Social Media Marketing y de los canales para utilizarlos de forma específica en otras medidas y estrategias de marketing orientadas al éxito. Para el examen operativo activo de Social Media Marketing, se exploran en detalle los canales de las redes sociales como Facebook, Instagram, Pinterest, etc. con el fin de utilizarlos específicamente para otras medidas y estrategias de marketing. Las medidas de publicidad digital que se utilizan en las redes sociales son una parte integral de este curso. Su uso también se considerará desde una perspectiva legal. Así, el curso “Social Media Marketing” enseña conceptos básicos como el desarrollo de una estrategia de redes sociales, que incluye aspectos como la gestión de contenidos, la planificación editorial o el análisis del grupo objetivo. Trata el uso y la supervisión de los diferentes canales de las redes sociales de una manera orientada a la práctica y considera el área del Social Media Marketing operativo. Por lo tanto, este curso proporciona a los estudiantes una visión holística bien fundamentada del campo del Social Media Marketing y desarrolla la capacidad de utilizar las redes sociales para la gestión de la innovación.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender las implicaciones sociales y las estrategias de comunicación en red y aplicarlas al ámbito del Social Media Marketing.
- integrar el Social Media Marketing en el marketing mix general.
- desarrollar una estrategia de redes sociales y propuestas para su implementación operativa.
- evaluar los distintos canales de redes sociales (Facebook, Instagram...).
- usar las redes sociales para la gestión de la innovación y las redes.
- evaluar fundamentalmente las oportunidades de marketing de una empresa en el sector de las redes sociales y tomar decisiones estratégicas al respecto.
- evaluar los desarrollos en Social Media Marketing desde una perspectiva sociológica y empresarial.

Contents

1. Fundamentos del Social-Media-Marketing
 - 1.1 Desarrollo de redes sociales y el concepto de Social Media Marketing
 - 1.2 Implicaciones sociales de las redes sociales
 - 1.3 Funcionalidad, tipos y campos de aplicación del Social Media Marketing
 - 1.4 Tipología y actividades de los usuarios de redes sociales
2. Social-Media-Marketing en el marketing mix general
 - 2.1 Oportunidades y riesgos a través de las redes sociales
 - 2.2 El método POST según Groundswell
 - 2.3 Integración en el marketing mix clásico
 - 2.4 Las redes sociales como canal de servicio
 - 2.5 Objetivos del Social Media Marketing
 - 2.6 Cifras clave de interés para medir el éxito
 - 2.7 El posicionamiento estratégico de las redes sociales en la empresa
3. Mapa de redes sociales
 - 3.1 Visión general del mapa de redes sociales
 - 3.2 Perfiles de los canales de redes sociales más importantes
 - 3.3 Grupos objetivo/grupos de usuarios

4. Desarrollo de estrategias de redes sociales
 - 4.1 ¿Qué es una estrategia? Definiciones
 - 4.2 Objetivos de una estrategia
 - 4.3 Fases del desarrollo de estrategias de redes sociales
 - 4.4 Gestión de la reputación en línea y gestión de crisis
 - 4.5 Gobernanza de redes sociales
5. Las redes sociales en la gestión de la innovación
 - 5.1 La importancia y el uso de la multitud
 - 5.2 Innovación a través de la creación de valor interactivo, comunidades de la marca, usuarios líderes e inteligencia de redes sociales
 - 5.3 Las redes sociales como herramienta de investigación de mercado
6. Social Media Marketing operacional
 - 6.1 Marketing de contenidos y publicidad nativa
 - 6.2 Marketing viral y boca a boca
 - 6.3 Marketing de influencers
 - 6.4 Redes sociales en el marketing B2B
 - 6.5 Gestión de la comunidad y supervisión de las redes sociales
 - 6.6 Relaciones con las redes sociales
 - 6.7 Contratación a través de las redes sociales
 - 6.8 Publicidad social
7. Marco jurídico de las redes sociales
 - 7.1 Marco jurídico de las redes sociales
 - 7.2 Ordenanza Básica de Protección de Datos (DSGVO)
 - 7.3 Contenido generado por el usuario
 - 7.4 El píxel de Facebook
8. Desarrollos en Social-Media-Marketing
 - 8.1 Las redes sociales en el cambio digital: nuevas formas de consumo
 - 8.2 Productos y marcas sociales
 - 8.3 Social Commerce y Social Selling
 - 8.4 Mensajeros y bots
 - 8.5 Los términos "posverdad" y "postdigital"
 - 8.6 Liderazgo abierto: cómo afrontar la pérdida de control

| |
|--|
| Literature |
| Compulsory Reading |
| Further Reading <ul style="list-style-type: none">▪ Barker, M. et al. (2016): Social Media Marketing. A strategic approach. 2nd edition, Cengage Learning, Boston.▪ Butow, E. et al. (2020): Ultimate Guide to Social Media Marketing. Entrepreneur Press, Irvine.▪ Hollensen, S. et al. (2020): Social Media Marketing. A Practioner Guide. 4th edition, Opresnik Management Consulting, Lübeck.▪ Kingnorth, S. (2019): Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing. 2nd edition, KoganPage, New York.▪ The Art of Service (2020): Paid Social Media Strategies. A Complete Guide – 2021 Edition. N. p. |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Advanced Workbook |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBMSM02-01_S

6. Semester

Fundamentals of Operations Research

Module Code: DLBBAEFOR_E

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | English |

Module Coordinator

Prof. Dr. Robert Graf (Mathematics: Linear Algebra) / N.N. (Operations Research)

Contributing Courses to Module

- Mathematics: Linear Algebra (DLBDSMFLA01)
- Operations Research (DLBBAEFOR01_E)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Mathematics: Linear Algebra

- Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes
- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

Operations Research

- Study Format "Distance Learning": Exam or Written Assessment: Case Study

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Mathematics: Linear Algebra**

- Matrix algebra
- Vector spaces
- Linear and affine transformations
- Analytical geometry
- Matrix decomposition

Operations Research

- Quantitative decision support
- Linear optimization
- Graph theory
- Network planning and project management
- Simulation
- Queuing systems

Learning Outcomes**Mathematics: Linear Algebra**

On successful completion, students will be able to

- explain fundamental notions in the domain of linear equation systems.
- exemplify properties of vectors and vector spaces.
- summarize characteristics of linear and affine mappings.
- identify important relations in analytical geometry.
- utilize different methods for matrix decomposition..

Operations Research

On successful completion, students will be able to

- describe the essential methodological foundations of optimization problems and their applications in various areas.
- know basic procedures from the fields of decision analysis, linear optimization, and integer linear optimization.
- apply various methods of decision support theoretically and also tool supported.
- model operational planning and decision problems such as transport problems or network flow problems and understand algorithms to solve these problems effectively.
- know the essential properties of these algorithms and applications relevant to business management.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Methods and Planning & Controlling

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programmes in the Business & Management fields

Mathematics: Linear Algebra

Course Code: DLBDSMFLA01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

Linear algebra is a fundamental subject in mathematics. Its historical origin lies in the development of solution techniques for systems of linear equations arising from geometric problems. Numerous scientific and engineering applications can be solved using its methods. This course introduces the foundations of linear algebra and its basic notions like vectors and matrices. It then builds upon this foundation by introducing the derivation of solution techniques for problems in analytical geometry.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- explain fundamental notions in the domain of linear equation systems.
- exemplify properties of vectors and vector spaces.
- summarize characteristics of linear and affine mappings.
- identify important relations in analytical geometry.
- utilize different methods for matrix decomposition..

Contents

1. Foundations
 - 1.1 Systems of Linear Equations
 - 1.2 Matrices: Basic Terms
 - 1.3 Matrix algebra
 - 1.4 Matrices as compact representations of linear equations
 - 1.5 Inverse and trace
2. Vector Spaces
 - 2.1 Definition
 - 2.2 Linear Combination and Linear Dependence
 - 2.3 Basis, Linear Envelope, and Rank

3. Linear and Affine Mapping
 - 3.1 Matrix Representations of Linear Mappings
 - 3.2 Image and Kernel
 - 3.3 Affine Spaces and Subspaces
 - 3.4 Affine Mapping
4. Analytical Geometry
 - 4.1 Norm
 - 4.2 Scalar Product
 - 4.3 Orthogonal Projections
5. Matrix Decomposition
 - 5.1 Determinant
 - 5.2 Eigenvalues and Eigenvectors
 - 5.3 Cholesky Decomposition
 - 5.4 Eigenvalue Decomposition and Diagonalisation
 - 5.5 Singular Value Decomposition

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Mathai, A. M., & Haubold, H. J. (2017). Linear algebra, a course for physicists and engineers (1st ed.) De Gruyter.
- Neri, F. (2019). Linear algebra for computational sciences and engineering (2nd ed.) Springer.
- Shilov, G. E. (1977). Linear algebra. Dover Publications.
- Strang, G. (2020). Introduction to linear algebra. (5th ed.) Cambridge Press.

Study Format myStudies

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| Study Format myStudies | Course Type Lecture |
|----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Operations Research

Course Code: DLBBAEFOR01_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The term Operations Research (OR) refers to the development and application of quantitative models and methods for decision support in companies and organizations. Applications can be found in all areas of business administration, especially in production planning, supply chain management, distribution, location planning, warehousing, personnel planning and scheduling, as well as financial planning. This course introduces OR and its applications. The terminological fundamentals of the problem, model and method are presented. Further emphasis is put on graphs and basic graph algorithms. In addition, the course focuses on linear optimization, especially linear programs, simplex methods and sensitivity analysis. A special focus is the modelling of economic problems (decision, planning and optimization problems). Basic computer skills relevant for operations research are presented by means of spreadsheet calculation (esp. Microsoft Excel).

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- describe the essential methodological foundations of optimization problems and their applications in various areas.
- know basic procedures from the fields of decision analysis, linear optimization, and integer linear optimization.
- apply various methods of decision support theoretically and also tool supported.
- model operational planning and decision problems such as transport problems or network flow problems and understand algorithms to solve these problems effectively.
- know the essential properties of these algorithms and applications relevant to business management.

Contents

1. Introduction to quantitative decision support
 - 1.1 Definition: Operations Research (OR) as structured problem-solving approach
 - 1.2 Terminology: models, methods and algorithms
 - 1.3 Decision Support and Decision Theory
 - 1.4 Fields and applications of OR
 - 1.5 Software applications in OR

2. Fundamentals of linear optimization
 - 2.1 Definition: linear optimization
 - 2.2 Forms and properties of linear optimization
 - 2.3 Simplex algorithm
 - 2.4 Sensitivity analysis
 - 2.5 Game theory
3. Application of linear optimization
 - 3.1 Production program planning
 - 3.2 Supply chain management
 - 3.3 Transport problem
 - 3.4 Financing and investment
4. Further optimization approaches
 - 4.1 Integer and combinatorial optimization
 - 4.2 Application: Branch-and-bound procedures and traveling salesman problems
 - 4.3 Dynamic optimization
 - 4.4 Nonlinear optimization
5. Graph theory
 - 5.1 Fundamentals and concepts of graph theory
 - 5.2 Structural modelling using graphs
 - 5.3 Shortest paths in graphs
6. Network planning and project management
 - 6.1 Elements and methods of network planning
 - 6.2 Structure and time planning as well as Gantt charts
 - 6.3 Cost and capacity planning
7. Simulation and queuing systems
 - 7.1 Basic types of simulation
 - 7.2 Deterministic simulation: systems and model experiments
 - 7.3 Stochastic simulation: waiting queue systems and models
 - 7.4 Applications of simulation
8. Application: OR implementation with a spreadsheet
 - 8.1 Integer linear optimization
 - 8.2 Shortest paths in graphs
 - 8.3 Simulation of a queue problem

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Eiselt, H. A./Sandblom, C.-L. (2013): Operations research: A model-based approach. 2nd ed., Springer Texts in Business and Economics, Berlin.
- Khachay, M./Kochetov, Y./Pardalos, P. (Eds.) (2019): Mathematical Optimization Theory and Operations Research: 18th International Conference, MOTOR 2019, Ekaterinburg, Russia, July 8-12, 2019, Proceedings. 1st ed., Springer International Publishing, Cham.
- Poler, R./Mula, J./Díaz-Madroño, M. (2016): Operations research problems: Statements and solutions. Softcover reprint of the original 1st edition 2014, Springer, London.
- Sharma, J. K. (2016): Operations research: Theory and applications. 6th ed., Trinity Press, New Delhi.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam or Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 100 h | 0 h | 25 h | 25 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Smart Factory

Module Code: DLBDESEF

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Mario Boßlau (Smart Factory I) / Prof. Dr. Mario Boßlau (Smart Factory II)

Contributing Courses to Module

- Smart Factory I (DLBDESEF01)
- Smart Factory II (DLBDESEF02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Smart Factory I

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

Smart Factory II

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Smart Factory I**

- Motivation and Definition of Terms
- Development of Automation
- Technological Basics and Standards
- Basic concepts of a Smart Factory
- Reference Architectures
- Smart Factory Engineering
- Safety and Security

Smart Factory II

A catalogue with the currently provided tasks is provided on the online platform of the module. It provides the content basis of the module and can be supplemented or updated by the seminar leader.

Learning Outcomes**Smart Factory I**

On successful completion, students will be able to

- understand the term Smart Factory in the context of Industry 4.0.
- be able to trace the development of automation to a fully autonomous, non-centrally organized production plant.
- understand the basic technologies and standards used to design and operate a Smart Factory.
- understand the essential concepts of a Smart Factory.
- identify and differentiate between the individual elements of a Smart Factory using different reference architectures.
- understand the special engineering challenges in the Smart Energy context.
- understand the special safety risks of digitized and networked production plants and assign concrete recommendations for action.

Smart Factory II

On successful completion, students will be able to

- have a deeper understanding of the technologies and standards in the context of Smart Factory.
- apply technologies in the context of Smart Factory to a simple practical example.
- design a hardware or software prototype for a selected task.
- document, design, and develop activities in the form of a project report.

| | |
|--|---|
| Links to other Modules within the Study Program This module is similar to other modules in the fields of Computer Science & Software Development | Links to other Study Programs of the University All Bachelor Programmes in the IT & Technology fields |
|--|---|

Smart Factory I

Course Code: DLBDESEF01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

In this course, students will gain a deeper insight into the networking and digitization of production facilities by examining a Smart Factory. For this purpose, they will be familiarized with the basic goals of a Smart Factory in the context of the research complex Industry 4.0. After a brief introduction to the history of automation, students will learn the technical basics and standards required to design and operate a Smart Factory. Building on this, they will learn how these individual technologies are used to implement the central concepts of a Smart Factory. In order to understand which components a Smart Factory consists of, different reference architectures are presented and compared. The course concludes with the special engineering challenges of an autonomously acting and decentralized production plant. Above all, this includes IT security, which is particularly relevant due to the digital networking of production facilities and products.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand the term Smart Factory in the context of Industry 4.0.
- be able to trace the development of automation to a fully autonomous, non-centrally organized production plant.
- understand the basic technologies and standards used to design and operate a Smart Factory.
- understand the essential concepts of a Smart Factory.
- identify and differentiate between the individual elements of a Smart Factory using different reference architectures.
- understand the special engineering challenges in the Smart Energy context.
- understand the special safety risks of digitized and networked production plants and assign concrete recommendations for action.

Contents

1. Motivation and Definition of Terms
 - 1.1 Goals of Smart Factory
 - 1.2 Internet of Things
 - 1.3 Cyber-Physical Systems
 - 1.4 Cyber-Physical Production Systems
 - 1.5 Smart Factory as a Cyber-Physical (Production) System

2. Development of Automation
 - 2.1 Automation Pyramid
 - 2.2 Networked, Decentralized Organization of Production
 - 2.3 Future Challenges
3. Technological Basics and Standards
 - 3.1 Identification of Physical Objects
 - 3.2 Formal Description Languages and Ontologies
 - 3.3 Digital Object Memory
 - 3.4 Physical Situation Recognition
 - 3.5 (Partially) Autonomous Action and Cooperation
 - 3.6 Human-Machine Interaction
 - 3.7 Machine to Machine Communication
4. Basic Concepts of a Smart Factory
 - 4.1 Order-Controlled Production
 - 4.2 Bundling of Machine and Production Data
 - 4.3 Supporting People in Production
 - 4.4 Intelligent Products and Resources
 - 4.5 Smart Services
5. Reference Architectures
 - 5.1 Purpose and Properties of Reference Architectures
 - 5.2 Overview of Standardization Initiatives
 - 5.3 CyProS Reference Architecture
 - 5.4 RAMI 4.0 (DIN SPEC 91345)
6. Smart Factory Engineering
 - 6.1 Classification of Different Engineering Tools
 - 6.2 Virtual Engineering
 - 6.3 User-Centered Design
 - 6.4 Requirements Engineering
 - 6.5 Modelling
 - 6.6 Integration of Classic and Smart Components

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Butun, I. (2020). *Industrial IoT: Challenges, design principles, applications, and security*. Springer.
- Drossel, W. G., Ihlenfeldt, S., Lanzger, T., & Dumitrescu, R. (2019). Cyber-physical systems. In R. Neugebauer (Ed.), *Digital transformation* (pp. 189–213). Springer.
- Durakbasa, N. M., & Gençyılmaz, M. G. (Eds.). (2021). *Digital conversion on the way to Industry 4.0*. Springer.
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018). *Industry 4.0: Managing the digital transformation*. Springer.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Smart Factory II

Course Code: DLBDESEF02

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

In this course, students select a concrete task from the catalog of topics provided in consultation with the seminar leader. They will work on the task in a prototyping environment suited to the task, which can be either a hardware (e.g., prototyping boards) or software (e.g., technology-specific development environments) environment. To complete the task, students apply the concepts, methods, and tools taught in the Smart Factory I course. They document their results with a project report.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- have a deeper understanding of the technologies and standards in the context of Smart Factory.
- apply technologies in the context of Smart Factory to a simple practical example.
- design a hardware or software prototype for a selected task.
- document, design, and develop activities in the form of a project report.

Contents

- A catalogue with the currently provided tasks is provided on the online platform of the module. It provides the content basis of the module and can be supplemented or updated by the seminar leader.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBDESEF02

Introducción a la ciencia de datos y la programación con Python

Module Code: DLBBAEIDSP_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | ninguno | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in |
|------------------------------|--------------------|----------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe |

Module Coordinator

Prof. Dr. Claudia Heß (Introducción a la Ciencia de Datos) / Dr. Reza Shahbazfar (Introducción a la programación con Python)

Contributing Courses to Module

- Introducción a la Ciencia de Datos (DLBDSIDS01_S)
- Introducción a la programación con Python (DLBDSIPWP01_S)

Module Exam Type

| Module Exam | Split Exam |
|-------------|---|
| | <p><u>Introducción a la Ciencia de Datos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Oral Assignment • Study Format "myStudies": Oral Assignment <p><u>Introducción a la programación con Python</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Exam, |

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents**Introducción a la Ciencia de Datos**

- Introducción a la ciencia de datos
- Datos
- La ciencia de datos en los negocios
- Estadística
- Aprendizaje automático

Introducción a la programación con Python

- Introducción
- Tipos de variables y datos
- Instrucciones
- Funciones
- Errores y excepciones
- Módulos y paquetes

Learning Outcomes**Introducción a la Ciencia de Datos**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- definir la ciencia de los datos y su relación con otros campos.
- comprender las actividades de la ciencia de datos.
- reconocer los orígenes de los datos y los retos que supone trabajar con ellos.
- comprender cómo se integran los métodos de la ciencia de datos en un entorno empresarial.
- comprender conceptos estadísticos fundamentales.
- reconocer la importancia del aprendizaje automático en la ciencia de datos.

Introducción a la programación con Python

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- utilizar la sintaxis fundamental de Python.
- recordar los tipos de datos elementales más comunes.
- reconocer los conceptos fundamentales de la programación y su realización en Python.
- comprender el registro y el control de errores.
- crear programas de trabajo.
- enumerar las bibliotecas y paquetes más importantes para la ciencia de datos.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Data Science & Artificial Intelligence

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the IT & Technology field

Introducción a la Ciencia de Datos

Course Code: DLBDSIDS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | Ninguno |

Course Description

La ciencia de los datos surgió como un campo multidisciplinar destinado a crear valor a partir de los datos. Este curso comienza con una visión general de la ciencia de datos y sus campos relacionados, definiéndose a continuación los tipos de datos y las fuentes. Se presta especial atención a la evaluación de la calidad de los datos y al procesamiento electrónico de los datos. El uso de métodos basados en datos se ha convertido en vital para las empresas, Este curso describe cómo se pueden integrar los enfoques basados en datos en un contexto empresarial y cómo se pueden tomar decisiones operativas utilizando métodos basados en datos. Por último, este curso destaca la importancia de la estadística y del aprendizaje automático en el campo de la ciencia de datos y ofrece una visión general de los métodos y enfoques pertinentes.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- definir la ciencia de los datos y su relación con otros campos.
- comprender las actividades de la ciencia de datos.
- reconocer los orígenes de los datos y los retos que supone trabajar con ellos.
- comprender cómo se integran los métodos de la ciencia de datos en un entorno empresarial.
- comprender conceptos estadísticos fundamentales.
- reconocer la importancia del aprendizaje automático en la ciencia de datos.

Contents

1. Introducción a la ciencia de datos
 - 1.1 Definición del término "ciencia de datos"
 - 1.2 Ciencia de datos y campos relacionados
 - 1.3 Actividades de la ciencia de datos
2. Datos
 - 2.1 Tipos de datos y fuentes de datos
 - 2.2 Las 5 V del Big Data
 - 2.3 Calidad de los datos
 - 2.4 Ingeniería de datos

3. Ciencia de datos en el ámbito empresarial
 - 3.1 Identificación de casos de usos
 - 3.2 Evaluación del desempeño
 - 3.3 Decisiones operativas basadas en datos
 - 3.4 Sesgos cognitivos
4. Estadística
 - 4.1 Importancia de la estadística en la ciencia de datos
 - 4.2 Conceptos estadísticos importantes
5. Aprendizaje automático
 - 5.1 Papel del aprendizaje automático en la ciencia de datos
 - 5.2 Resumen de los enfoques de aprendizaje automático

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Akerkar, R., y Sajja, P. S. (2016). Intelligent techniques for data science. Nueva York (EE. UU.): Springer International Publishing.
- Hodeghatta, U. R., y Nayak, U. (2017). Business analytics using R—A practical approach. Nueva York (EE. UU.): Apress Publishing.
- Runkler, T. A. (2012). Data analytics: Models and algorithms for intelligent data analysis. Nueva York (EE. UU.): Springer.
- Skiena, S. S. (2017). The data science design manual. Nueva York (EE. UU.): Springer International Publishing.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Study Format myStudies

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| Study Format myStudies | Course Type Lecture |
|----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Introducción a la programación con Python

Course Code: DLBDSIPWP01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

Este curso ofrece a los estudiantes conocimientos básicos del lenguaje de programación Python. Tras una exposición introductoria de la importancia de Python para las tareas de programación vinculadas a la ciencia de datos, se presentarán a los estudiantes conceptos de programación fundamentales como variables, tipos de datos y declaraciones. Sobre esta base, se explica la noción importante de una función, y se profundiza en el control de errores y excepciones y en el registro. El curso concluye con una descripción general de los paquetes de bibliotecas más utilizados en ciencia de datos.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- utilizar la sintaxis fundamental de Python.
- recordar los tipos de datos elementales más comunes.
- reconocer los conceptos fundamentales de la programación y su realización en Python.
- comprender el registro y el control de errores.
- crear programas de trabajo.
- enumerar las bibliotecas y paquetes más importantes para la ciencia de datos.

Contents

1. Introducción
 - 1.1 ¿Por qué utilizar Python?
 - 1.2 Cómo obtener e instalar Python
 - 1.3 El intérprete de Python, IPython y Jupyter
2. Tipos de variables y datos
 - 2.1 Variables y asignación de valores
 - 2.2 Números
 - 2.3 Cadenas
 - 2.4 Colecciones
 - 2.5 Archivos

3. Instrucciones
 - 3.1 Asignación, expresiones y función print
 - 3.2 Enunciados condicionales
 - 3.3 Bucles
 - 3.4 Iteradores y comprensiones
4. Funciones
 - 4.1 Declaración de funciones
 - 4.2 Ámbito
 - 4.3 Argumentos
5. Errores y excepciones
 - 5.1 Errores
 - 5.2 Control de excepciones
 - 5.3 Registros
6. Módulos y paquetes
 - 6.1 Uso
 - 6.2 Espacios de nombres
 - 6.3 Documentación
 - 6.4 Paquetes de ciencia de datos conocidos

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Barry, P. (2016). Head first Python: A brain-friendly guide. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Kapil, S. (2019). Clean Python: Elegant coding in Python. Berkeley, CA: Apress.
- Lubanovic, B. (2019). Introducing Python (2nd ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Lutz, M. (2013). Learning Python (5th ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Matthes, E. (2015). Python crash course: A hands-on, project-based introduction to programming. San Fransisco, CA: No Starch Press.
- Müller, A. C., & Guido, S. (2016). Introduction to machine learning with Python: A guide for data scientists. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Ramalho, L. (2015). Fluent Python: Clear, concise, and effective programming. Sebastopol, CA: O'Reilly.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBDSIPWP01_S

Salesforce Platform Development

Module Code: DLSFPD

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Thomas Bolz (Salesforce Platform App Builder) / Prof. Dr. Maik Günther (Salesforce Platform Developer)

Contributing Courses to Module

- Salesforce Platform App Builder (DLSFPD01)
- Salesforce Platform Developer (DLSFPD02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Salesforce Platform App Builder

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Salesforce Platform Developer

- Study Format "Distance Learning": Oral Project Report

Weight of Module

see curriculum

| | |
|---|---|
| <p>Module Contents</p> <p>Salesforce Platform App Builder</p> <p>Using the learning platform Trailhead students will learn the fundamentals of Salesforce. At the end of the course, the students will be able to design, build and deploy custom applications. This course prepares them for the Salesforce Platform App Builder Certification.</p> <p>Salesforce Platform Developer</p> <p>Using the learning platform Trailhead students will learn how to develop own applications, built from various parts of the Salesforce platform. At the end of the course they will be able to use Apex, Visualforce and basic Lightning components. This course prepares the students for the Salesforce Platform Developer I Certification.</p> | |
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Salesforce Platform App Builder</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ define what Salesforce and customer relationship management is, ▪ design the data model, user interface, and business logic for custom applications, ▪ customize applications for mobile use, ▪ design reports and dashboards, ▪ manage application security and deploy custom applications. <p>Salesforce Platform Developer</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ develop own applications using Apex and basic Lightning components, ▪ write SOSL, SOQL and DML statements, ▪ use Visualforce to build custom user interfaces for mobile and web apps, ▪ build reusable, performant components that follow modern web standards, ▪ use the built-in testing framework to test Apex and Visualforce. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Marketing & Sales</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field</p> |

Salesforce Platform App Builder

Course Code: DLSFPD01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

Salesforce is the most used software solution for customer relationship management worldwide. This solution can be customized and personalized for the needs of customers, partners and employees. Using the learning platform Trailhead, students will learn independently the fundamentals of Salesforce and the development of customized application. This course prepares students for the Salesforce Platform App Builder Certification.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- define what Salesforce and customer relationship management is,
- design the data model, user interface, and business logic for custom applications,
- customize applications for mobile use,
- design reports and dashboards,
- manage application security and deploy custom applications.

Contents

- The content on the learning platform focuses on the features and functionality to design, build and deploy custom applications. The content also provides knowledge to define business logic and process automation declaratively. Furthermore, the design and management of the correct data models and the customization of applications for individual needs is included in this course. Thus, the content of this course enables to automate repetitive tasks and to optimize processes in customer organizations.

| |
|--|
| Literature |
| Compulsory Reading |
| Further Reading <ul style="list-style-type: none">▪ Gupta, R. (2019): Salesforce Platform App Builder Certification. A Practical Study Guide. 1st ed., Apress.▪ Weinmeister, P. (2019): Practical Salesforce Development Without Code. Building Declarative Solutions on the Salesforce Platform. 2nd ed., Apress, Berkeley.▪ Shaalan, S. (2020): Salesforce for Beginners. A step-by-step guide to creating, managing, and automating sales and marketing processes. Packt Publishing, Birmingham.▪ Benioff, M./Langley, M. (2019): Trailblazer. The Power of Business as the Greatest Platform for Change. 1st ed. |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Salesforce Platform Developer

Course Code: DLSFPD02

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The Salesforce platform not only forms the foundation of core Salesforce products like Sales Cloud and Service Cloud, but it is also possible to build own functionalities and own applications. Using the learning platform Trailhead, students will learn how to use the programmatic pillars of the Salesforce platform: Lightning components, Apex and Visualforce. This course prepares students for the Salesforce Platform Developer I Certification.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- develop own applications using Apex and basic Lightning components,
- write SOSL, SOQL and DML statements,
- use Visualforce to build custom user interfaces for mobile and web apps,
- build reusable, performant components that follow modern web standards,
- use the built-in testing framework to test Apex and Visualforce.

Contents

- The content on the learning platform focuses on the development of own functionality and own applications, built from various parts of the Salesforce platform. The content enables to use the programmatic elements Lightning components, Apex and Visualforce. Furthermore, knowledge is provided for data modeling, process automation, user interface design, testing and deployment. Thus, the content of this course enables to extend Salesforce by individual applications to cover the needs in customer organizations.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Salesforce (2020): Developer Documentation. (URL: <https://developer.salesforce.com/docs/> [accessed: 12.12.2020])

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLSFPD02

Salesforce Platform Management

Module Code: DLSFPM

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | English |

Module Coordinator

Prof. Dr. Thomas Bolz (Salesforce Fundamentals) / Prof. Dr. Thomas Bolz (CRM with Salesforce Service Cloud)

Contributing Courses to Module

- Salesforce Fundamentals (DLSFPM01)
- CRM with Salesforce Service Cloud (DLSFPM02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Salesforce Fundamentals

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

CRM with Salesforce Service Cloud

- Study Format "Distance Learning": Oral Project Report

Weight of Module

see curriculum

| | |
|--|--|
| <p>Module Contents</p> <p>Salesforce Fundamentals</p> <p>Using the learning platform trailhead students will learn the fundamentals of Salesforce. At the end of the course students will be able to administer the Salesforce platform. This module prepares them for the Salesforce administrator certification.</p> <p>CRM with Salesforce Service Cloud</p> <p>Using the learning platform trailhead students will learn how to manage customer relationships with Salesforce platform. At the end of the course they will be able to manage the Salesforce service cloud. This module prepares students for the Salesforce service cloud certification.</p> | |
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Salesforce Fundamentals</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ define what Salesforce and customer relationship management is. ▪ describe and compare the different options for importing and exporting data in Salesforce. ▪ create reports and visualize key business metrics in real-time in Salesforce. ▪ create a simple Salesforce app. ▪ control access to data using security tools in Salesforce. <p>CRM with Salesforce Service Cloud</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ set up customer service with Salesforce service cloud. ▪ lead a customer service team in the digital era. ▪ create digital engagement on multiple channels. ▪ define service cloud goals and metrics. ▪ automate case management. ▪ improve customer service using artificial intelligence. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the fields of Marketing & Sales</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programmes in the Marketing fields</p> |

Salesforce Fundamentals

Course Code: DLSFPM01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

Salesforce is the most used software solution for customer relationship management worldwide. Using the learning platform trailhead students will learn independently the fundamentals of Salesforce. The course introduces Salesforce and explains how to administrate it. Additionally, it presents essentials of the Salesforce platform.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- define what Salesforce and customer relationship management is.
- describe and compare the different options for importing and exporting data in Salesforce.
- create reports and visualize key business metrics in real-time in Salesforce.
- create a simple Salesforce app.
- control access to data using security tools in Salesforce.

Contents

- The content on the learning platform focuses on the features and the functionality used to maintain a Salesforce implementation. It provides general knowledge of the features available to end users and the configuration options available to a Salesforce administrator. Furthermore, the content enables to maintain a Salesforce organization, respond to common business requirements, and perform administrative functions using current Salesforce features.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Eason, J. (2014): Android Studio 1.0. (URL: <http://android-developers.blogspot.de/2014/12/android-studio-10.html> [accessed: 22.04.2016]).

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 120 h | 0 h | 30 h | 0 h | 0 h | 150 h |

| |
|------------------------------|
| Instructional Methods |
| Project Work |

CRM with Salesforce Service Cloud

Course Code: DLSFPM02

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

This course facilitates key aspects of setting up customer service with Salesforce service cloud on the learning platform trailhead. The course describes how to implement Salesforce service cloud and manage it. It enables to make better business decisions based on customer service data and to create a service metrics strategy. The course shows how to create processes to help support teams become more efficient and manage large data volumes within Salesforce and prepares students for the Salesforce service cloud certification.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- set up customer service with Salesforce service cloud.
- lead a customer service team in the digital era.
- create digital engagement on multiple channels.
- define service cloud goals and metrics.
- automate case management.
- improve customer service using artificial intelligence.

Contents

- The content on the learning platform focuses on designing and deploying solutions that support customer business processes and requirements using Salesforce applications. The content enables to design solutions using the Service Cloud functionality and to lead the implementation of these solutions within a customer organization.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Eason, J. (2014): Android Studio 1.0. (URL: <http://android-developers.blogspot.de/2014/12/android-studio-10.html> [accessed: 22.04.2016]).

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| |
|------------------------------|
| Instructional Methods |
| Project Work |

Gestión de servicios de TI

Module Code: IWSM-01_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | ninguno | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Gestión de servicios de TI) / N.N. (Proyecto: Gestión de servicios TIC)

Contributing Courses to Module

- Gestión de servicios de TI (DLBCSITSM01-01_S)
- Proyecto: Gestión de servicios TIC (DLBCSPITSM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Gestión de servicios de TI

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Proyecto: Gestión de servicios TIC

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents**Gestión de servicios de TI**

- Principios básicos y términos de la gestión de servicios de TI
- ITIL 4 - Principios básicos y cuatro dimensiones
- ITIL 4 - Sistema de valor de servicio
- ITIL 4 - Principios
- ITIL 4 - Prácticas
- Gestión de la seguridad de la información con el marco de protección básico de TI de BSI

Proyecto: Gestión de servicios TIC

Análisis, evaluación y desarrollo de recomendaciones para la adopción de medidas en el ámbito de cuestiones concretas relativas a aspectos de la gestión de servicios de TI. A ello contribuye la creación y planificación de un proyecto en el contexto teórico-temático pasando por todas las fases de la gestión de proyectos. El aseguramiento de la calidad de los productos creados está a cargo del tutor y de los estudiantes de los grupos de proyecto.

Learning Outcomes**Gestión de servicios de TI**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar los fundamentos y retos de la gestión de servicios de TIC.
- describir la motivación y estructura de la Biblioteca de Infraestructura de TIC (ITIL), distinguir cuatro dimensiones, aplicar el sistema de valor de servicio e identificar prácticas concretas.
- describir y aplicar los fundamentos de la gestión de la seguridad informática.

Proyecto: Gestión de servicios TIC

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- analizar problemas típicos y situaciones de una empresa desde el área de la gestión de servicios de TIC en distintas variaciones de proyecto.
- desarrollar, planificar e implementar soluciones propuestas.
- convertir teoría en un planteamiento pragmático de una solución con la ayuda de herramientas metódicas de gestión de servicios de TIC y gestión de proyectos.
- extraer y aplicar las conclusiones adecuadas en función de su entorno de proyecto específico.
- aplicar conceptualmente su conocimiento teórico a factores del entorno específico de la empresa.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Computer Science & Software Development

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the IT & Technology field

Gestión de servicios de TI

Course Code: DLBCSITSM01-01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

La gestión de servicios de TIC es un enfoque para alinear y comprender la TIC de una empresa como proveedor de servicios y como ayuda para los procesos operativos y empresariales. Este curso utiliza la Biblioteca de Infraestructura de TIC (ITIL) para enseñar conceptos, procedimientos y buenas prácticas en el área de la gestión de servicios de TIC (operaciones de TIC). Dicho de otro modo, se ocupa de la gestión de actividades que se llevan a cabo después de que se ha desarrollado un sistema informático: operaciones de TIC como realización continua del negocio diario productivo de los departamentos de TIC de una empresa.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar los fundamentos y retos de la gestión de servicios de TIC.
- describir la motivación y estructura de la Biblioteca de Infraestructura de TIC (ITIL), distinguir cuatro dimensiones, aplicar el sistema de valor de servicio e identificar prácticas concretas.
- describir y aplicar los fundamentos de la gestión de la seguridad informática.

Contents

1. Principios básicos y términos de la gestión de servicios de TIC
 - 1.1 Servicios de TIC
 - 1.2 Gestión de servicios de TIC
 - 1.3 Marcos de trabajo ITSM
2. ITIL 4 - Principios básicos y cuatro dimensiones
 - 2.1 Partes interesadas, servicios y gestión de servicios
 - 2.2 Contribución de valor de la TIC
3. ITIL 4 - Sistema de valor de servicio
 - 3.1 Principios básicos y descripción general
 - 3.2 Aportaciones, resultado y gobernanza
 - 3.3 La cadena de valor de servicio
 - 3.4 Mejora continua

4. ITIL 4 - Principios
 - 4.1 Visión general
 - 4.2 Orientación al valor
 - 4.3 Procedimiento iterativo y retroalimentación
 - 4.4 Establecer colaboración y visibilidad
 - 4.5 Optimizar y automatizar
5. ITIL 4 - Prácticas
 - 5.1 Visión general
 - 5.2 Prácticas de administración general
 - 5.3 Prácticas de gestión de servicios
 - 5.4 Prácticas técnicas
6. Gestión de la seguridad de la información con el marco de protección básico de TIC de BSI
 - 6.1 Estructura y elementos del marco de protección básico de BSI
 - 6.2 Proceso de seguridad de la información

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Berger, D., & Shashidhar, N., & Varol, C. (2020). Using ITIL 4 in Security Management. 2020 8th International Symposium on Digital Forensics and Security (ISDFS), Digital Forensics and Security (ISDFS), 2020 8th International Symposium On, 1–6. <https://doi-org.pxz.iubh.de/8443/10.1109/ISDFS49300.2020.9116257>
- Limited, A. (2019). ITIL 4 Foundation: ITIL 4 Edition. London The Stationery Office Ltd, 2019.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Digital and IT Strategy. London The Stationery Office Ltd, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Direct, Plan and Improve. Norwich TSO, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: High Velocity IT. Norwich TSO, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Drive Stakeholder Value. Norwich TSO, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Create, Deliver and Support. Norwich TSO, 2020.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Proyecto: Gestión de servicios TIC

Course Code: DLBCSPITSM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

Partiendo de los contenidos del curso “Gestión de servicios TIC”, se profundiza en aspectos seleccionados de los procesos centrales de ITIL, explicándolos, seleccionándolos y aplicándolos dentro del marco de trabajo de un proyecto relacionándolos con el concepto en cuestión. Se consideran y evalúan todos los métodos teóricos.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- analizar problemas típicos y situaciones de una empresa desde el área de la gestión de servicios de TIC en distintas variaciones de proyecto.
- desarrollar, planificar e implementar soluciones propuestas.
- convertir teoría en un planteamiento pragmático de una solución con la ayuda de herramientas metódicas de gestión de servicios de TIC y gestión de proyectos.
- extraer y aplicar las conclusiones adecuadas en función de su entorno de proyecto específico.
- aplicar conceptualmente su conocimiento teórico a factores del entorno específico de la empresa.

Contents

- Gestión de la seguridad de la información con el marco de protección de línea de base de TIC de BSI A ello contribuye la creación y planificación de un proyecto en el contexto teórico-temático pasando por todas las fases de la gestión de proyectos.
- El aseguramiento de la calidad de los productos creados está a cargo del tutor y de los estudiantes de los grupos de proyecto.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Gestión de personas y fundamentos de la psicología empresarial

Module Code: DLBBAEMPFB_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

| Module Coordinator |
|--|
| N.N. (Introducción al "nuevo trabajo") / N.N. (Psicología empresarial) |

| Contributing Courses to Module |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción al "nuevo trabajo" (DLBNWENW01_S) ▪ Psicología empresarial (DLBMPS01_S) |

| Module Exam Type | |
|------------------------------|--|
| Module Exam | Split Exam |
| | <p><u>Introducción al "nuevo trabajo"</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Exam, <p><u>Psicología empresarial</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Exam, |
| Weight of Module | |
| s. Curriculum/see curriculum | |

Module Contents

Introducción al "nuevo trabajo"

- El mundo laboral del futuro
- Desarrollo del concepto
- El "nuevo trabajo" como enfoque interdisciplinario
- Megatendencias
- Efectos de las formas de organización ágiles
- Liderazgo y cooperación en el "nuevo trabajo"
- Capacitación
- Desarrollo de competencias
- Condiciones generales

Psicología empresarial

- Teorías generales de la psicología empresarial
- Psicología de los procesos microeconómicos
- Psicología de los procesos macroeconómicos
- Psicología del cambio
- La organización de aprendizaje

Learning Outcomes**Introducción al "nuevo trabajo"**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar y comprender los retos del cambio tecnológico y social.
- transferir los nuevos desafíos a la gestión de los recursos humanos y la cultura de liderazgo en las empresas.
- comprender los conceptos de organizaciones ágiles y fluidas y las consecuencias resultantes.
- identificar soluciones para factores ambientales complejos sobre el liderazgo y la gestión de los recursos humanos.

Psicología empresarial

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- describir los supuestos económicos centrales y sus factores de influencia y cuestionarlos de forma crítica en relación con la acción y la toma de decisiones concretas.
- analizar importantes teorías en el campo de la motivación, la cognición y la interacción y explicar su importancia para las tareas y contextos económicos.
- explicar los condicionantes psicológicos fundamentales y los modelos explicativos de los procesos y fenómenos macroeconómicos y aplicarlos a cuestiones económicas centrales.
- presentar la importancia del trabajo y los factores de influencia esenciales desde una perspectiva psicológica y las posibilidades operativas para la configuración del trabajo.
- diferenciar los modelos y conceptos psicológicos esenciales para describir e influir en el comportamiento humano en organizaciones y grupos.
- evaluar las posibilidades y los límites del desarrollo dirigido de las organizaciones sobre la base de las teorías y modelos psicológicos centrales y elaborar recomendaciones de comportamiento.
- debatir sobre los conceptos psicológicos básicos de la organización de aprendizaje y diseñar medidas para la vida laboral cotidiana.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Human Resources and Psychology

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Human Resources and Social Sciences field

Introducción al "nuevo trabajo"

Course Code: DLBNWENW01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Cada vez más empresas dejan atrás sus sistemas burocráticos y estructuras jerárquicas y adoptan un estilo de trabajo ágil. Los conocimientos aumentan y quedan obsoletos a un ritmo cada vez mayor. La autonomía y la creatividad adquieren mayor importancia en cada vez más empresas. Cada vez más, se crean procesos y departamentos siguiendo unos principios ágiles. El trabajo experimenta una creciente disolución de los límites con efectos tanto positivos como negativos. La cuestión de cómo las estructuras y la cultura empresarial se adaptan mejor y más rápidamente a los ciclos de innovación más cortos y a los cambios del entorno afecta a todas las empresas y a la gestión de sus recursos humanos. Es más importante que nunca que los conocimientos y las cualificaciones estén a la última, por lo que el aprendizaje continuo debe ocupar un lugar más destacado en el lugar de trabajo. En el contexto del cambio social y demográfico, el trabajo y las organizaciones se alejan cada vez más del taylorismo y se acercan a organizaciones integrales y evolutivas cuyo trabajo se caracteriza por la autogestión, la visión holística y las tareas significativas. Esto va acompañado de un cambio de orientación, que se aleja de la burocracia para acercarse a las estructuras democráticas y a la capacitación. Este curso proporciona una introducción al complejo y contemporáneo tema del nuevo mundo laboral y la estructura del trabajo. Partiendo de una clasificación del tema, definiremos las megatendencias sociales como factores esenciales que influyen en la gestión de los recursos humanos y la organización. A partir de ahí, hablaremos del dipolo de estructuras organizativas rígidas y ágiles, y los efectos resultantes en el liderazgo, la gestión del personal y los empleados. Además, estudiaremos los conceptos de cooperación y liderazgo durante la implantación de nuevas estructuras y métodos de trabajo, así como las competencias necesarias. El desarrollo de competencias aborda el modo en que el aprendizaje, las actitudes y las habilidades interactúan para dotar a las empresas de procesos ágiles. Por último, haremos una reflexión crítica sobre el concepto de "nuevo trabajo" y analizaremos las ventajas y desventajas para los implicados, sobre todo en el contexto de las condiciones jurídicas y sociales.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar y comprender los retos del cambio tecnológico y social.
- transferir los nuevos desafíos a la gestión de los recursos humanos y la cultura de liderazgo en las empresas.
- comprender los conceptos de organizaciones ágiles y fluidas y las consecuencias resultantes.
- identificar soluciones para factores ambientales complejos sobre el liderazgo y la gestión de los recursos humanos.

Contents

1. ¿Qué es el "nuevo trabajo"?
 - 1.1 El mundo laboral del futuro
 - 1.2 Desarrollo del concepto
 - 1.3 El "nuevo trabajo" como enfoque interdisciplinario
2. Megatendencias
 - 2.1 Globalización
 - 2.2 Digitalización y conectividad
 - 2.3 Individualización y cambio de valores
 - 2.4 Cambio y diversidad demográficos
3. Organización del "nuevo trabajo"
 - 3.1 Formas de organización fijas
 - 3.2 Formas de organización ágiles
 - 3.3 Efectos de las formas de organización ágiles
4. Liderazgo y cooperación en el "nuevo trabajo"
 - 4.1 Capacitación
 - 4.2 Liderazgo
 - 4.3 Nuevas formas de cooperación ágil
 - 4.4 Nuevos marcos, métodos y herramientas de cooperación
5. Desarrollo de competencias
 - 5.1 Competencias
 - 5.2 Escenarios y mentalidad
 - 5.3 Aprendizaje continuo

6. Condiciones generales y crítica
 - 6.1 Condiciones generales
 - 6.2 Clasificación crítica del "nuevo trabajo"

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- 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. En: Academy of management Journal, Journal 50 „Magazine 5, p. 1217–1234.
- Felin, T./Powell, T. C. (2016): Designing organizations for dynamic capabilities. En: California Management Review, Journal 58, Magazine 4, p. 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.
- Maitland, A./Thomson, P. (2011): Future work: How businesses can adapt and thrive in the new world of work. Springer, Berlin.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Psicología empresarial

Course Code: DLBMPS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Las decisiones en situaciones complejas no siguen las reglas de la lógica, sino que están determinadas por las características del comportamiento de los participantes en el mercado. Para comprender mejor este comportamiento y hacer previsiones fiables basadas en él, se recomienda que la economía incluya los descubrimientos en el campo de la psicología. Tras una introducción a la psicología empresarial y sus factores de influencia, los estudiantes se familiarizan con las diversas teorías sobre la motivación, la cognición y la interacción. A continuación, este curso estudia la psicología empresarial a nivel macro y microeconómico. Los estudiantes aprenden sobre la visión psicológica del desarrollo de los países y las sociedades, así como la psicología de las organizaciones y los grupos. Además, se examina la psicología del trabajo en relación con los recursos humanos en general y la satisfacción laboral en particular. Los estudiantes aprenden y comprenden la importancia del cambio en las organizaciones y el principio de la organización de aprendizaje. La capacidad de aprender más rápido que la competencia es uno de los factores competitivos más importantes. Las organizaciones de aprendizaje promueven el aprendizaje conjunto e individual y aumentan la motivación de los empleados hacia el trabajo.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- describir los supuestos económicos centrales y sus factores de influencia y cuestionarlos de forma crítica en relación con la acción y la toma de decisiones concretas.
- analizar importantes teorías en el campo de la motivación, la cognición y la interacción y explicar su importancia para las tareas y contextos económicos.
- explicar los condicionantes psicológicos fundamentales y los modelos explicativos de los procesos y fenómenos macroeconómicos y aplicarlos a cuestiones económicas centrales.
- presentar la importancia del trabajo y los factores de influencia esenciales desde una perspectiva psicológica y las posibilidades operativas para la configuración del trabajo.
- diferenciar los modelos y conceptos psicológicos esenciales para describir e influir en el comportamiento humano en organizaciones y grupos.
- evaluar las posibilidades y los límites del desarrollo dirigido de las organizaciones sobre la base de las teorías y modelos psicológicos centrales y elaborar recomendaciones de comportamiento.
- debatir sobre los conceptos psicológicos básicos de la organización de aprendizaje y diseñar medidas para la vida laboral cotidiana.

Contents

1. Psicología económica de las personas
 - 1.1 Psicología económica
 - 1.2 El comportamiento humano en la economía
2. Factores que influyen en los supuestos económicos básicos
 - 2.1 Teorías de la toma de decisiones y anomalías en la toma de decisiones
 - 2.2 Percepción del procesamiento de la información
 - 2.3 Sentimientos
3. Teorías de la psicología empresarial
 - 3.1 Teorías del campo de la motivación
 - 3.2 Teorías del campo de la cognición
 - 3.3 Teorías del campo de la interacción
4. Psicología de los procesos macroeconómicos
 - 4.1 Psicología del desarrollo económico
 - 4.2 Psicología de las sociedades desarrolladas
 - 4.3 Psicología de los mercados
 - 4.4 Psicología del dinero
5. Psicología de los procesos microeconómicos I
 - 5.1 Psicología del trabajo
 - 5.2 Psicología de la fuerza laboral
 - 5.3 Psicología del diseño del trabajo
 - 5.4 Psicología de la satisfacción en el trabajo
 - 5.5 Psicología de la carga de trabajo
6. Psicología económica de los procesos microeconómicos II
 - 6.1 Psicología de las organizaciones
 - 6.2 Grupos organizativos
 - 6.3 Poder organizativo
 - 6.4 Conflictos organizativos
 - 6.5 Liderazgo organizativo
7. Psicología del cambio
 - 7.1 Áreas de cambio organizativo
 - 7.2 Fases del cambio organizativo
 - 7.3 Desarrollo organizativo

- 8. La organización de aprendizaje
 - 8.1 Pensamiento sistémico
 - 8.2 Dominio personal
 - 8.3 Modelos mentales
 - 8.4 Visiones
 - 8.5 Aprendizaje en equipo

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBMPS01_S

Ventas aplicadas

Module Code: DLBDSEAS_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Ventas aplicadas I) / N.N. (Ventas aplicadas II)

Contributing Courses to Module

- Ventas aplicadas I (DLBDSEAS01_S)
- Ventas aplicadas II (DLBDSEAS02_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Ventas aplicadas I

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Ventas aplicadas II

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents

Ventas aplicadas I

- Fundamentos de las ventas aplicadas
- El sistema de distribución
- Ventas personales
- Planes de ventas
- Captación de nuevos clientes
- La visita de ventas
- Tácticas conversacionales
- Negociaciones
- Otros canales de ventas

Ventas aplicadas II

- Marketing y ventas
- La satisfacción del cliente como factor de éxito
- Personalidades en las ventas
- Comunicación orientada al cliente
- Presentación y retórica
- Fidelización de clientes
- Red de contactos
- Caso práctico

Learning Outcomes**Ventas aplicadas I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender los fundamentos de las ventas aplicadas y situarlos en el contexto de la empresa.
- comprender la interacción de las distintas facetas de las ventas aplicadas.
- diferenciar y evaluar los distintos sistemas de ventas.
- describir los tipos de ventas actuales y sus características.
- supervisar y clasificar todo el proceso de ventas, desde la captación hasta la retención de clientes.
- comprender los fundamentos de la gestión de las ventas y la negociación y aplicarlos.
- nombrar los instrumentos de venta habituales, reconocer sus ventajas e inconvenientes y reflexionar sobre los campos de aplicación y las posibilidades esenciales.

Ventas aplicadas II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender la interacción y las respectivas áreas de responsabilidad de marketing y ventas.
- reflexionar y clasificar los objetivos y medidas en el marco del sistema de ventas aplicadas.
- evaluar la importancia de la satisfacción y la retención de los clientes. Además, los estudiantes se familiarizarán con los elementos centrales de diseño de CRM.
- reflexionarán sobre los enfoques alternativos de la gestión de la fidelización y las relaciones con los clientes, los evaluarán y los aplicarán en la práctica empresarial.
- comprenderán el significado de los términos "ciclo de vida del cliente" y "valor del cliente", y desarrollarán enfoques para gestionarlos en el sentido de los respectivos objetivos de ventas.
- usarán técnicas de presentación descriptivas para convencer a los clientes y a otros socios comerciales.
- comprenderán la importancia de la creación de redes de contacto y desarrollarán estrategias para ampliar la base de contactos.
- desarrollarán y evaluarán sus propios análisis de mercado y conceptos de venta sobre la base de la experiencia práctica en el marco del caso práctico.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Marketing & Sales

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field

Ventas aplicadas I

Course Code: DLBDSEAS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

La demanda de pensamiento comercial es cada vez mayor. La globalización de la demanda, unida a la elevada competencia, hace que las empresas tengan cada vez más dificultades para competir por los clientes. Al mismo tiempo, los clientes están cada vez mejor informados, mientras que los mercados de suministro tradicionales están saturados y por encima de su capacidad. Para tener éxito en este entorno, es necesario pensar y actuar en materia de ventas, así como un nuevo tipo de vendedor. En el curso "Ventas aplicadas I (Introducción)", los participantes se familiarizan con los conceptos básicos de las ventas aplicadas. Aprenderán sobre la organización de las ventas, el trato con los canales de venta alternativos y conocerán el proceso de planificación de las ventas dedicadas. Los contenidos del módulo se complementan con la captación satisfactoria de nuevos clientes, para lo cual se presta especial atención a la organización y ejecución de visitas a clientes y a la realización de conversaciones y negociaciones.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender los fundamentos de las ventas aplicadas y situarlos en el contexto de la empresa.
- comprender la interacción de las distintas facetas de las ventas aplicadas.
- diferenciar y evaluar los distintos sistemas de ventas.
- describir los tipos de ventas actuales y sus características.
- supervisar y clasificar todo el proceso de ventas, desde la captación hasta la retención de clientes.
- comprender los fundamentos de la gestión de las ventas y la negociación y aplicarlos.
- nombrar los instrumentos de venta habituales, reconocer sus ventajas e inconvenientes y reflexionar sobre los campos de aplicación y las posibilidades esenciales.

Contents

1. Fundamentos de la distribución y las ventas aplicadas
 - 1.1 Tareas y formas de distribución aplicada
 - 1.2 El marketing como base de las ventas
 - 1.3 Distribución, ventas y otros términos
 - 1.4 Ventas en diferentes sectores económicos

2. El sistema de distribución
 - 2.1 Formas de ventas
 - 2.2 Organización de ventas
 - 2.3 Gestión de cuentas clave
 - 2.4 Distribución multicanal
3. Ventas personales
 - 3.1 Los "nuevos vendedores"
 - 3.2 Requisitos de las personalidades de ventas
 - 3.3 El gestor de cuentas clave
 - 3.4 Tarea de los directores de ventas
4. Plan de ventas
 - 4.1 Tareas y objetivos de la gestión de ventas
 - 4.2 Observación de la competencia en el contexto de la gestión de ventas
 - 4.3 Análisis de potencial y planificación de ventas
 - 4.4 Control de ventas y estrategias de visita
5. Captación de nuevos clientes
 - 5.1 Identificación del potencial de los nuevos clientes
 - 5.2 Gestión de las relaciones con los clientes y adquisición de clientes
 - 5.3 Ferias y eventos
 - 5.4 Red de contactos
6. La visita de ventas
 - 6.1 Frecuencia y preparación de las visitas
 - 6.2 Realización de una visita
 - 6.3 Informes de visitas y seguimiento
 - 6.4 Cuidados posteriores y seguimiento
7. Tácticas conversacionales
 - 7.1 Preparación de una conversación estructurada
 - 7.2 Conversación orientada a objetivos: el modelo D.A.L.A.S.
 - 7.3 Técnicas de entrevista

8. Negociaciones
 - 8.1 Psicología de la negociación
 - 8.2 Estructura de la negociación
 - 8.3 Gestión de objeciones
 - 8.4 Negociación de precios

9. Otros canales de ventas
 - 9.1 Telemarketing
 - 9.2 Ventas por catálogo y folleto
 - 9.3 Internet y comercio electrónico (e-commerce)

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Bloomfield, J. (2020). NeuroSelling: Mastering the customer conversation using the surprising science of decision making. Axon Publishing.
- Jobber, D., Lancaster, G., & Le Meunier-FitzHugh, K. (2019). Selling and sales management (10th ed.). Pearson.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2016). Managing customer experience and relationships: A strategic framework (3rd ed.). Wiley.
- Pink, D. H. (2012). To sell is human: The surprising truth about moving others. Riverhead Books.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Ventas aplicadas II

Course Code: DLBDSEAS02_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

El curso "Ventas aplicadas II" se basa en los fundamentos impartidos en el curso "Ventas aplicadas I", pero los amplía y profundiza en ellos. En primer lugar, se examina con más detalle la tensión entre el marketing y las ventas. A partir de ahí, se obtienen y se operacionalizan los antecedentes esenciales y las cifras objetivo centrales para una gestión satisfactoria de las ventas (por ejemplo, la satisfacción y la fidelización del cliente, así como el ciclo de vida del cliente) con el fin de crear la base para una gestión eficiente y eficaz de las relaciones con los clientes. A medida que avanza el proceso, también se prestará atención a los procesos mentales y al comportamiento del consumidor en general. Además, se profundiza en las estrategias y vías de éxito de la negociación y se complementa con técnicas de comunicación convincentes. El curso concluye con un caso práctico en el que los estudiantes tienen la oportunidad de aplicar lo que han aprendido de manera práctica.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender la interacción y las respectivas áreas de responsabilidad de marketing y ventas.
- reflexionar y clasificar los objetivos y medidas en el marco del sistema de ventas aplicadas.
- evaluar la importancia de la satisfacción y la retención de los clientes. Además, los estudiantes se familiarizarán con los elementos centrales de diseño de CRM.
- reflexionarán sobre los enfoques alternativos de la gestión de la fidelización y las relaciones con los clientes, los evaluarán y los aplicarán en la práctica empresarial.
- comprenderán el significado de los términos "ciclo de vida del cliente" y "valor del cliente", y desarrollarán enfoques para gestionarlos en el sentido de los respectivos objetivos de ventas.
- usarán técnicas de presentación descriptivas para convencer a los clientes y a otros socios comerciales.
- comprenderán la importancia de la creación de redes de contacto y desarrollarán estrategias para ampliar la base de contactos.
- desarrollarán y evaluarán sus propios análisis de mercado y conceptos de venta sobre la base de la experiencia práctica en el marco del caso práctico.

Contents

1. Marketing y ventas
 - 1.1 Tareas y funciones de marketing
 - 1.2 Marketing de ventas en diferentes sectores económicos
 - 1.3 Marketing de relaciones
 - 1.4 Cooperaciones internacionales de marketing y ventas
2. La satisfacción del cliente como factor de éxito
 - 2.1 Gestión de las relaciones con los clientes (CRM)
 - 2.2 La cadena de éxito de CRM
 - 2.3 Estrategias de relaciones con los clientes
3. Personalidades en las ventas
 - 3.1 Personalidades en las ventas y diferenciación
 - 3.2 La venta en equipo
 - 3.3 Negociación con los comités
4. Comunicación orientada al cliente
 - 4.1 Tareas de comunicación en las ventas
 - 4.2 Promoción de ventas por el personal de ventas
 - 4.3 Promoción de ventas en equipo
 - 4.4 Promoción de ventas por la empresa
5. Presentación y retórica
 - 5.1 La retórica en las ventas
 - 5.2 Técnicas de presentación
 - 5.3 Comunicación no verbal
6. Fidelización de clientes
 - 6.1 Gestión de la retención de clientes
 - 6.2 Programas de clientes y otras herramientas de fidelización
 - 6.3 Gestión de reclamaciones
7. Red de contactos
 - 7.1 Competencias de la red en la empresa
 - 7.2 Construcción y formación de relaciones
 - 7.3 Red de contactos a través de las redes sociales

8. Caso práctico de IQ Media Marketing
 - 8.1 La situación del mercado
 - 8.2 La situación del marketing
 - 8.3 IQ Media Marketing e IQ Digital Media Marketing

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Jobber, D./Lancaster, G./Le Meunier-Fitzhugh, K. (2019): *Selling and Sales Management*, 11th Ed.; Pearson.
- Johnston, M.W./Marshall (2021): *Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology*; Routledge.
- Jordan, J./Vazzana, M. (2011): *Cracking the Sales Management Code: The Secrets to Measuring and Managing Sales Performance*; 13th Ed.; McGraw Hill.
- Kumar, V./Reinartz, W. (2018): *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*; 3rd Ed.; Springer Texts in Business and Economics.
- Marcos, J./Davies, M. (2019): *Implementing Key Account Management: Designing Customer-Centric Processes for Mutual Growth*; KoganPage.
- Peppers, D./Rogers, M. (2011): *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*; 2nd Ed.; Wiley.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBDSEAS02_S

Financial Services Management

Module Code: DLBDSEFSM

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Financial Services Management I) / Prof. Dr. Zeljko Sevic (Financial Services Management II)

Contributing Courses to Module

- Financial Services Management I (DLBDSEFSM01)
- Financial Services Management II (DLBDSEFSM02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Financial Services Management I

- Study Format "Distance Learning": Exam

Financial Services Management II

- Study Format "Distance Learning": Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Financial Services Management I**

- Financial Markets and Financial Intermediaries
- Financial Intermediation in Germany
- Financial Services
- Debt Financing Through Financial Intermediaries
- Equity Financing Through Financial Intermediaries

Financial Services Management II

- Fundamentals of the Monetary and Asset Situation
- Investment in Money
- Investment in Tangible Assets
- Investment Funds and Certificates
- Insurance Financial Services

Learning Outcomes**Financial Services Management I**

On successful completion, students will be able to

- know the role of a financial service provider as a financier as well as how individual markets function in the financing sector.
- understand the basic relationships between the different financial services and their (supervisory) legal frameworks.
- evaluate the potential influence of the financial services sector on the real economy.
- familiarize themselves with the financing services offered both for external financing and for self-financing.
- assess the importance of financial services in the form of debt and equity financing in the short, medium, and long term.

Financial Services Management II

On successful completion, students will be able to

- systematize the different possibilities for the investment of financial surpluses.
- with the help of knowledge gained regarding conflicts involved in making financial investments, apply different aspects of investment decision-making to financial instruments.
- assess the various forms of investment in order of their safety.
- analyze the various forms of investment in terms of risk and return.
- understand that investment funds, certificates, and derivatives are modern products of financial service providers, which bring high returns and sometimes high risk.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the fields of Finance & Tax Accounting

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programmes in the Business & Management fields

Financial Services Management I

Course Code: DLBDSEFSM01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The course explains the origin and constitution of the financial market. As a result of the imperfection of the financial market, the necessity of financial intermediaries is theoretically derived, which leads to the thesis of disintermediation. Since the German financial market is determined by regulations and supervision, the legal framework is discussed. The financial services of banks and other specialized financial intermediaries are presented. The main forms of debt financing through financial intermediaries are presented as well as financing with equity capital.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- know the role of a financial service provider as a financier as well as how individual markets function in the financing sector.
- understand the basic relationships between the different financial services and their (supervisory) legal frameworks.
- evaluate the potential influence of the financial services sector on the real economy.
- familiarize themselves with the financing services offered both for external financing and for self-financing.
- assess the importance of financial services in the form of debt and equity financing in the short, medium, and long term.

Contents

1. Financial Markets and Financial Intermediaries
 - 1.1 Origin and Basic Problems of the Financial Market
 - 1.2 Appearances and Functions of Financial Intermediaries
2. Financial Intermediation
 - 2.1 The Banking System
 - 2.2 Asset Management Companies and Insurance Companies
 - 2.3 Regulations and Supervision

3. Financial Services
 - 3.1 Financing Needs
 - 3.2 The Range of Financial Services
4. Debt Financing Through Financial Intermediaries
 - 4.1 Types of Loans
 - 4.2 Lending and Collateralization
 - 4.3 Credit Substitutes
5. Equity Financing Through Financial Intermediaries
 - 5.1 Equity Financing Through Capital Participation and Venture Financing Companies
 - 5.2 Equity Capital Markets Issuance
 - 5.3 Disintermediation in Finance

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Brealey, R. A./Myers, S. C. (2010): Principles of Corporate Finance. 10th edition, McGraw-Hill, London.
- Rose, P.; Hudgins, S. (2012): Bank Management & Financial Services. 9th edition. McGraw-Hill.
- Titman, S., Keown, A.J., Martin, J. D. (2016): Financial Management: Principles and Applications. 13th edition, Pearson, New York.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Financial Services Management II

Course Code: DLBDSEFSM02

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

In this course, the different possibilities of investing financial surpluses are systematized. The conflicting relationship between the risks, returns, and liquidity of a financial investment are presented, and the different aspects of decision-making for investment in one of the financial instruments are shown. The various forms of investment (monetary values, tangible assets) are presented in the order of their security. The functions that insurance companies perform as financial service providers complete the picture. The different forms of life insurance and their role in old-age provision are presented.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- systematize the different possibilities for the investment of financial surpluses.
- with the help of knowledge gained regarding conflicts involved in making financial investments, apply different aspects of investment decision-making to financial instruments.
- assess the various forms of investment in order of their safety.
- analyze the various forms of investment in terms of risk and return.
- understand that investment funds, certificates, and derivatives are modern products of financial service providers, which bring high returns and sometimes high risk.

Contents

1. Basic Information on Investing Money and Assets
 - 1.1 Basic Concepts of Money and Asset Investment
 - 1.2 Framework Conditions for Decisions on Plants
 - 1.3 Investment Products
2. Investment in Money
 - 2.1 Investment in Accounts
 - 2.2 Savings Bonds
 - 2.3 Fixed-Interest Securities

3. Investment in Tangible Assets
 - 3.1 Shares
 - 3.2 Stock Exchange Trading
 - 3.3 Investment in Real Estate
 - 3.4 Other Tangible Assets
4. Investment Funds and Certificates
 - 4.1 Mutual Funds
 - 4.2 Fund of Funds and Hedge Funds
 - 4.3 Derivatives
5. Insurance Financial Services
 - 5.1 Fundamentals of the Insurance Industry
 - 5.2 Life Insurances
 - 5.3 Insurance Products – Non-Life

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Kane, A., Bodie, Z., & Marcus, A. (2013). Investments (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Keown, A. J., Martin, J. D., & Petty, J. W. (2019). Foundations of finance: The logic and practice of financial management (10th ed.). Pearson.
- Schofield, N. C. (2021). Commodity derivatives: Markets and applications (2nd ed.). Wiley.
- Simpson, T. (2014). Financial markets, banking, and monetary policy. John Wiley & Sons.
- Smart, S., Gitman, L., & Joehnk, M. (2017). Fundamentals of investing (Global ed., 13th ed.). Pearson.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Inteligencia empresarial

Module Code: DLBCSEBI_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Inteligencia empresarial) / N.N. (Proyecto: Inteligencia empresarial)

Contributing Courses to Module

- Inteligencia empresarial (DLBCSEBI01_S)
- Proyecto: Inteligencia empresarial (DLBCSEBI02_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Inteligencia empresarial

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Proyecto: Inteligencia empresarial

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents**Inteligencia empresarial**

- Principios básicos de desarrollo de software móvil
- Arquitectura de sistemas Android
- Entorno de desarrollo
- Componentes esenciales de una aplicación Android
- Interacción entre componentes de una aplicación
- Técnicas avanzadas

Proyecto: Inteligencia empresarial

Concepción, implementación y documentación de aplicaciones móviles pequeñas en función de una tarea concreta.

Learning Outcomes**Inteligencia empresarial**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- explicar la motivación, casos prácticos y principios básicos de la inteligencia empresarial.
- identificar y explicar técnicas y métodos para proporcionar y modelar datos, así como tipos de datos relacionados con la IE, diferenciándolos entre ellos.
- explicar técnicas y métodos para la generación y almacenamiento de información y seleccionar de manera independiente métodos apropiados en función de requisitos concretos.

Proyecto: Inteligencia empresarial

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- diseñar de manera independiente una solución a un problema práctico en el campo de la inteligencia empresarial para posteriormente implementar un prototipo y documentar los resultados.
- identificar y explicar problemas y retos típicos en el diseño e implementación de pequeñas soluciones de BI.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Computer Science & Software Development

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the IT & Technology field

Inteligencia empresarial

Course Code: DLBCSEBI01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

La inteligencia empresarial (IE) se usa para obtener información a partir de datos de las empresas que sean pertinentes para la gestión corporativa específica y la optimización de las actividades comerciales. Este curso presenta y explica técnicas, procedimientos y modelos para suministro de datos, generación y análisis de información, así como distribución de la información obtenida. Una vez finalizado, usted podrá explicar las distintas áreas temáticas de almacenamiento de datos y seleccionar de manera independiente métodos y técnicas para cumplir con requisitos específicos.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- explicar la motivación, casos prácticos y principios básicos de la inteligencia empresarial.
- identificar y explicar técnicas y métodos para proporcionar y modelar datos, así como tipos de datos relacionados con la IE, diferenciándolos entre ellos.
- explicar técnicas y métodos para la generación y almacenamiento de información y seleccionar de manera independiente métodos apropiados en función de requisitos concretos.

Contents

1. Motivación y conceptualización
 - 1.1 Motivación y desarrollo histórico
 - 1.2 IE como marco de trabajo
2. Suministro de datos
 - 2.1 Sistemas operativos y dispositivos
 - 2.2 Concepto de almacén de datos
 - 2.3 Variaciones de arquitectura
3. Almacén de datos
 - 3.1 Proceso ETL
 - 3.2 DWH y data mart
 - 3.3 ODS y metadatos

4. Modelado de espacios de datos multidimensionales
 - 4.1 Modelado de datos
 - 4.2 Cubos OLAP
 - 4.3 Almacenamiento físico
 - 4.4 Esquema en estrella y en copo de nieve
 - 4.5 Historización
5. Sistemas de análisis
 - 5.1 Búsqueda de datos libres y OLAP
 - 5.2 Sistemas de informe
 - 5.3 Sistemas de análisis basados en modelos
 - 5.4 Sistemas orientados a conceptos
6. Distribución y acceso
 - 6.1 Distribución de la información
 - 6.2 Acceso a la información

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Grossmann, W., & Rinderle-Ma, S. (2015). *Fundamentals of business intelligence*. Springer.
- Kolb, J. (2013). *Business intelligence in plain language: A practical guide to data mining and business analytics*. Createspace.
- Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2014). *Business intelligence and analytics: Systems for decision support*. Pearson.
- Sherman, R. (2014). *Business intelligence guidebook: From data integration to analytics*. Morgan Kaufmann.
- Vaisman, A., & Zimányi, E. (2016). *Data warehouse systems: Design and implementation*. Springer.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Proyecto: Inteligencia empresarial

Course Code: DLBCSEBI02_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Usando métodos y técnicas conocidas del campo de la inteligencia empresarial, en este curso, los estudiantes trabajarán de forma autónoma sobre una cuestión práctica. Al finalizar el curso, serán capaces de diseñar y crear prototipos de aplicaciones de inteligencia empresarial en función de requisitos concretos de manera independiente.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- diseñar de manera independiente una solución a un problema práctico en el campo de la inteligencia empresarial para posteriormente implementar un prototipo y documentar los resultados.
- identificar y explicar problemas y retos típicos en el diseño e implementación de pequeñas soluciones de BI.

Contents

- Implementación y documentación de cuestiones prácticas relacionadas con el uso de aplicaciones de inteligencia empresarial. Los escenarios típicos son, por ejemplo, "Gestión de proyectos de IE", "Diseño de modelos de datos multidimensionales" e "Implementación prototípica de pequeñas aplicaciones de IE".

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Christoph Meinel, Hasso Plattner, Larry Leifer (2011): Design Thinking: Understand – Improve – Apply; Springer Berlin Heidelberg.
- Jeanne Liedtka (2018): Why Design Thinking Works. In: Harvard Business Review, issue: 2018/09, pages. 72–79.
- Christoph Meinel, Larry J. Leifer (2021): Design Thinking Research: Interrogating the Doing; Springer International Publishing.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBCSEBI02_S

Marketing digital y Social Media Marketing

Module Code: DLBMSM-01_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Marketing digital) / N.N. (Social Media Marketing)

Contributing Courses to Module

- Marketing digital (DLBMSM01-01_S)
- Social Media Marketing (DLBMSM02-01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Marketing digital

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Written Assignment

Social Media Marketing

- Study Format "Distance Learning": Advanced Workbook

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents

Marketing digital

- Fundamentos del marketing digital
- Formas y canales de marketing digital
- Estrategia de marketing digital
- Planificación de medios digitales
- La presencia en línea
- Marketing móvil y m-commerce
- Leyes en el entorno digital
- Retención y servicio al cliente en línea
- Analítica web

Social Media Marketing

- Fundamentos del Social-Media-Marketing
- Social-Media-Marketing en el marketing mix general
- Mapa de redes sociales
- Desarrollo de estrategias de redes sociales
- Las redes sociales en la gestión de la innovación
- Social Media Marketing operacional
- Marco jurídico de las redes sociales
- Desarrollos en Social-Media-Marketing

Learning Outcomes**Marketing digital**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- clasificar y considerar de forma estratégica los aspectos básicos de interés para el marketing digital (proceso de comunicación en línea, creación de valor electrónico, etc.).
- conocer los diferentes canales de marketing digital y, sobre esta base, evaluar las medidas de publicidad digital de forma estratégica y operativa.
- concebir una estrategia de marketing digital y tomar decisiones estratégicas y operativas.
- atraer y retener a los clientes mediante medidas de marketing digital.
- medir y evaluar los programas de marketing digital.
- evaluar fundamentalmente las posibilidades de comercialización de una empresa en la World Wide Web.
- considerar la importancia de los dispositivos móviles en el marketing mix digital.

Social Media Marketing

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender las implicaciones sociales y las estrategias de comunicación en red y aplicarlas al ámbito del Social Media Marketing.
- integrar el Social Media Marketing en el marketing mix general.
- desarrollar una estrategia de redes sociales y propuestas para su implementación operativa.
- evaluar los distintos canales de redes sociales (Facebook, Instagram...).
- usar las redes sociales para la gestión de la innovación y las redes.
- evaluar fundamentalmente las oportunidades de marketing de una empresa en el sector de las redes sociales y tomar decisiones estratégicas al respecto.
- evaluar los desarrollos en Social Media Marketing desde una perspectiva sociológica y empresarial.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Online & Social Media Marketing

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field

Marketing digital

Course Code: DLBMSM01-01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

Este curso utiliza fundamentos interdisciplinarios que permiten a los estudiantes tratar el tema del marketing digital de forma operativa y estratégica. Esto incluye los principios empresariales y económicos, así como los fundamentos comunicativos multimedia o la consideración de la tonalidad básica de los canales de marketing digital. Esta visión holística es esencial para la planificación estratégica: además de considerar el posicionamiento de las empresas en la World Wide Web, el curso también trabajará cómo se pueden optimizar las apariciones del marketing digital. La medición del éxito y la evaluación de las cifras clave de interés completan la base integral de todo el módulo. El curso "Marketing digital" enseña términos y conceptos técnicos básicos. Entre ellos, el proceso de comunicación en línea, el valor añadido del marketing digital, así como la creación de valor electrónico y los modelos de negocio. A partir de estos conocimientos, el curso aborda aspectos como la idoneidad del producto, la política de precios, la política de distribución y las distintas formas de comercialización y distribución en Internet. El curso amplía la comprensión de los elementos estratégicos y sobre todo operativos del marketing digital, como la planificación y realización de campañas publicitarias a través de diversos canales de venta. Además, se tiene en cuenta el creciente desarrollo de la comunicación móvil y se considera el marketing móvil como parte del marketing mix digital. Para comprender el comportamiento de los clientes en línea, el curso aborda los efectos específicos de la publicidad en relación con el marketing digital. A partir de los principios de la captación de clientes, el curso analiza la retención y fidelización de clientes en el marketing digital, las estrategias y tácticas para aumentar el número de clientes, las campañas en línea y la importancia de las relaciones en línea. Los estudiantes aprenden los aspectos legales y los principios de la Ordenanza de Protección de Datos (DSGVO) alemana relativos al marketing digital para fundamentar legalmente las campañas publicitarias y las aproximaciones a los clientes. Este curso ofrece a los estudiantes la oportunidad de conocer y poner en práctica los distintos aspectos de la gestión del marketing digital. Aprenden a evaluar la planificación de los medios de comunicación en línea a través de la analítica web y el seguimiento dirigido. Para ello, los estudiantes aprenden los indicadores clave de rendimiento (KPI) relevantes del marketing digital, que son una condición esencial para optimizar las estrategias en línea.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- clasificar y considerar de forma estratégica los aspectos básicos de interés para el marketing digital (proceso de comunicación en línea, creación de valor electrónico, etc.).
- conocer los diferentes canales de marketing digital y, sobre esta base, evaluar las medidas de publicidad digital de forma estratégica y operativa.
- concebir una estrategia de marketing digital y tomar decisiones estratégicas y operativas.
- atraer y retener a los clientes mediante medidas de marketing digital.
- medir y evaluar los programas de marketing digital.
- evaluar fundamentalmente las posibilidades de comercialización de una empresa en la World Wide Web.
- considerar la importancia de los dispositivos móviles en el marketing mix digital.

Contents

1. Fundamentos del marketing digital
 - 1.1 Desarrollo y concepto del marketing digital
 - 1.2 El proceso de comunicación en línea
 - 1.3 Valor añadido del marketing digital
 - 1.4 El papel del marketing digital en el marketing mix
 - 1.5 El valor añadido electrónico
 - 1.6 Conceptos y plataformas de comercio electrónico
 - 1.7 Desarrollos y tendencias actuales
2. Formas y canales de marketing digital
 - 2.1 Visión general de las formas de marketing digital
 - 2.2 Afiliación y marketing en buscadores
 - 2.3 Publicidad en pantalla y marketing por correo electrónico
 - 2.4 Redes sociales y marketing de influencers
 - 2.5 Marketing de contenidos y storytelling (el arte de contar historias)
 - 2.6 Marketing viral y boca a boca
 - 2.7 Publicidad nativa y marketing móvil
 - 2.8 Licitación en tiempo real y publicidad programática
 - 2.9 PR Digital

3. Estrategia de marketing digital
 - 3.1 Fijación de objetivos y creación de una base
 - 3.2 El recorrido del cliente
 - 3.3 La mezcla adecuada de canales
 - 3.4 Definición y análisis de los KPI
4. Planificación de medios en línea
 - 4.1 Principios de éxito en la planificación de los medios de comunicación
 - 4.2 Creación y estructura de los presupuestos de los medios de comunicación de forma selectiva
 - 4.3 Campañas integradas y marketing multicanal
 - 4.4 Combinación correcta de medios de comunicación a través de la gestión de campañas
5. La presencia en línea
 - 5.1 Sitio web y diseño web
 - 5.2 Sitio web corporativo
 - 5.3 Página de aterrizaje
 - 5.4 Blog
 - 5.5 Tienda en línea
 - 5.6 Presentación y distribución de productos y servicios en línea: ventajas e inconvenientes
6. Marketing móvil y m-commerce
 - 6.1 Fundamentos y clasificación del marketing móvil
 - 6.2 Diseño receptivo frente a aplicaciones frente a web móvil
 - 6.3 Marketing de aplicaciones y códigos QR
 - 6.4 Servicios basados en la ubicación
 - 6.5 Medios de publicidad móvil
 - 6.6 Comercio móvil: definición y desarrollo
 - 6.7 Pago móvil
 - 6.8 Factores de éxito de las campañas móviles
7. Leyes en el entorno digital
 - 7.1 Aspectos jurídicos del marketing digital
 - 7.2 La ley de derechos de autor y el tratamiento de los contenidos generados por los usuarios
 - 7.3 El derecho a la propia imagen
 - 7.4 Ordenanza Básica de Protección de Datos (DSGVO)

8. Retención y servicio al cliente en línea
 - 8.1 El modelo AIDA: extensiones del marketing digital
 - 8.2 Captación y retención de clientes en el marketing digital
 - 8.3 La retención de clientes en línea en el ciclo de vida de la relación con el cliente
 - 8.4 Servicio al cliente en línea
 - 8.5 Excursus: personalización masiva
9. Analítica web
 - 9.1 Cifras clave en el marketing digital
 - 9.2 Supervisión web
 - 9.3 Macrodatos

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Chaffey, D./Smith, P. (2017): Digital Marketing Excellence. Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 5th edition, Routledge, New York.
- Charlesworth, A. (2018): Digital Marketing. A Practical Approach. Routledge, New York.
- Grigsby, M. (2018): Marketing Analytics. A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. 2nd edition, Kogan Page, London.
- Kingnorth, S. (2019): Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing. 2nd edition, KoganPage, New York.
- Yakob, F. (2015): Paid Attention: Innovative Advertising for a Digital World. Kogan Page, London.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Written Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Social Media Marketing

Course Code: DLBMSM02-01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | none |

Course Description

¿Cómo las redes sociales han pasado a ser el Social Media Marketing? Las redes sociales han pasado de ser un medio de comunicación privado a una herramienta publicitaria comercializada. Una comprensión básica de esta evolución, de las implicaciones sociales de las redes sociales y de las estrategias de comunicación en red en Internet es la base para un examen activo del Social Media Marketing. El Social Media Marketing se considera tanto desde un punto de vista estratégico como operativo. La perspectiva estratégica incluye el aspecto del posicionamiento estratégico de las redes sociales en la empresa, así como la integración en el conjunto del marketing mix. Además de los aspectos fundamentales del desarrollo de la estrategia, los estudiantes se ocuparán de los instrumentos del actual Social Media Marketing y de los canales para utilizarlos de forma específica en otras medidas y estrategias de marketing orientadas al éxito. Para el examen operativo activo de Social Media Marketing, se exploran en detalle los canales de las redes sociales como Facebook, Instagram, Pinterest, etc. con el fin de utilizarlos específicamente para otras medidas y estrategias de marketing. Las medidas de publicidad digital que se utilizan en las redes sociales son una parte integral de este curso. Su uso también se considerará desde una perspectiva legal. Así, el curso “Social Media Marketing” enseña conceptos básicos como el desarrollo de una estrategia de redes sociales, que incluye aspectos como la gestión de contenidos, la planificación editorial o el análisis del grupo objetivo. Trata el uso y la supervisión de los diferentes canales de las redes sociales de una manera orientada a la práctica y considera el área del Social Media Marketing operativo. Por lo tanto, este curso proporciona a los estudiantes una visión holística bien fundamentada del campo del Social Media Marketing y desarrolla la capacidad de utilizar las redes sociales para la gestión de la innovación.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- comprender las implicaciones sociales y las estrategias de comunicación en red y aplicarlas al ámbito del Social Media Marketing.
- integrar el Social Media Marketing en el marketing mix general.
- desarrollar una estrategia de redes sociales y propuestas para su implementación operativa.
- evaluar los distintos canales de redes sociales (Facebook, Instagram...).
- usar las redes sociales para la gestión de la innovación y las redes.
- evaluar fundamentalmente las oportunidades de marketing de una empresa en el sector de las redes sociales y tomar decisiones estratégicas al respecto.
- evaluar los desarrollos en Social Media Marketing desde una perspectiva sociológica y empresarial.

Contents

1. Fundamentos del Social-Media-Marketing
 - 1.1 Desarrollo de redes sociales y el concepto de Social Media Marketing
 - 1.2 Implicaciones sociales de las redes sociales
 - 1.3 Funcionalidad, tipos y campos de aplicación del Social Media Marketing
 - 1.4 Tipología y actividades de los usuarios de redes sociales
2. Social-Media-Marketing en el marketing mix general
 - 2.1 Oportunidades y riesgos a través de las redes sociales
 - 2.2 El método POST según Groundswell
 - 2.3 Integración en el marketing mix clásico
 - 2.4 Las redes sociales como canal de servicio
 - 2.5 Objetivos del Social Media Marketing
 - 2.6 Cifras clave de interés para medir el éxito
 - 2.7 El posicionamiento estratégico de las redes sociales en la empresa
3. Mapa de redes sociales
 - 3.1 Visión general del mapa de redes sociales
 - 3.2 Perfiles de los canales de redes sociales más importantes
 - 3.3 Grupos objetivo/grupos de usuarios

4. Desarrollo de estrategias de redes sociales
 - 4.1 ¿Qué es una estrategia? Definiciones
 - 4.2 Objetivos de una estrategia
 - 4.3 Fases del desarrollo de estrategias de redes sociales
 - 4.4 Gestión de la reputación en línea y gestión de crisis
 - 4.5 Gobernanza de redes sociales
5. Las redes sociales en la gestión de la innovación
 - 5.1 La importancia y el uso de la multitud
 - 5.2 Innovación a través de la creación de valor interactivo, comunidades de la marca, usuarios líderes e inteligencia de redes sociales
 - 5.3 Las redes sociales como herramienta de investigación de mercado
6. Social Media Marketing operacional
 - 6.1 Marketing de contenidos y publicidad nativa
 - 6.2 Marketing viral y boca a boca
 - 6.3 Marketing de influencers
 - 6.4 Redes sociales en el marketing B2B
 - 6.5 Gestión de la comunidad y supervisión de las redes sociales
 - 6.6 Relaciones con las redes sociales
 - 6.7 Contratación a través de las redes sociales
 - 6.8 Publicidad social
7. Marco jurídico de las redes sociales
 - 7.1 Marco jurídico de las redes sociales
 - 7.2 Ordenanza Básica de Protección de Datos (DSGVO)
 - 7.3 Contenido generado por el usuario
 - 7.4 El píxel de Facebook
8. Desarrollos en Social-Media-Marketing
 - 8.1 Las redes sociales en el cambio digital: nuevas formas de consumo
 - 8.2 Productos y marcas sociales
 - 8.3 Social Commerce y Social Selling
 - 8.4 Mensajeros y bots
 - 8.5 Los términos "posverdad" y "postdigital"
 - 8.6 Liderazgo abierto: cómo afrontar la pérdida de control

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Barker, M. et al. (2016): Social Media Marketing. A strategic approach. 2nd edition, Cengage Learning, Boston.
- Butow, E. et al. (2020): Ultimate Guide to Social Media Marketing. Entrepreneur Press, Irvine.
- Hollensen, S. et al. (2020): Social Media Marketing. A Practioner Guide. 4th edition, Opresnik Management Consulting, Lübeck.
- Kingnorth, S. (2019): Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing. 2nd edition, KoganPage, New York.
- The Art of Service (2020): Paid Social Media Strategies. A Complete Guide – 2021 Edition. N. p.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Advanced Workbook |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBMSM02-01_S

Fundamentals of Operations Research

Module Code: DLBBAEFOR_E

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | English |

Module Coordinator

Prof. Dr. Robert Graf (Mathematics: Linear Algebra) / N.N. (Operations Research)

Contributing Courses to Module

- Mathematics: Linear Algebra (DLBDSMFLA01)
- Operations Research (DLBBAEFOR01_E)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Mathematics: Linear Algebra

- Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes
- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

Operations Research

- Study Format "Distance Learning": Exam or Written Assessment: Case Study

Weight of Module

see curriculum

| | |
|--|--|
| <p>Module Contents</p> <p>Mathematics: Linear Algebra</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Matrix algebra ▪ Vector spaces ▪ Linear and affine transformations ▪ Analytical geometry ▪ Matrix decomposition <p>Operations Research</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitative decision support ▪ Linear optimization ▪ Graph theory ▪ Network planning and project management ▪ Simulation ▪ Queuing systems | |
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Mathematics: Linear Algebra</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ explain fundamental notions in the domain of linear equation systems. ▪ exemplify properties of vectors and vector spaces. ▪ summarize characteristics of linear and affine mappings. ▪ identify important relations in analytical geometry. ▪ utilize different methods for matrix decomposition.. <p>Operations Research</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ describe the essential methodological foundations of optimization problems and their applications in various areas. ▪ know basic procedures from the fields of decision analysis, linear optimization, and integer linear optimization. ▪ apply various methods of decision support theoretically and also tool supported. ▪ model operational planning and decision problems such as transport problems or network flow problems and understand algorithms to solve these problems effectively. ▪ know the essential properties of these algorithms and applications relevant to business management. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the fields of Methods and Planning & Controlling</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programmes in the Business & Management fields</p> |

Mathematics: Linear Algebra

Course Code: DLBDSMFLA01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

Linear algebra is a fundamental subject in mathematics. Its historical origin lies in the development of solution techniques for systems of linear equations arising from geometric problems. Numerous scientific and engineering applications can be solved using its methods. This course introduces the foundations of linear algebra and its basic notions like vectors and matrices. It then builds upon this foundation by introducing the derivation of solution techniques for problems in analytical geometry.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- explain fundamental notions in the domain of linear equation systems.
- exemplify properties of vectors and vector spaces.
- summarize characteristics of linear and affine mappings.
- identify important relations in analytical geometry.
- utilize different methods for matrix decomposition..

Contents

1. Foundations
 - 1.1 Systems of Linear Equations
 - 1.2 Matrices: Basic Terms
 - 1.3 Matrix algebra
 - 1.4 Matrices as compact representations of linear equations
 - 1.5 Inverse and trace
2. Vector Spaces
 - 2.1 Definition
 - 2.2 Linear Combination and Linear Dependence
 - 2.3 Basis, Linear Envelope, and Rank

3. Linear and Affine Mapping
 - 3.1 Matrix Representations of Linear Mappings
 - 3.2 Image and Kernel
 - 3.3 Affine Spaces and Subspaces
 - 3.4 Affine Mapping
4. Analytical Geometry
 - 4.1 Norm
 - 4.2 Scalar Product
 - 4.3 Orthogonal Projections
5. Matrix Decomposition
 - 5.1 Determinant
 - 5.2 Eigenvalues and Eigenvectors
 - 5.3 Cholesky Decomposition
 - 5.4 Eigenvalue Decomposition and Diagonalisation
 - 5.5 Singular Value Decomposition

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Mathai, A. M., & Haubold, H. J. (2017). Linear algebra, a course for physicists and engineers (1st ed.) De Gruyter.
- Neri, F. (2019). Linear algebra for computational sciences and engineering (2nd ed.) Springer.
- Shilov, G. E. (1977). Linear algebra. Dover Publications.
- Strang, G. (2020). Introduction to linear algebra. (5th ed.) Cambridge Press.

Study Format myStudies

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| Study Format myStudies | Course Type Lecture |
|----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Operations Research

Course Code: DLBBAEFOR01_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The term Operations Research (OR) refers to the development and application of quantitative models and methods for decision support in companies and organizations. Applications can be found in all areas of business administration, especially in production planning, supply chain management, distribution, location planning, warehousing, personnel planning and scheduling, as well as financial planning. This course introduces OR and its applications. The terminological fundamentals of the problem, model and method are presented. Further emphasis is put on graphs and basic graph algorithms. In addition, the course focuses on linear optimization, especially linear programs, simplex methods and sensitivity analysis. A special focus is the modelling of economic problems (decision, planning and optimization problems). Basic computer skills relevant for operations research are presented by means of spreadsheet calculation (esp. Microsoft Excel).

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- describe the essential methodological foundations of optimization problems and their applications in various areas.
- know basic procedures from the fields of decision analysis, linear optimization, and integer linear optimization.
- apply various methods of decision support theoretically and also tool supported.
- model operational planning and decision problems such as transport problems or network flow problems and understand algorithms to solve these problems effectively.
- know the essential properties of these algorithms and applications relevant to business management.

Contents

1. Introduction to quantitative decision support
 - 1.1 Definition: Operations Research (OR) as structured problem-solving approach
 - 1.2 Terminology: models, methods and algorithms
 - 1.3 Decision Support and Decision Theory
 - 1.4 Fields and applications of OR
 - 1.5 Software applications in OR

2. Fundamentals of linear optimization
 - 2.1 Definition: linear optimization
 - 2.2 Forms and properties of linear optimization
 - 2.3 Simplex algorithm
 - 2.4 Sensitivity analysis
 - 2.5 Game theory
3. Application of linear optimization
 - 3.1 Production program planning
 - 3.2 Supply chain management
 - 3.3 Transport problem
 - 3.4 Financing and investment
4. Further optimization approaches
 - 4.1 Integer and combinatorial optimization
 - 4.2 Application: Branch-and-bound procedures and traveling salesman problems
 - 4.3 Dynamic optimization
 - 4.4 Nonlinear optimization
5. Graph theory
 - 5.1 Fundamentals and concepts of graph theory
 - 5.2 Structural modelling using graphs
 - 5.3 Shortest paths in graphs
6. Network planning and project management
 - 6.1 Elements and methods of network planning
 - 6.2 Structure and time planning as well as Gantt charts
 - 6.3 Cost and capacity planning
7. Simulation and queuing systems
 - 7.1 Basic types of simulation
 - 7.2 Deterministic simulation: systems and model experiments
 - 7.3 Stochastic simulation: waiting queue systems and models
 - 7.4 Applications of simulation
8. Application: OR implementation with a spreadsheet
 - 8.1 Integer linear optimization
 - 8.2 Shortest paths in graphs
 - 8.3 Simulation of a queue problem

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Eiselt, H. A./Sandblom, C.-L. (2013): Operations research: A model-based approach. 2nd ed., Springer Texts in Business and Economics, Berlin.
- Khachay, M./Kochetov, Y./Pardalos, P. (Eds.) (2019): Mathematical Optimization Theory and Operations Research: 18th International Conference, MOTOR 2019, Ekaterinburg, Russia, July 8-12, 2019, Proceedings. 1st ed., Springer International Publishing, Cham.
- Poler, R./Mula, J./Díaz-Madroño, M. (2016): Operations research problems: Statements and solutions. Softcover reprint of the original 1st edition 2014, Springer, London.
- Sharma, J. K. (2016): Operations research: Theory and applications. 6th ed., Trinity Press, New Delhi.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam or Written Assessment: Case Study |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 100 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 25 h | Self Test 25 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Smart Factory

Module Code: DLBDESEF

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | English |

Module Coordinator

Prof. Dr. Mario Boßlau (Smart Factory I) / Prof. Dr. Mario Boßlau (Smart Factory II)

Contributing Courses to Module

- Smart Factory I (DLBDESEF01)
- Smart Factory II (DLBDESEF02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Smart Factory I

- Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes

Smart Factory II

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Smart Factory I**

- Motivation and Definition of Terms
- Development of Automation
- Technological Basics and Standards
- Basic concepts of a Smart Factory
- Reference Architectures
- Smart Factory Engineering
- Safety and Security

Smart Factory II

A catalogue with the currently provided tasks is provided on the online platform of the module. It provides the content basis of the module and can be supplemented or updated by the seminar leader.

Learning Outcomes**Smart Factory I**

On successful completion, students will be able to

- understand the term Smart Factory in the context of Industry 4.0.
- be able to trace the development of automation to a fully autonomous, non-centrally organized production plant.
- understand the basic technologies and standards used to design and operate a Smart Factory.
- understand the essential concepts of a Smart Factory.
- identify and differentiate between the individual elements of a Smart Factory using different reference architectures.
- understand the special engineering challenges in the Smart Energy context.
- understand the special safety risks of digitized and networked production plants and assign concrete recommendations for action.

Smart Factory II

On successful completion, students will be able to

- have a deeper understanding of the technologies and standards in the context of Smart Factory.
- apply technologies in the context of Smart Factory to a simple practical example.
- design a hardware or software prototype for a selected task.
- document, design, and develop activities in the form of a project report.

| | |
|---|--|
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the fields of Computer Science & Software Development</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programmes in the IT & Technology fields</p> |
|---|--|

Smart Factory I

Course Code: DLBDESEF01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

In this course, students will gain a deeper insight into the networking and digitization of production facilities by examining a Smart Factory. For this purpose, they will be familiarized with the basic goals of a Smart Factory in the context of the research complex Industry 4.0. After a brief introduction to the history of automation, students will learn the technical basics and standards required to design and operate a Smart Factory. Building on this, they will learn how these individual technologies are used to implement the central concepts of a Smart Factory. In order to understand which components a Smart Factory consists of, different reference architectures are presented and compared. The course concludes with the special engineering challenges of an autonomously acting and decentralized production plant. Above all, this includes IT security, which is particularly relevant due to the digital networking of production facilities and products.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- understand the term Smart Factory in the context of Industry 4.0.
- be able to trace the development of automation to a fully autonomous, non-centrally organized production plant.
- understand the basic technologies and standards used to design and operate a Smart Factory.
- understand the essential concepts of a Smart Factory.
- identify and differentiate between the individual elements of a Smart Factory using different reference architectures.
- understand the special engineering challenges in the Smart Energy context.
- understand the special safety risks of digitized and networked production plants and assign concrete recommendations for action.

Contents

1. Motivation and Definition of Terms
 - 1.1 Goals of Smart Factory
 - 1.2 Internet of Things
 - 1.3 Cyber-Physical Systems
 - 1.4 Cyber-Physical Production Systems
 - 1.5 Smart Factory as a Cyber-Physical (Production) System

2. Development of Automation
 - 2.1 Automation Pyramid
 - 2.2 Networked, Decentralized Organization of Production
 - 2.3 Future Challenges
3. Technological Basics and Standards
 - 3.1 Identification of Physical Objects
 - 3.2 Formal Description Languages and Ontologies
 - 3.3 Digital Object Memory
 - 3.4 Physical Situation Recognition
 - 3.5 (Partially) Autonomous Action and Cooperation
 - 3.6 Human-Machine Interaction
 - 3.7 Machine to Machine Communication
4. Basic Concepts of a Smart Factory
 - 4.1 Order-Controlled Production
 - 4.2 Bundling of Machine and Production Data
 - 4.3 Supporting People in Production
 - 4.4 Intelligent Products and Resources
 - 4.5 Smart Services
5. Reference Architectures
 - 5.1 Purpose and Properties of Reference Architectures
 - 5.2 Overview of Standardization Initiatives
 - 5.3 CyProS Reference Architecture
 - 5.4 RAMI 4.0 (DIN SPEC 91345)
6. Smart Factory Engineering
 - 6.1 Classification of Different Engineering Tools
 - 6.2 Virtual Engineering
 - 6.3 User-Centered Design
 - 6.4 Requirements Engineering
 - 6.5 Modelling
 - 6.6 Integration of Classic and Smart Components

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Butun, I. (2020). Industrial IoT: Challenges, design principles, applications, and security. Springer.
- Drossel, W. G., Ihlenfeldt, S., Lanzger, T., & Dumitrescu, R. (2019). Cyber-physical systems. In R. Neugebauer (Ed.), Digital transformation (pp. 189–213). Springer.
- Durakbasa, N. M., & Gençyılmaz, M. G. (Eds.). (2021). Digital conversion on the way to Industry 4.0. Springer.
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018). Industry 4.0: Managing the digital transformation. Springer.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Smart Factory II

Course Code: DLBDESEF02

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

In this course, students select a concrete task from the catalog of topics provided in consultation with the seminar leader. They will work on the task in a prototyping environment suited to the task, which can be either a hardware (e.g., prototyping boards) or software (e.g., technology-specific development environments) environment. To complete the task, students apply the concepts, methods, and tools taught in the Smart Factory I course. They document their results with a project report.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- have a deeper understanding of the technologies and standards in the context of Smart Factory.
- apply technologies in the context of Smart Factory to a simple practical example.
- design a hardware or software prototype for a selected task.
- document, design, and develop activities in the form of a project report.

Contents

- A catalogue with the currently provided tasks is provided on the online platform of the module. It provides the content basis of the module and can be supplemented or updated by the seminar leader.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBDESEF02

Introducción a la ciencia de datos y la programación con Python

Module Code: DLBBAEIDSP_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | ninguno | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in |
|------------------------------|--------------------|----------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe |

Module Coordinator

Prof. Dr. Claudia Heß (Introducción a la Ciencia de Datos) / Dr. Reza Shahbazfar (Introducción a la programación con Python)

Contributing Courses to Module

- Introducción a la Ciencia de Datos (DLBDSIDS01_S)
- Introducción a la programación con Python (DLBDSIPWP01_S)

Module Exam Type

| Module Exam | Split Exam |
|-------------|---|
| | <p><u>Introducción a la Ciencia de Datos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Oral Assignment • Study Format "myStudies": Oral Assignment <p><u>Introducción a la programación con Python</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Distance Learning": Exam, |

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents**Introducción a la Ciencia de Datos**

- Introducción a la ciencia de datos
- Datos
- La ciencia de datos en los negocios
- Estadística
- Aprendizaje automático

Introducción a la programación con Python

- Introducción
- Tipos de variables y datos
- Instrucciones
- Funciones
- Errores y excepciones
- Módulos y paquetes

Learning Outcomes**Introducción a la Ciencia de Datos**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- definir la ciencia de los datos y su relación con otros campos.
- comprender las actividades de la ciencia de datos.
- reconocer los orígenes de los datos y los retos que supone trabajar con ellos.
- comprender cómo se integran los métodos de la ciencia de datos en un entorno empresarial.
- comprender conceptos estadísticos fundamentales.
- reconocer la importancia del aprendizaje automático en la ciencia de datos.

Introducción a la programación con Python

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- utilizar la sintaxis fundamental de Python.
- recordar los tipos de datos elementales más comunes.
- reconocer los conceptos fundamentales de la programación y su realización en Python.
- comprender el registro y el control de errores.
- crear programas de trabajo.
- enumerar las bibliotecas y paquetes más importantes para la ciencia de datos.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Data Science & Artificial Intelligence

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the IT & Technology field

Introducción a la Ciencia de Datos

Course Code: DLBDSIDS01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | Ninguno |

Course Description

La ciencia de los datos surgió como un campo multidisciplinar destinado a crear valor a partir de los datos. Este curso comienza con una visión general de la ciencia de datos y sus campos relacionados, definiéndose a continuación los tipos de datos y las fuentes. Se presta especial atención a la evaluación de la calidad de los datos y al procesamiento electrónico de los datos. El uso de métodos basados en datos se ha convertido en vital para las empresas, Este curso describe cómo se pueden integrar los enfoques basados en datos en un contexto empresarial y cómo se pueden tomar decisiones operativas utilizando métodos basados en datos. Por último, este curso destaca la importancia de la estadística y del aprendizaje automático en el campo de la ciencia de datos y ofrece una visión general de los métodos y enfoques pertinentes.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- definir la ciencia de los datos y su relación con otros campos.
- comprender las actividades de la ciencia de datos.
- reconocer los orígenes de los datos y los retos que supone trabajar con ellos.
- comprender cómo se integran los métodos de la ciencia de datos en un entorno empresarial.
- comprender conceptos estadísticos fundamentales.
- reconocer la importancia del aprendizaje automático en la ciencia de datos.

Contents

1. Introducción a la ciencia de datos
 - 1.1 Definición del término "ciencia de datos"
 - 1.2 Ciencia de datos y campos relacionados
 - 1.3 Actividades de la ciencia de datos
2. Datos
 - 2.1 Tipos de datos y fuentes de datos
 - 2.2 Las 5 V del Big Data
 - 2.3 Calidad de los datos
 - 2.4 Ingeniería de datos

3. Ciencia de datos en el ámbito empresarial
 - 3.1 Identificación de casos de usos
 - 3.2 Evaluación del desempeño
 - 3.3 Decisiones operativas basadas en datos
 - 3.4 Sesgos cognitivos
4. Estadística
 - 4.1 Importancia de la estadística en la ciencia de datos
 - 4.2 Conceptos estadísticos importantes
5. Aprendizaje automático
 - 5.1 Papel del aprendizaje automático en la ciencia de datos
 - 5.2 Resumen de los enfoques de aprendizaje automático

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- Akerkar, R., y Sajja, P. S. (2016). Intelligent techniques for data science. Nueva York (EE. UU.): Springer International Publishing.
- Hodeghatta, U. R., y Nayak, U. (2017). Business analytics using R—A practical approach. Nueva York (EE. UU.): Apress Publishing.
- Runkler, T. A. (2012). Data analytics: Models and algorithms for intelligent data analysis. Nueva York (EE. UU.): Springer.
- Skiena, S. S. (2017). The data science design manual. Nueva York (EE. UU.): Springer International Publishing.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Study Format myStudies

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| Study Format myStudies | Course Type Lecture |
|----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Assignment |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 110 h | 0 h | 20 h | 20 h | 0 h | 150 h |

| | |
|---|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Introducción a la programación con Python

Course Code: DLBDSIPWP01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

Este curso ofrece a los estudiantes conocimientos básicos del lenguaje de programación Python. Tras una exposición introductoria de la importancia de Python para las tareas de programación vinculadas a la ciencia de datos, se presentarán a los estudiantes conceptos de programación fundamentales como variables, tipos de datos y declaraciones. Sobre esta base, se explica la noción importante de una función, y se profundiza en el control de errores y excepciones y en el registro. El curso concluye con una descripción general de los paquetes de bibliotecas más utilizados en ciencia de datos.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- utilizar la sintaxis fundamental de Python.
- recordar los tipos de datos elementales más comunes.
- reconocer los conceptos fundamentales de la programación y su realización en Python.
- comprender el registro y el control de errores.
- crear programas de trabajo.
- enumerar las bibliotecas y paquetes más importantes para la ciencia de datos.

Contents

1. Introducción
 - 1.1 ¿Por qué utilizar Python?
 - 1.2 Cómo obtener e instalar Python
 - 1.3 El intérprete de Python, IPython y Jupyter
2. Tipos de variables y datos
 - 2.1 Variables y asignación de valores
 - 2.2 Números
 - 2.3 Cadenas
 - 2.4 Colecciones
 - 2.5 Archivos

3. Instrucciones
 - 3.1 Asignación, expresiones y función print
 - 3.2 Enunciados condicionales
 - 3.3 Bucles
 - 3.4 Iteradores y comprensiones
4. Funciones
 - 4.1 Declaración de funciones
 - 4.2 Ámbito
 - 4.3 Argumentos
5. Errores y excepciones
 - 5.1 Errores
 - 5.2 Control de excepciones
 - 5.3 Registros
6. Módulos y paquetes
 - 6.1 Uso
 - 6.2 Espacios de nombres
 - 6.3 Documentación
 - 6.4 Paquetes de ciencia de datos conocidos

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Barry, P. (2016). Head first Python: A brain-friendly guide. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Kapil, S. (2019). Clean Python: Elegant coding in Python. Berkeley, CA: Apress.
- Lubanovic, B. (2019). Introducing Python (2nd ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Lutz, M. (2013). Learning Python (5th ed.). Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Matthes, E. (2015). Python crash course: A hands-on, project-based introduction to programming. San Fransisco, CA: No Starch Press.
- Müller, A. C., & Guido, S. (2016). Introduction to machine learning with Python: A guide for data scientists. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.
- Ramalho, L. (2015). Fluent Python: Clear, concise, and effective programming. Sebastopol, CA: O'Reilly.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLBDSIPWP01_S

Gestión de servicios de TI

Module Code: IWSM-01_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | ninguno | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Gestión de servicios de TI) / N.N. (Proyecto: Gestión de servicios TIC)

Contributing Courses to Module

- Gestión de servicios de TI (DLBCSITSM01-01_S)
- Proyecto: Gestión de servicios TIC (DLBCSPITSM01_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Gestión de servicios de TI

- Study Format "Distance Learning": Exam,

Proyecto: Gestión de servicios TIC

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

Module Contents**Gestión de servicios de TI**

- Principios básicos y términos de la gestión de servicios de TI
- ITIL 4 - Principios básicos y cuatro dimensiones
- ITIL 4 - Sistema de valor de servicio
- ITIL 4 - Principios
- ITIL 4 - Prácticas
- Gestión de la seguridad de la información con el marco de protección básico de TI de BSI

Proyecto: Gestión de servicios TIC

Análisis, evaluación y desarrollo de recomendaciones para la adopción de medidas en el ámbito de cuestiones concretas relativas a aspectos de la gestión de servicios de TI. A ello contribuye la creación y planificación de un proyecto en el contexto teórico-temático pasando por todas las fases de la gestión de proyectos. El aseguramiento de la calidad de los productos creados está a cargo del tutor y de los estudiantes de los grupos de proyecto.

Learning Outcomes**Gestión de servicios de TI**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar los fundamentos y retos de la gestión de servicios de TIC.
- describir la motivación y estructura de la Biblioteca de Infraestructura de TIC (ITIL), distinguir cuatro dimensiones, aplicar el sistema de valor de servicio e identificar prácticas concretas.
- describir y aplicar los fundamentos de la gestión de la seguridad informática.

Proyecto: Gestión de servicios TIC

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- analizar problemas típicos y situaciones de una empresa desde el área de la gestión de servicios de TIC en distintas variaciones de proyecto.
- desarrollar, planificar e implementar soluciones propuestas.
- convertir teoría en un planteamiento pragmático de una solución con la ayuda de herramientas metódicas de gestión de servicios de TIC y gestión de proyectos.
- extraer y aplicar las conclusiones adecuadas en función de su entorno de proyecto específico.
- aplicar conceptualmente su conocimiento teórico a factores del entorno específico de la empresa.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Computer Science & Software Development

Links to other Study Programs of the University

All Bachelor Programs in the IT & Technology field

Gestión de servicios de TI

Course Code: DLBCSITSM01-01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

La gestión de servicios de TIC es un enfoque para alinear y comprender la TIC de una empresa como proveedor de servicios y como ayuda para los procesos operativos y empresariales. Este curso utiliza la Biblioteca de Infraestructura de TIC (ITIL) para enseñar conceptos, procedimientos y buenas prácticas en el área de la gestión de servicios de TIC (operaciones de TIC). Dicho de otro modo, se ocupa de la gestión de actividades que se llevan a cabo después de que se ha desarrollado un sistema informático: operaciones de TIC como realización continua del negocio diario productivo de los departamentos de TIC de una empresa.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- identificar los fundamentos y retos de la gestión de servicios de TIC.
- describir la motivación y estructura de la Biblioteca de Infraestructura de TIC (ITIL), distinguir cuatro dimensiones, aplicar el sistema de valor de servicio e identificar prácticas concretas.
- describir y aplicar los fundamentos de la gestión de la seguridad informática.

Contents

1. Principios básicos y términos de la gestión de servicios de TIC
 - 1.1 Servicios de TIC
 - 1.2 Gestión de servicios de TIC
 - 1.3 Marcos de trabajo ITSM
2. ITIL 4 - Principios básicos y cuatro dimensiones
 - 2.1 Partes interesadas, servicios y gestión de servicios
 - 2.2 Contribución de valor de la TIC
3. ITIL 4 - Sistema de valor de servicio
 - 3.1 Principios básicos y descripción general
 - 3.2 Aportaciones, resultado y gobernanza
 - 3.3 La cadena de valor de servicio
 - 3.4 Mejora continua

4. ITIL 4 - Principios
 - 4.1 Visión general
 - 4.2 Orientación al valor
 - 4.3 Procedimiento iterativo y retroalimentación
 - 4.4 Establecer colaboración y visibilidad
 - 4.5 Optimizar y automatizar
5. ITIL 4 - Prácticas
 - 5.1 Visión general
 - 5.2 Prácticas de administración general
 - 5.3 Prácticas de gestión de servicios
 - 5.4 Prácticas técnicas
6. Gestión de la seguridad de la información con el marco de protección básico de TIC de BSI
 - 6.1 Estructura y elementos del marco de protección básico de BSI
 - 6.2 Proceso de seguridad de la información

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Berger, D., & Shashidhar, N., & Varol, C. (2020). Using ITIL 4 in Security Management. 2020 8th International Symposium on Digital Forensics and Security (ISDFS), Digital Forensics and Security (ISDFS), 2020 8th International Symposium On, 1–6. <https://doi-org.pxz.iubh.de/8443/10.1109/ISDFS49300.2020.9116257>
- Limited, A. (2019). ITIL 4 Foundation: ITIL 4 Edition. London The Stationery Office Ltd, 2019.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Digital and IT Strategy. London The Stationery Office Ltd, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Direct, Plan and Improve. Norwich TSO, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: High Velocity IT. Norwich TSO, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Drive Stakeholder Value. Norwich TSO, 2020.
- Limited, A. (2020). ITIL 4: Create, Deliver and Support. Norwich TSO, 2020.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Online Lecture |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|--|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: yes Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Proyecto: Gestión de servicios TIC

Course Code: DLBCSPITSM01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 5 | ninguno |

Course Description

Partiendo de los contenidos del curso “Gestión de servicios TIC”, se profundiza en aspectos seleccionados de los procesos centrales de ITIL, explicándolos, seleccionándolos y aplicándolos dentro del marco de trabajo de un proyecto relacionándolos con el concepto en cuestión. Se consideran y evalúan todos los métodos teóricos.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- analizar problemas típicos y situaciones de una empresa desde el área de la gestión de servicios de TIC en distintas variaciones de proyecto.
- desarrollar, planificar e implementar soluciones propuestas.
- convertir teoría en un planteamiento pragmático de una solución con la ayuda de herramientas metódicas de gestión de servicios de TIC y gestión de proyectos.
- extraer y aplicar las conclusiones adecuadas en función de su entorno de proyecto específico.
- aplicar conceptualmente su conocimiento teórico a factores del entorno específico de la empresa.

Contents

- Gestión de la seguridad de la información con el marco de protección de línea de base de TIC de BSI A ello contribuye la creación y planificación de un proyecto en el contexto teórico-temático pasando por todas las fases de la gestión de proyectos.
- El aseguramiento de la calidad de los productos creados está a cargo del tutor y de los estudiantes de los grupos de proyecto.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Salesforce Platform Development

Module Code: DLSFPD

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Thomas Bolz (Salesforce Platform App Builder) / Prof. Dr. Maik Günther (Salesforce Platform Developer)

Contributing Courses to Module

- Salesforce Platform App Builder (DLSFPD01)
- Salesforce Platform Developer (DLSFPD02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Salesforce Platform App Builder

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

Salesforce Platform Developer

- Study Format "Distance Learning": Oral Project Report

Weight of Module

see curriculum

| | |
|---|---|
| <p>Module Contents</p> <p>Salesforce Platform App Builder</p> <p>Using the learning platform Trailhead students will learn the fundamentals of Salesforce. At the end of the course, the students will be able to design, build and deploy custom applications. This course prepares them for the Salesforce Platform App Builder Certification.</p> <p>Salesforce Platform Developer</p> <p>Using the learning platform Trailhead students will learn how to develop own applications, built from various parts of the Salesforce platform. At the end of the course they will be able to use Apex, Visualforce and basic Lightning components. This course prepares the students for the Salesforce Platform Developer I Certification.</p> | |
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Salesforce Platform App Builder</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ define what Salesforce and customer relationship management is, ▪ design the data model, user interface, and business logic for custom applications, ▪ customize applications for mobile use, ▪ design reports and dashboards, ▪ manage application security and deploy custom applications. <p>Salesforce Platform Developer</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ develop own applications using Apex and basic Lightning components, ▪ write SOSL, SOQL and DML statements, ▪ use Visualforce to build custom user interfaces for mobile and web apps, ▪ build reusable, performant components that follow modern web standards, ▪ use the built-in testing framework to test Apex and Visualforce. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Marketing & Sales</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programs in the Marketing & Communication field</p> |

Salesforce Platform App Builder

Course Code: DLSFPD01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

Salesforce is the most used software solution for customer relationship management worldwide. This solution can be customized and personalized for the needs of customers, partners and employees. Using the learning platform Trailhead, students will learn independently the fundamentals of Salesforce and the development of customized application. This course prepares students for the Salesforce Platform App Builder Certification.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- define what Salesforce and customer relationship management is,
- design the data model, user interface, and business logic for custom applications,
- customize applications for mobile use,
- design reports and dashboards,
- manage application security and deploy custom applications.

Contents

- The content on the learning platform focuses on the features and functionality to design, build and deploy custom applications. The content also provides knowledge to define business logic and process automation declaratively. Furthermore, the design and management of the correct data models and the customization of applications for individual needs is included in this course. Thus, the content of this course enables to automate repetitive tasks and to optimize processes in customer organizations.

| |
|--|
| Literature |
| Compulsory Reading |
| Further Reading <ul style="list-style-type: none">▪ Gupta, R. (2019): Salesforce Platform App Builder Certification. A Practical Study Guide. 1st ed., Apress.▪ Weinmeister, P. (2019): Practical Salesforce Development Without Code. Building Declarative Solutions on the Salesforce Platform. 2nd ed., Apress, Berkeley.▪ Shaalan, S. (2020): Salesforce for Beginners. A step-by-step guide to creating, managing, and automating sales and marketing processes. Packt Publishing, Birmingham.▪ Benioff, M./Langley, M. (2019): Trailblazer. The Power of Business as the Greatest Platform for Change. 1st ed. |

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

Salesforce Platform Developer

Course Code: DLSFPD02

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The Salesforce platform not only forms the foundation of core Salesforce products like Sales Cloud and Service Cloud, but it is also possible to build own functionalities and own applications. Using the learning platform Trailhead, students will learn how to use the programmatic pillars of the Salesforce platform: Lightning components, Apex and Visualforce. This course prepares students for the Salesforce Platform Developer I Certification.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- develop own applications using Apex and basic Lightning components,
- write SOSL, SOQL and DML statements,
- use Visualforce to build custom user interfaces for mobile and web apps,
- build reusable, performant components that follow modern web standards,
- use the built-in testing framework to test Apex and Visualforce.

Contents

- The content on the learning platform focuses on the development of own functionality and own applications, built from various parts of the Salesforce platform. The content enables to use the programmatic elements Lightning components, Apex and Visualforce. Furthermore, knowledge is provided for data modeling, process automation, user interface design, testing and deployment. Thus, the content of this course enables to extend Salesforce by individual applications to cover the needs in customer organizations.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Salesforce (2020): Developer Documentation. (URL: <https://developer.salesforce.com/docs/> [accessed: 12.12.2020])

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides |

DLSFPD02

Salesforce Platform Management

Module Code: DLSFPM

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Thomas Bolz (Salesforce Fundamentals) / Prof. Dr. Thomas Bolz (CRM with Salesforce Service Cloud)

Contributing Courses to Module

- Salesforce Fundamentals (DLSFPM01)
- CRM with Salesforce Service Cloud (DLSFPM02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Salesforce Fundamentals

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Project Report

CRM with Salesforce Service Cloud

- Study Format "Distance Learning": Oral Project Report

Weight of Module

see curriculum

| | |
|--|--|
| <p>Module Contents</p> <p>Salesforce Fundamentals</p> <p>Using the learning platform trailhead students will learn the fundamentals of Salesforce. At the end of the course students will be able to administer the Salesforce platform. This module prepares them for the Salesforce administrator certification.</p> <p>CRM with Salesforce Service Cloud</p> <p>Using the learning platform trailhead students will learn how to manage customer relationships with Salesforce platform. At the end of the course they will be able to manage the Salesforce service cloud. This module prepares students for the Salesforce service cloud certification.</p> | |
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Salesforce Fundamentals</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ define what Salesforce and customer relationship management is. ▪ describe and compare the different options for importing and exporting data in Salesforce. ▪ create reports and visualize key business metrics in real-time in Salesforce. ▪ create a simple Salesforce app. ▪ control access to data using security tools in Salesforce. <p>CRM with Salesforce Service Cloud</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ set up customer service with Salesforce service cloud. ▪ lead a customer service team in the digital era. ▪ create digital engagement on multiple channels. ▪ define service cloud goals and metrics. ▪ automate case management. ▪ improve customer service using artificial intelligence. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the fields of Marketing & Sales</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor Programmes in the Marketing fields</p> |

Salesforce Fundamentals

Course Code: DLSFPM01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

Salesforce is the most used software solution for customer relationship management worldwide. Using the learning platform trailhead students will learn independently the fundamentals of Salesforce. The course introduces Salesforce and explains how to administrate it. Additionally, it presents essentials of the Salesforce platform.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- define what Salesforce and customer relationship management is.
- describe and compare the different options for importing and exporting data in Salesforce.
- create reports and visualize key business metrics in real-time in Salesforce.
- create a simple Salesforce app.
- control access to data using security tools in Salesforce.

Contents

- The content on the learning platform focuses on the features and the functionality used to maintain a Salesforce implementation. It provides general knowledge of the features available to end users and the configuration options available to a Salesforce administrator. Furthermore, the content enables to maintain a Salesforce organization, respond to common business requirements, and perform administrative functions using current Salesforce features.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Eason, J. (2014): Android Studio 1.0. (URL: <http://android-developers.blogspot.de/2014/12/android-studio-10.html> [accessed: 22.04.2016]).

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Project Report |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 120 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 30 h | Self Test 0 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| |
|------------------------------|
| Instructional Methods |
| Project Work |

CRM with Salesforce Service Cloud

Course Code: DLSFPM02

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

This course facilitates key aspects of setting up customer service with Salesforce service cloud on the learning platform trailhead. The course describes how to implement Salesforce service cloud and manage it. It enables to make better business decisions based on customer service data and to create a service metrics strategy. The course shows how to create processes to help support teams become more efficient and manage large data volumes within Salesforce and prepares students for the Salesforce service cloud certification.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- set up customer service with Salesforce service cloud.
- lead a customer service team in the digital era.
- create digital engagement on multiple channels.
- define service cloud goals and metrics.
- automate case management.
- improve customer service using artificial intelligence.

Contents

- The content on the learning platform focuses on designing and deploying solutions that support customer business processes and requirements using Salesforce applications. The content enables to design solutions using the Service Cloud functionality and to lead the implementation of these solutions within a customer organization.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Eason, J. (2014): Android Studio 1.0. (URL: <http://android-developers.blogspot.de/2014/12/android-studio-10.html> [accessed: 22.04.2016]).

Study Format Distance Learning

| | |
|--|-------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Project |
|--|-------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Oral Project Report |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 120 h | 0 h | 30 h | 0 h | 0 h | 150 h |

| |
|------------------------------|
| Instructional Methods |
| Project Work |

Internship

Module Code: OPTINTER1

| | | | | |
|--------------------------------------|---|--------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements On campus offer only | Study Level | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---|--------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

see MyCampus (Internship)

Contributing Courses to Module

- Internship (OPTINTER110)

Module Exam Type

Module Exam

Study Format: On Campus
Reflection (of Practical Work) / Group Reflection

Split Exam

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Internship according to the "Internship Regulations" of the IU.

Learning Outcomes

Internship

On successful completion, students will be able to

- apply skills and knowledge they have obtained during the first three semesters of the programme in an entrepreneurial environment.
- develop his / her practical and analytical skills in order to improve his / her employability.
- have practical knowledge and learn to work within an organization.
- acquire a first deep insight into organisational structures and communication procedures.
- apply communication skills, social skills, problem solving, time and project management which will shape their general management skills.
- shape their personality with the help of the interdisciplinary nature of the course especially in the area of the key qualifications like interpersonal skills or intercultural skills.

Links to other Modules within the Study Program

Builds on modules of the chosen degree program

Links to other Study Programs of the University

All on campus offered programs

Internship

Course Code: OPTINTER110

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| | English | | 10 | On campus offer only |

Course Description

This module consists of three parts: preparation tutorials. During these tutorials, students will learn about the intention of the internship and about the intellectual as well as social requirements of the working environment. the internship itself, and Workshops that accompany the internship by presentations and give an insight into different companies and working environments by the students.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- apply skills and knowledge they have obtained during the first three semesters of the programme in an entrepreneurial environment.
- develop his / her practical and analytical skills in order to improve his / her employability.
- have practical knowledge and learn to work within an organization.
- acquire a first deep insight into organisational structures and communication procedures.
- apply communication skills, social skills, problem solving, time and project management which will shape their general management skills.
- shape their personality with the help of the interdisciplinary nature of the course especially in the area of the key qualifications like interpersonal skills or intercultural skills.

Contents

- Internship according to the “Internship Regulation” of the IU.

Literature

Compulsory Reading

- Sweitzer, F. H. & King, M. A. (2009). The Successful Internship: Personal, Professional, and Civic Development. 3rd ed.. Cengage. ISBN: 0-495-59642-6.
- Kaser, K., Brooks, J. R. & Brooks, K. (2007). Making the Most of your Internship. Thomson. ISBN: 0-538-44432-0.
- Myers Kiser, P. (2008). The Human Services Internship: Getting the Most from your Experience. 2nd ed.. Cengage. ISBN: 0-495-09226-6.

Further Reading

Study Format On Campus

| | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| Study Format On Campus | Course Type Practical work |
|----------------------------------|--------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Reflection (of Practical Work) / Group Reflection |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 13 h | 0 h | 7 h | 0 h | 280 h | 300 h |

| |
|--|
| Instructional Methods |
| In order to prepare students for their internship, a preparatory lecturing seminar will be held. During their internship, students will report about their progress by writing reports (start up report or mid-term report). |

Studium Generale

Module Code: DLBSG_E

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements None | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

N.N. (Studium Generale I) / N.N. (Studium Generale II)

Contributing Courses to Module

- Studium Generale I (DLBSG01_E)
- Studium Generale II (DLBSG02_E)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Studium Generale I

- Study Format "Distance Learning": See Selected Course

Studium Generale II

- Study Format "Distance Learning": See Selected Course

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Studium Generale I**

In principle, all IU bachelor courses can be selected as courses for the "Studium Generale", so that the content can be chosen from the entire breadth of the IU distance learning program.

Studium Generale II

In principle, all IU bachelor courses can be selected as courses for the "Studium Generale", so that the content can be chosen from the entire breadth of the IU distance learning program.

Learning Outcomes**Studium Generale I**

On successful completion, students will be able to

- apply acquired key competencies to issues in their field of study and/or in their professional environment.
- to deepen one's own skills and abilities in a self-directed manner.
- to look beyond the boundaries of their own area of expertise.

Studium Generale II

On successful completion, students will be able to

- apply acquired key competencies to issues in their field of study and/or in their professional environment.
- to deepen one's own skills and abilities in a self-directed manner.
- to look beyond the boundaries of their own area of expertise.

Links to other Modules within the Study Program

It is a stand-alone offering with possible references to various required and elective modules

Links to other Study Programs of the University

All IU Distance Learning Bachelor Programs

Studium Generale I

Course Code: DLBSG01_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | None |

Course Description

In the course "Studium Generale I", students deepen their knowledge in a self-selected subject area by completing an IU course outside their applicable curriculum. This gives them the opportunity to look beyond their own subject area and acquire further competencies. The associated option enables students to self-determine their study content to focus even more on issues relevant to them and/or to strengthen or develop selected competencies.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- apply acquired key competencies to issues in their field of study and/or in their professional environment.
- to deepen one's own skills and abilities in a self-directed manner.
- to look beyond the boundaries of their own area of expertise.

Contents

- The course "Studium Generale I" offers students the opportunity to take courses outside of their curriculum and the result can be credited as an elective subject. In principle, all IU bachelor courses that fulfill the following requirements can be chosen for this purpose:
 - They are not part of an integral part of the applicable mandatory curriculum.
 - They do not have admission requirements or students can prove that they have met the admission requirement.
- The examination of the selected courses must be taken in full and finally passed in order to be credited as part of the 'Studium Generale'.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- See course description of the selected course

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---|
| Study Format Distance Learning | Course Type See Selected Course |
|--|---|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | See Selected Course |

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study 100 h | Contact Hours 0 h | Tutorial 25 h | Self Test 25 h | Independent Study 0 h | Hours Total 150 h |

| |
|------------------------------|
| Instructional Methods |
| See Selected Course |

Studium Generale II

Course Code: DLBSG02_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | | None |

Course Description

In the course "Studium Generale II", students deepen their knowledge in a self-selected subject area by completing an IU course outside their applicable curriculum. This gives them the opportunity to look beyond their own subject area and acquire further competencies. The associated option enables students to self-determine their study content to focus even more on issues relevant to them and/or to strengthen or develop selected competencies.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- apply acquired key competencies to issues in their field of study and/or in their professional environment.
- to deepen one's own skills and abilities in a self-directed manner.
- to look beyond the boundaries of their own area of expertise.

Contents

- The course "Studium Generale II" offers students the opportunity to take courses outside of their curriculum and the result can be credited as an elective subject. In principle, all IU bachelor courses that fulfill the following requirements can be chosen for this purpose:
 - They are not part of an integral part of the applicable mandatory curriculum.
 - They do not have admission requirements or students can prove that they have met the admission requirement.
- The examination of the selected courses must be taken in full and finally passed in order to be credited as part of the 'Studium Generale'.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- See course description of the selected course

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---|
| Study Format Distance Learning | Course Type See Selected Course |
|--|---|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | See Selected Course |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 100 h | 0 h | 25 h | 25 h | 0 h | 150 h |

| |
|------------------------------|
| Instructional Methods |
| See Selected Course |

Foreign Language Italian

Module Code: DLFSWI_E

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Regina Cordes (Certificate Course Italian) / Prof. Dr. Regina Cordes (Foreign Language Italian)

Contributing Courses to Module

- Certificate Course Italian (DLFSWI01_E)
- Foreign Language Italian (DLFSI01_E)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Certificate Course Italian

- Study Format "Distance Learning":
Participation Certificate (passed / not passed)

Foreign Language Italian

- Study Format "Distance Learning": Exam,
90 Minutes

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Certificate Course Italian**

To learn and deepen Italian as a foreign language at the chosen CEFR level with regard to the respective qualitative aspects of range, correctness, fluency, interaction and coherence. The module includes a combination of listening, comprehension, writing and speaking exercises as well as various course material.

Foreign Language Italian

To learn and deepen Italian as a foreign language at the chosen CEFR level with regard to the respective qualitative aspects of range, correctness, fluency, interaction and coherence. The module includes a combination of listening, comprehension, writing and speaking exercises as well as various course material.

Learning Outcomes**Certificate Course Italian**

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language Italian according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Foreign Language Italian

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language Italian according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Languages

Links to other Study Programs of the University

All Distance Learning Bachelor Programmes

Certificate Course Italian

Course Code: DLFSWI01_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The qualification objectives correspond to levels A1, A2, B1 and B2 according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). Using everyday subject areas, chosen areas of specialization, and using basic and advanced grammatical structures, the use of Italian as a foreign language is taught and practiced according to a CEFR placement test. Upon successful completion, students will receive a certificate corresponding to their chosen level.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language Italian according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Contents

- Depending on the CEFR placement, students will be proficient
 - to understand and use familiar, everyday expressions and very simple phrases aimed at satisfying concrete needs. They can introduce themselves and others and ask other people questions about themselves - e.g. where they live, what kind of people they know or what kind of things they have - and they can give answers to questions of this kind. They can communicate in a simple way if the person they are talking to speaks slowly and clearly and is willing to help. (Level A1)
 - to understand sentences and frequently used expressions related to areas of immediate importance (e.g. personal and family information, shopping, work, local area). You can communicate in simple, routine situations involving a simple and direct exchange of information about familiar things. You can describe by simple means your own background and education, immediate environment and things related to immediate needs. (Level A2)
 - to understand the main points when clear standard language is used and when it's about familiar things from work, school, leisure, etc. You can handle most situations encountered while traveling in the language area. You can express yourself simply and

coherently on familiar topics and personal areas of interest. You can talk about experiences and events, describe dreams, hopes and goals, and give brief reasons or explanations for plans and opinions. (Level B1)

- to understand the main content of complex texts on concrete and abstract topics; and to understand specialist discussions in their own area of specialization. You can communicate so spontaneously and fluently that a normal conversation with native speakers is quite possible without major effort on either side. You can express yourself clearly and in detail on a wide range of topics, explain a point of view on a topical issue and state the advantages and disadvantages of various options. (Level B2)
- Grammar:
 - Level A1 - present and past tenses, sentence structure, prepositions, etc.
 - Level A2 - among other things tenses of the past, differences in the past tenses, imperative, subordinate clauses, pronouns (dative, accusative)
 - Level B1 - including introduction of past perfect, conjunctions, introduction of passive voice, adverbs, adjectives (difference), future tense
 - Level B2 - among others verb constructions, conditional clauses, indirect speech

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- According to the Information given in the Online Course speexx

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Language Course |
|--|---------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Participation Certificate (passed / not passed) |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| |
|---|
| Instructional Methods |
| Instructional Methods are provided by the External Service Provider |

Foreign Language Italian

Course Code: DLFSI01_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The qualification objectives correspond to levels A1, A2, B1 and B2 according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). Using everyday subject areas, chosen areas of specialization, and using basic and advanced grammatical structures, the use of Italian as a foreign language is taught and practiced according to a CEFR placement test.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language Italian according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Contents

- Depending on the CEFR placement, students will be proficient
 - to understand and use familiar, everyday expressions and very simple phrases aimed at satisfying concrete needs. They can introduce themselves and others and ask other people questions about themselves - e.g. where they live, what kind of people they know or what kind of things they have - and they can give answers to questions of this kind. They can communicate in a simple way if the person they are talking to speaks slowly and clearly and is willing to help. (Level A1)
 - to understand sentences and frequently used expressions related to areas of immediate importance (e.g. personal and family information, shopping, work, local area). You can communicate in simple, routine situations involving a simple and direct exchange of information about familiar things. You can describe by simple means your own background and education, immediate environment and things related to immediate needs. (Level A2)
 - to understand the main points when clear standard language is used and when it's about familiar things from work, school, leisure, etc. You can handle most situations encountered while traveling in the language area. You can express yourself simply and coherently on familiar topics and personal areas of interest. You can talk about experiences and events, describe dreams, hopes and goals, and give brief reasons or explanations for plans and opinions. (Level B1)

- to understand the main content of complex texts on concrete and abstract topics; and to understand specialist discussions in their own area of specialization. You can communicate so spontaneously and fluently that a normal conversation with native speakers is quite possible without major effort on either side. You can express yourself clearly and in detail on a wide range of topics, explain a point of view on a topical issue and state the advantages and disadvantages of various options. (Level B2)
- Grammar:
 - Level A1 - present and past tenses, sentence structure, prepositions, etc.
 - Level A2 - among other things tenses of the past, differences in the past tenses, imperative, subordinate clauses, pronouns (dative, accusative)
 - Level B1 - including introduction of past perfect, conjunctions, introduction of passive voice, adverbs, adjectives (difference), future tense
 - Level B2 - among others verb constructions, conditional clauses, indirect speech

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- According to the Information given in the Online Course speexx

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Language Course |
|--|---------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| |
|---|
| Instructional Methods |
| Instructional Methods are provided by the External Service Provider |

Foreign Language French

Module Code: DLFSWF_E

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|
| Module Type see curriculum | Admission Requirements none | Study Level BA | CP 10 | Student Workload 300 h |
|--------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-----------------|----------------------------------|

| | | | |
|--|--|--|---|
| Semester / Term see curriculum | Duration Minimum 1 semester | Regularly offered in WiSe/SoSe | Language of Instruction and Examination English |
|--|--|--|---|

Module Coordinator

Prof. Dr. Regina Cordes (Certificate Course French) / Prof. Dr. Regina Cordes (Foreign Language French)

Contributing Courses to Module

- Certificate Course French (DLFSWF01_E)
- Foreign Language French (DLFSF01_E)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Certificate Course French

- Study Format "Distance Learning":
Participation Certificate (passed / not passed)

Foreign Language French

- Study Format "Distance Learning": Exam,
90 Minutes

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Certificate Course French

To learn and deepen French as a foreign language at the chosen CEFR level with regard to the respective qualitative aspects of range, correctness, fluency, interaction and coherence. The module includes a combination of listening, comprehension, writing and speaking exercises as well as various course material.

Foreign Language French

To learn and deepen French as a foreign language at the chosen CEFR level with regard to the respective qualitative aspects of range, correctness, fluency, interaction and coherence. The module includes a combination of listening, comprehension, writing and speaking exercises as well as various course material.

Learning Outcomes

Certificate Course French

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language French according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Foreign Language French

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language French according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Links to other Modules within the Study Program

This module is similar to other modules in the field of Languages

Links to other Study Programs of the University

All Distance Learning Bachelor Programmes

Certificate Course French

Course Code: DLFSWF01_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The qualification objectives correspond to levels A1, A2, B1 and B2 according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). Using everyday subject areas, chosen areas of specialization, and using basic and advanced grammatical structures, the use of French as a foreign language is taught and practiced according to a CEFR placement test. Upon successful completion, students will receive a certificate corresponding to their chosen level.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language French according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Contents

- Depending on the CEFR placement, students will be proficient
 - to understand and use familiar, everyday expressions and very simple phrases aimed at satisfying concrete needs. They can introduce themselves and others and ask other people questions about themselves - e.g. where they live, what kind of people they know or what kind of things they have - and they can give answers to questions of this kind. They can communicate in a simple way if the person they are talking to speaks slowly and clearly and is willing to help. (Level A1)
 - to understand sentences and frequently used expressions related to areas of immediate importance (e.g. personal and family information, shopping, work, local area). You can communicate in simple, routine situations involving a simple and direct exchange of information about familiar things. You can describe by simple means your own background and education, immediate environment and things related to immediate needs. (Level A2)
 - to understand the main points when clear standard language is used and when it's about familiar things from work, school, leisure, etc. You can handle most situations encountered while traveling in the language area. You can express yourself simply and

coherently on familiar topics and personal areas of interest. You can talk about experiences and events, describe dreams, hopes and goals, and give brief reasons or explanations for plans and opinions. (Level B1)

- to understand the main content of complex texts on concrete and abstract topics; and to understand specialist discussions in their own area of specialization. You can communicate so spontaneously and fluently that a normal conversation with native speakers is quite possible without major effort on either side. You can express yourself clearly and in detail on a wide range of topics, explain a point of view on a topical issue and state the advantages and disadvantages of various options. (Level B2)
- Grammar:
 - Level A1 - present and past tenses, sentence structure, prepositions, etc.
 - Level A2 - among other things tenses of the past, differences in the past tenses, imperative, subordinate clauses, pronouns (dative, accusative)
 - Level B1 - including introduction of past perfect, conjunctions, introduction of passive voice, adverbs, adjectives (difference), future tense
 - Level B2 - among others verb constructions, conditional clauses, indirect speech

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- According to the Information given in the Online Course speexx

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Language Course |
|--|---------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Participation Certificate (passed / not passed) |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| |
|---|
| Instructional Methods |
| Instructional Methods are provided by the External Service Provider |

Foreign Language French

Course Code: DLFSF01_E

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The qualification objectives correspond to levels A1, A2, B1 and B2 according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). Using everyday subject areas, chosen areas of specialization, and using basic and advanced grammatical structures, the use of French as a foreign language is taught and practiced according to a CEFR placement test.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language French according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Contents

- Depending on the CEFR placement, students will be proficient
 - to understand and use familiar, everyday expressions and very simple phrases aimed at satisfying concrete needs. They can introduce themselves and others and ask other people questions about themselves - e.g. where they live, what kind of people they know or what kind of things they have - and they can give answers to questions of this kind. They can communicate in a simple way if the person they are talking to speaks slowly and clearly and is willing to help. (Level A1)
 - to understand sentences and frequently used expressions related to areas of immediate importance (e.g. personal and family information, shopping, work, local area). You can communicate in simple, routine situations involving a simple and direct exchange of information about familiar things. You can describe by simple means your own background and education, immediate environment and things related to immediate needs. (Level A2)
 - to understand the main points when clear standard language is used and when it's about familiar things from work, school, leisure, etc. You can handle most situations encountered while traveling in the language area. You can express yourself simply and coherently on familiar topics and personal areas of interest. You can talk about experiences and events, describe dreams, hopes and goals, and give brief reasons or explanations for plans and opinions. (Level B1)

- to understand the main content of complex texts on concrete and abstract topics; and to understand specialist discussions in their own area of specialization. You can communicate so spontaneously and fluently that a normal conversation with native speakers is quite possible without major effort on either side. You can express yourself clearly and in detail on a wide range of topics, explain a point of view on a topical issue and state the advantages and disadvantages of various options. (Level B2)
- Grammar:
 - Level A1 - present and past tenses, sentence structure, prepositions, etc.
 - Level A2 - among other things tenses of the past, differences in the past tenses, imperative, subordinate clauses, pronouns (dative, accusative)
 - Level B1 - including introduction of past perfect, conjunctions, introduction of passive voice, adverbs, adjectives (difference), future tense
 - Level B2 - among others verb constructions, conditional clauses, indirect speech

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- According to the Information given in the Online Course speexx

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Language Course |
|--|---------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| |
|---|
| Instructional Methods |
| Instructional Methods are provided by the External Service Provider |

Foreign Language German

Module Code: DLFSWG

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|----------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | Language of Instruction and Examination |
|-----------------|-----------------------|----------------------|---|
| see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | English |

Module Coordinator

Prof. Dr. Regina Cordes (Certificate Course German) / Prof. Dr. Regina Cordes (Foreign Language German)

Contributing Courses to Module

- Certificate Course German (DLFSWG01)
- Foreign Language German (DLFSG01)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Certificate Course German

- Study Format "Distance Learning":
Participation Certificate (passed / not passed)

Foreign Language German

- Study Format "Distance Learning": Exam,
90 Minutes

Weight of Module

see curriculum

| | |
|---|--|
| <p>Module Contents</p> <p>Certificate Course German</p> <p>To learn and deepen German as a foreign language at the chosen CEFR level with regard to the respective qualitative aspects of range, correctness, fluency, interaction and coherence. The module includes a combination of listening, comprehension, writing and speaking exercises as well as various course material.</p> <p>Foreign Language German</p> <p>To learn and deepen German as a foreign language at the chosen CEFR level with regard to the respective qualitative aspects of range, correctness, fluency, interaction and coherence. The module includes a combination of listening, comprehension, writing and speaking exercises as well as various course material.</p> | |
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Certificate Course German</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). ▪ use the foreign language German according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures. <p>Foreign Language German</p> <p>On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). ▪ use the foreign language German according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures. | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>This module is similar to other modules in the field of Languages</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Distance Learning Bachelor Programmes</p> |

Certificate Course German

Course Code: DLFSWG01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The qualification objectives correspond to levels A1, A2, B1 and B2 according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). Using everyday subject areas, chosen areas of specialization, and using basic and advanced grammatical structures, the use of German as a foreign language is taught and practiced according to a CEFR placement test. Upon successful completion, students will receive a certificate corresponding to their chosen level.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language German according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Contents

- Depending on the CEFR placement, students will be proficient
 - to understand and use familiar, everyday expressions and very simple phrases aimed at satisfying concrete needs. They can introduce themselves and others and ask other people questions about themselves - e.g. where they live, what kind of people they know or what kind of things they have - and they can give answers to questions of this kind. They can communicate in a simple way if the person they are talking to speaks slowly and clearly and is willing to help. (Level A1)
 - to understand sentences and frequently used expressions related to areas of immediate importance (e.g. personal and family information, shopping, work, local area). You can communicate in simple, routine situations involving a simple and direct exchange of information about familiar things. You can describe by simple means your own background and education, immediate environment and things related to immediate needs. (Level A2)
 - to understand the main points when clear standard language is used and when it's about familiar things from work, school, leisure, etc. You can handle most situations encountered while traveling in the language area. You can express yourself simply and

coherently on familiar topics and personal areas of interest. You can talk about experiences and events, describe dreams, hopes and goals, and give brief reasons or explanations for plans and opinions. (Level B1)

- to understand the main content of complex texts on concrete and abstract topics; and to understand specialist discussions in their own area of specialization. You can communicate so spontaneously and fluently that a normal conversation with native speakers is quite possible without major effort on either side. You can express yourself clearly and in detail on a wide range of topics, explain a point of view on a topical issue and state the advantages and disadvantages of various options. (Level B2)
- Grammar:
 - Level A1 - present and past tenses, sentence structure, prepositions, etc.
 - Level A2 - among other things tenses of the past, differences in the past tenses, imperative, subordinate clauses, pronouns (dative, accusative)
 - Level B1 - including introduction of past perfect, conjunctions, introduction of passive voice, adverbs, adjectives (difference), future tense
 - Level B2 - among others verb constructions, conditional clauses, indirect speech

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- According to the Information given in the Online Course speexx

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Language Course |
|--|---------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Participation Certificate (passed / not passed) |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| |
|---|
| Instructional Methods |
| Instructional Methods are provided by the External Service Provider |

Foreign Language German

Course Code: DLFGSG01

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | English | | 5 | none |

Course Description

The qualification objectives correspond to levels A1, A2, B1 and B2 according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). Using everyday subject areas, chosen areas of specialization, and using basic and advanced grammatical structures, the use of German as a foreign language is taught and practiced according to a CEFR placement test.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- meet the qualification objectives according to the chosen level (A1, A2, B1 or B2) according to the criteria of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR).
- use the foreign language German according to a CEFR placement test on the basis of everyday topics, selected areas of specialization and by adapting basic and advanced grammatical structures.

Contents

- Depending on the CEFR placement, students will be proficient
 - to understand and use familiar, everyday expressions and very simple phrases aimed at satisfying concrete needs. They can introduce themselves and others and ask other people questions about themselves - e.g. where they live, what kind of people they know or what kind of things they have - and they can give answers to questions of this kind. They can communicate in a simple way if the person they are talking to speaks slowly and clearly and is willing to help. (Level A1)
 - to understand sentences and frequently used expressions related to areas of immediate importance (e.g. personal and family information, shopping, work, local area). You can communicate in simple, routine situations involving a simple and direct exchange of information about familiar things. You can describe by simple means your own background and education, immediate environment and things related to immediate needs. (Level A2)
 - to understand the main points when clear standard language is used and when it's about familiar things from work, school, leisure, etc. You can handle most situations encountered while traveling in the language area. You can express yourself simply and coherently on familiar topics and personal areas of interest. You can talk about experiences and events, describe dreams, hopes and goals, and give brief reasons or explanations for plans and opinions. (Level B1)

- to understand the main content of complex texts on concrete and abstract topics; and to understand specialist discussions in their own area of specialization. You can communicate so spontaneously and fluently that a normal conversation with native speakers is quite possible without major effort on either side. You can express yourself clearly and in detail on a wide range of topics, explain a point of view on a topical issue and state the advantages and disadvantages of various options. (Level B2)
- Grammar:
 - Level A1 - present and past tenses, sentence structure, prepositions, etc.
 - Level A2 - among other things tenses of the past, differences in the past tenses, imperative, subordinate clauses, pronouns (dative, accusative)
 - Level B1 - including introduction of past perfect, conjunctions, introduction of passive voice, adverbs, adjectives (difference), future tense
 - Level B2 - among others verb constructions, conditional clauses, indirect speech

Literature**Compulsory Reading****Further Reading**

- According to the Information given in the Online Course speexx

Study Format Distance Learning

| | |
|--|---------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Language Course |
|--|---------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Exam, 90 Minutes |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 90 h | 0 h | 30 h | 30 h | 0 h | 150 h |

| |
|---|
| Instructional Methods |
| Instructional Methods are provided by the External Service Provider |

Tesis de Bachelor

Module Code: DLBBT_S

| Module Type | Admission Requirements | Study Level | CP | Student Workload |
|------------------------------|------------------------|-------------|----|------------------|
| s. Curriculum/see curriculum | none | BA | 10 | 300 h |

| Semester / Term | Duration | Regularly offered in | |
|------------------------------|--------------------|----------------------|--|
| s. Curriculum/see curriculum | Minimum 1 semester | WiSe/SoSe | |

Module Coordinator

N.N. (Tesis de Bachelor) / N.N. (Coloquio)

Contributing Courses to Module

- Tesis de Bachelor (DLBBT01_S)
- Coloquio (DLBBT02_S)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Tesis de Bachelor

- Study Format "Distance Learning": Written Assessment: Bachelor Thesis

Coloquio

- Study Format "Distance Learning": Presentation: Colloquium

Weight of Module

s. Curriculum/see curriculum

| | |
|---|---|
| <p>Module Contents</p> <p>Tesis de Bachelor</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tesis de Bachelor ▪ Coloquio de la tesis de Bachelor <p>Coloquio</p> | |
| <p>Learning Outcomes</p> <p>Tesis de Bachelor</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ trabajar sobre un problema de su campo principal de estudio aplicando competencias específicas y metodológicas que adquirieron durante sus estudios. ▪ analizar de manera independiente tareas seleccionadas con métodos científicos, evaluarlas con espíritu crítico y desarrollar soluciones apropiadas con el asesoramiento de un supervisor académico. ▪ registrar y analizar bibliografía (de investigación) existente apropiada según el tema de su tesis de Bachelor. ▪ preparar un análisis exhaustivo escrito según métodos científicos. <p>Coloquio</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ presentar un problema de su campo de estudio usando técnicas de presentación y comunicación académicas. ▪ reflexionar sobre el enfoque científico y metodológico elegido en su tesis de Bachelor. ▪ demostrar que pueden responder de forma activa a preguntas relacionadas con la materia formuladas por expertos en la materia (revisores de la tesis de Bachelor). | |
| <p>Links to other Modules within the Study Program</p> <p>All modules in the Bachelor program</p> | <p>Links to other Study Programs of the University</p> <p>All Bachelor programs in distance learning</p> |

Tesis de Bachelor

Course Code: DLBBT01_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 9 | none |

Course Description

El objetivo y finalidad de la tesis de Bachelor es aplicar satisfactoriamente las competencias metodológicas y específicas de la materia adquiridas durante el curso de estudio en forma de disertación académica con una referencia temática al campo principal de estudio. El contenido de la tesis de Bachelor puede ser un problema práctico-empírico o teórico-científico. Los estudiantes deben demostrar que pueden analizar de forma independiente un problema seleccionado con métodos científicos, evaluarlo de forma crítica y elaborar las soluciones propuestas bajo la orientación metodológica de un supervisor académico. El tema elegido por el estudiante de su respectivo campo de estudio debe responder a las competencias científicas adquiridas y profundizar en sus conocimientos y habilidades académicas con el fin de satisfacer las futuras necesidades del campo.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- trabajar sobre un problema de su campo principal de estudio aplicando competencias específicas y metodológicas que adquirieron durante sus estudios.
- analizar de manera independiente tareas seleccionadas con métodos científicos, evaluarlas con espíritu crítico y desarrollar soluciones apropiadas con el asesoramiento de un supervisor académico.
- registrar y analizar bibliografía (de investigación) existente apropiada según el tema de su tesis de Bachelor.
- preparar un análisis exhaustivo escrito según métodos científicos.

Contents

- La tesis de Bachelor debe versar sobre un tema que se relacione con el contenido del campo principal de estudio respectivo. En el contexto de la tesis de Bachelor, se debe recalcar claramente el problema, así como el objetivo de investigación científica. El trabajo debe reflejar el estado actual de conocimiento del tema que va a ser estudiado mediante un análisis apropiado de la bibliografía. El estudiante debe demostrar su habilidad para usar el conocimiento adquirido de forma teórica o empírica aplicándolo de forma independiente y en función del problema y la solución.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Turabian, K. L. (2013). A Manual for Writers of Research Papers, theses, and dissertations (8th ed.). University of Chicago Press.
- Lipson, C. (2018). How to write a BA thesis. A practical guide from your first ideas to your finished paper (2nd ed.). University of Chicago Press.
- Selection of literature according to topic.

Study Format Distance Learning

| | |
|--|------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Thesis |
|--|------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Written Assessment: Bachelor Thesis |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 270 h | 0 h | 0 h | 0 h | 0 h | 270 h |

| | |
|--|--|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input checked="" type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input type="checkbox"/> Slides |

Coloquio

Course Code: DLBBT02_S

| Study Level | Language of Instruction and Examination | Contact Hours | CP | Admission Requirements |
|-------------|---|---------------|----|------------------------|
| BA | Spanish | | 1 | none |

Course Description

El coloquio tendrá lugar después de la entrega de la tesis de Bachelor. Esto se hace mediante invitación de los expertos. Durante el coloquio, los estudiantes deben demostrar que han generado el contenido y los resultados del trabajo escrito de manera independiente. Durante el coloquio el estudiante debe presentar los contenidos de trabajo y resultados de investigación más importantes y responder a las preguntas que le formulen los expertos.

Course Outcomes

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,/On successful completion, students will be able to

- presentar un problema de su campo de estudio usando técnicas de presentación y comunicación académicas.
- reflexionar sobre el enfoque científico y metodológico elegido en su tesis de Bachelor.
- demostrar que pueden responder de forma activa a preguntas relacionadas con la materia formuladas por expertos en la materia (revisores de la tesis de Bachelor).

Contents

- El coloquio incluye una presentación de los resultados más importantes de la tesis de Bachelor, seguida de respuestas a las preguntas técnicas que formulen los revisores al estudiante.

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Literatura específica de la materia elegida por el estudiante

Study Format Distance Learning

| | |
|--|--------------------------------------|
| Study Format Distance Learning | Course Type Thesis Defense |
|--|--------------------------------------|

| | |
|---|---|
| Information about the examination | |
| Examination Admission Requirements | BOLK: no Course Evaluation: no |
| Type of Exam | Presentation: Colloquium |

| | | | | | |
|-------------------------|----------------------|-----------------|------------------|--------------------------|--------------------|
| Student Workload | | | | | |
| Self Study | Contact Hours | Tutorial | Self Test | Independent Study | Hours Total |
| 30 h | 0 h | 0 h | 0 h | 0 h | 30 h |

| | |
|--|---|
| Instructional Methods | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Course Book <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Exam Template | <input type="checkbox"/> Review Book <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Guideline <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input type="checkbox"/> Slides |