

MODULHANDBUCH

Master of Arts

Master Controlling (FS-MACO-120)

120 ECTS

Fernstudium

Klassifizierung: Konsekutiv

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul MWCO: Erfolgsorientiertes Controlling

Modulbeschreibung	11
Kurs MWCO01: Erfolgsorientiertes Controlling I	14
Kurs MWCO02: Erfolgsorientiertes Controlling II	18

Modul MMAN-01: Management

Modulbeschreibung	23
Kurs MMAN01-01: Strategisches Management	26
Kurs MMAN02-02: Leadership	30

Modul MMET-01: Methodik

Modulbeschreibung	35
Kurs MMET01-01: Forschungsmethodik	38
Kurs MMET02: Angewandte Statistik	43

2. Semester

Modul MINR-02: Internationales Rechnungswesen und Finanzierung

Modulbeschreibung	53
Kurs MINR01-02: Internationale Rechnungslegung	56
Kurs MINR02: Corporate Finance	59

Modul DLMCOUP-01: Unternehmensplanung

Modulbeschreibung	63
Kurs DLMCOUP01-01: Unternehmensplanung	65

Modul DLMCOSFRS: Seminar: Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling

Modulbeschreibung	69
Kurs DLMCOSFRS01: Seminar: Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling	71

Modul DLMWIR: Corporate Governance

Modulbeschreibung	75
Kurs MWIR02: Corporate Governance	77

Modul DLMCOSCIC: Seminar Current Issues in Controlling

Modulbeschreibung	83
-------------------------	----

Kurs DLMCOSCIC01: Seminar Current Issues in Controlling	85
---	----

3. Semester

Modul DLMIWBI: Business Intelligence

Modulbeschreibung	93
Kurs DLMIWBI01: Business Intelligence I	95
Kurs DLMIWBI02: Business Intelligence II	98

Modul DLMANOEW: Angewandte Organisationsentwicklung

Modulbeschreibung	101
Kurs DLMCMO01: Change Management und Organisationsentwicklung	104
Kurs DLMOEW01: Organisationsentwicklung	108

Modul DLMCOWPC: Personalcontrolling

Modulbeschreibung	113
Kurs MWPM01-01: Human Resource Management I	116
Kurs DLMCUP01: Compensation und Personalcontrolling	120

Modul MWIM: Immobilienwirtschaft

Modulbeschreibung	125
Kurs MWIM01: Immobilieninvestition und -finanzierung	127
Kurs MWIM02: Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement	131

Modul MWCH: Supply Chain Management

Modulbeschreibung	135
Kurs MWCH01: Globales Supply Chain Management	138
Kurs MWCH02: Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain	142

Modul MWFI: Strategisches Finanzmanagement

Modulbeschreibung	147
Kurs MWFI01: Strategisches Finanzmanagement I	149
Kurs MWFI02: Strategisches Finanzmanagement II	153

Modul MWBC: Management Consulting

Modulbeschreibung	157
Kurs MWBC01: Management Consulting I	160
Kurs MWBC02: Management Consulting II	164

Modul DLMWINT-02: International Management

Modulbeschreibung	167
Kurs DLMBGE01: Managing in a Global Economy	170
Kurs DLFSWE01: Zertifikatskurs Englisch	175

Modul DLMPRWPM: Projektmanagement

Modulbeschreibung	179
Kurs DLMPRAPM01_D: Angewandtes Projektmanagement	182
Kurs DLMPRWOPS02: Online Projektsimulation	186

Modul DLMWKPR: Kommunikation und Public Relations

Modulbeschreibung	191
Kurs DLMWKB01: Kommunikation und Public Relations I	194
Kurs DLMWKB02: Kommunikation und Public Relations II	198

Modul MWEC-01: E-Commerce

Modulbeschreibung	203
Kurs MWEC01-01: E-Commerce I	206
Kurs MWEC02-01: E-Commerce II	210

Modul MWIT: IT-Management

Modulbeschreibung	215
Kurs MWIT01: Management von IT-Projekten	218
Kurs MWIT02: Management von IT-Services und IT-Architekturen	222

Modul MWHC: Health Care Management A

Modulbeschreibung	227
Kurs MWHC01: Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes	229
Kurs MWHC02: Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen	233

Modul DLMCOPR: Controlling Projekt

Modulbeschreibung	237
Kurs DLMCOPR01: Controlling Projekt	239

Modul DLMIWBI: Business Intelligence

Modulbeschreibung	243
Kurs DLMIWBI01: Business Intelligence I	245
Kurs DLMIWBI02: Business Intelligence II	248

Modul DLMANOEW: Angewandte Organisationsentwicklung

Modulbeschreibung	251
Kurs DLMCMO01: Change Management und Organisationsentwicklung	254
Kurs DLMOEW01: Organisationsentwicklung	258

Modul DLMCOWPC: Personalcontrolling

Modulbeschreibung	263
Kurs MWPM01-01: Human Resource Management I	266
Kurs DLMCUP01: Compensation und Personalcontrolling	270

Modul MWIM: Immobilienwirtschaft

Modulbeschreibung	275
Kurs MWIM01: Immobilieninvestition und -finanzierung	277
Kurs MWIM02: Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement	281
Modul MWCH: Supply Chain Management	
Modulbeschreibung	285
Kurs MWCH01: Globales Supply Chain Management	288
Kurs MWCH02: Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain	292
Modul MWFI: Strategisches Finanzmanagement	
Modulbeschreibung	297
Kurs MWFI01: Strategisches Finanzmanagement I	299
Kurs MWFI02: Strategisches Finanzmanagement II	303
Modul MWBC: Management Consulting	
Modulbeschreibung	307
Kurs MWBC01: Management Consulting I	310
Kurs MWBC02: Management Consulting II	314
Modul DLMWINT-02: International Management	
Modulbeschreibung	317
Kurs DLMBGE01: Managing in a Global Economy	320
Kurs DLFSWE01: Zertifikatskurs Englisch	325
Modul DLMPRWPM: Projektmanagement	
Modulbeschreibung	329
Kurs DLMPRAPM01_D: Angewandtes Projektmanagement	332
Kurs DLMPRWOPS02: Online Projektsimulation	336
Modul DLMWKPR: Kommunikation und Public Relations	
Modulbeschreibung	341
Kurs DLMWKB01: Kommunikation und Public Relations I	344
Kurs DLMWKB02: Kommunikation und Public Relations II	348
Modul MWEC-01: E-Commerce	
Modulbeschreibung	353
Kurs MWEC01-01: E-Commerce I	356
Kurs MWEC02-01: E-Commerce II	360
Modul MWIT: IT-Management	
Modulbeschreibung	365
Kurs MWIT01: Management von IT-Projekten	368
Kurs MWIT02: Management von IT-Services und IT-Architekturen	372
Modul MWHC: Health Care Management A	

Modulbeschreibung	377
Kurs MWHC01: Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes	379
Kurs MWHC02: Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen	383

Modul DLMIDBM: Digitale Business-Modelle

Modulbeschreibung	387
Kurs DLMIDBM01: Digitale Business-Modelle	389

4. Semester

Modul MMTH: Masterarbeit

Modulbeschreibung	397
Kurs MMTH01: Masterarbeit	399
Kurs MMTH02: Kolloquium	402

1. Semester

Erfolgsorientiertes Controlling

Modulcode: MWCO

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefan Tilch (Erfolgsorientiertes Controlling I) / Prof. Dr. Stefan Tilch (Erfolgsorientiertes Controlling II)

Kurse im Modul

- Erfolgsorientiertes Controlling I (MWCO01)
- Erfolgsorientiertes Controlling II (MWCO02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Erfolgsorientiertes Controlling I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Erfolgsorientiertes Controlling II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Erfolgsorientiertes Controlling I**

- Rolle des Controllers im Unternehmen
- Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- System der Teilkostenrechnung
- Break-even-Analyse
- Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
- Ermittlung von Preisgrenzen
- Festlegung von Verrechnungspreisen

Erfolgsorientiertes Controlling II

- Die Grenzplankostenrechnung
- Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
- Projektcontrolling
- Die Prozesskostenrechnung
- Budgetierung – traditionelle Ansätze
- Better Budgeting – ein neuer Ansatz zur Budgetierung
- Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung
- Budgetierung – Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung
- Kostenmanagement
- Target Costing
- Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements
- Die Balanced Scorecard

Qualifikationsziele des Moduls

Erfolgsorientiertes Controlling I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke wiederzugeben.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung einzuordnen.
- alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.
- Preis sowie Preise und Gewinnschwellen zu ermitteln.

Erfolgsorientiertes Controlling II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten zu überblicken.
- alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Planung & Controlling auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Erfolgsorientiertes Controlling I

Kurscode: MWCO01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der klassischen Ansätze der Kosten- und Leistungsrechnung auf Vollkostenbasis. Die Kosten- und Leistungsrechnung (KLR) gehört neben der Finanzbuchhaltung zum betrieblichen Rechnungswesen und informiert das Unternehmen über die Wirtschaftlichkeit seines Kerngeschäfts. Die Kosten- und Leistungsrechnung dient damit der innerbetrieblichen Planung, Steuerung und Kontrolle durch die Unternehmensleitung. Neben der Einführung in die Grundbegriffe der KLR werden die vier wesentlichen Bestandteile der Istkostenrechnung erläutert. Als erstes wird die Kostenartenrechnung dargestellt, die vermittelt, welche Kosten in der Abrechnungsperiode entstanden sind. In der darauf aufbauenden Kostenstellenrechnung werden die entstandenen Kosten den verursachenden Betriebsteilen zugeordnet. In der Kostenträgerrechnung wird berechnet, wofür die Kosten angefallen sind. Die Kostenträgerrechnung unterscheidet nach Stückrechnung und Zeitrechnung. Zudem gibt es Einblicke in die Methoden der Preis- und Produktionsmengenfindung sowie die Ermittlung des Break-Even-Points als Einzelmethode der Teilkostenbetrachtung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen internem und externem Rechnungswesen zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Rechenwerke wiederzugeben.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Kostenrechnung einzuordnen.
- alle kostenrelevanten Grundbegriffe einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten, die Kosten nach Arten, Stellen und Trägern zu berechnen und die Überführung der Kosten zwischen diesen drei Kategorien durchzuführen.
- Preis sowie Preise und Gewinnschwellen zu ermitteln.

Kursinhalt

1. Rolle des Controllers im Unternehmen
 - 1.1 Begriff und Aufgaben des Controllings
 - 1.2 Einordnung des Controllings im Unternehmen
 - 1.3 Strategisches und operatives Controlling

2. Überblick über Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung
 - 2.1 Einordnung in das betriebliche Rechnungswesen
 - 2.2 Betriebswirtschaftliche Rechengrößen
 - 2.3 Teilsysteme der Kosten- und Leistungsrechnung
3. Kostenartenrechnung
 - 3.1 Aufgaben der Kostenartenrechnung
 - 3.2 Kostendifferenzierung nach Art der Verrechnung
 - 3.3 Kostendifferenzierung nach dem Verhalten bei Beschäftigungsschwankungen
 - 3.4 Kostendifferenzierung nach Art der Kostenerfassung
 - 3.5 Kostendifferenzierung nach Art der verbrauchten Produktionsfaktoren und weitere Differenzierungsmöglichkeiten
4. Kostenstellenrechnung
 - 4.1 Grundsätze und Aufgaben der Kostenstellenrechnung
 - 4.2 Ablauf der Kostenstellenrechnung
 - 4.3 Sekundärkostenverrechnung – Anbauverfahren
 - 4.4 Sekundärkostenverrechnung – Stufenleiterverfahren
 - 4.5 Sekundärkostenverrechnung – Gleichungsverfahren
5. Kostenträgerrechnung
 - 5.1 Aufgaben der Kostenträgerstückrechnung
 - 5.2 Kostenträgerstückrechnung durch Divisionskalkulation
 - 5.3 Kostenträgerstückrechnung durch Äquivalenzziffernkalkulation
 - 5.4 Kostenträgerstückrechnung durch Zuschlagskalkulation
 - 5.5 Kostenträgerzeitrechnung
6. System der Teilkostenrechnung
 - 6.1 Vollkostenrechnung und Teilkostenrechnung
 - 6.2 Grenzkostenrechnung
 - 6.3 Einstufige Deckungsbeitragsrechnung
 - 6.4 Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
7. Break-even-Analyse
 - 7.1 Break-even-Analyse bei Einproduktunternehmen
 - 7.2 Analyse von Mengen-, Kosten- und Preisänderungen
 - 7.3 Break-even-Analyse bei Mehrproduktunternehmen

8. Bestimmung des optimalen Produktionsprogramms
 - 8.1 Grundlagen der Programoptimierung
 - 8.2 Produktionsprogramm bei Unterbeschäftigung
 - 8.3 Produktionsprogramm bei einem Engpass
 - 8.4 Produktionsprogramm bei mehreren Engpässen
 - 8.5 Make-or-buy-Entscheidungen
9. Ermittlung von Preisgrenzen
 - 9.1 Arten von Preisgrenzen
 - 9.2 Preisuntergrenzen bei gegebenen Kapazitäten
 - 9.3 Preisuntergrenzen bei veränderlichen Kapazitäten
 - 9.4 Preisobergrenzen
10. Festlegung von Verrechnungspreisen
 - 10.1 Funktionen von Verrechnungspreisen
 - 10.2 Marktpreisorientierte Verrechnungspreise
 - 10.3 Kostenorientierte Verrechnungspreise
 - 10.4 Weitere Verrechnungspreise
 - 10.5 Besonderheiten bei Konzernverrechnungspreisen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. (2009): Kostenrechnung und Kostenanalyse. 7. Auflage, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart.
- Däumler, K. D./Grabe, J. (2008): Kostenrechnung 1. Grundlagen. 10. Auflage, NWB, Herne/Berlin.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Rollwage, N. (2010): Kosten- und Leistungsrechnung. 7. Auflage, WRW, Köln.
- Zingel, H. (2008): Kosten- und Leistungsrechnung. Wiley-VCH, Weinheim.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Erfolgsorientiertes Controlling II

Kurscode: MWCO02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs befasst sich mit Sachverhalten des betrieblichen Rechnungswesens und deren Einfluss auf das operative Controlling. Rechnungswesen und Controlling werden gegeneinander abgegrenzt, aber auch die vielfältigen Interdependenzen zwischen den einzelnen Anwendungsgebieten erläutert. Der Schwerpunkt dieses Kurses liegt in der Darstellung der Deckungsbeitrags- und Plankostenrechnung sowie verschiedener spezieller Controllinginstrumente und Methoden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- situationsbezogenen die verschiedenen Controlling-Instrumente als Lösungsansätze zu selektieren und anzuwenden.
- die Unterschiede zwischen den verschiedenen Arten der Kostenrechnung zu benennen.
- die Bestandteile, die jeweiligen Teilgebiete und Methoden zu nennen.
- sowohl die begrifflichen und inhaltlichen als auch die methodischen und abrechnungstechnischen Grundlagen der Planungsarten/-möglichkeiten zu überblicken.
- alle controlling- und kostenrelevanten Einzelmethoden einzuordnen und zu nutzen.
- mithilfe ihrer kalkulatorischen Fähigkeiten die alternative Planung der Gesamt- und Einzelkosten zu berechnen und die Kontrolle bzw. Optimierung der Kosten durchzuführen.

Kursinhalt

1. Die Grenzplankostenrechnung
 - 1.1 Systeme der Kostenrechnung: Warum Grenzplankostenrechnung?
 - 1.2 Vorgehensweise bei der Grenzplankostenrechnung
 - 1.3 Beurteilung und kritische Würdigung
2. Relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
 - 2.1 Systeme der Kostenrechnung: Was ist die relative Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung?
 - 2.2 Vorgehensweise bei der relativen Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung
 - 2.3 Beurteilung und kritische Würdigung

3. Projektcontrolling
 - 3.1 Warum Projektcontrolling?
 - 3.2 Isolierte Kostenabweichungsanalysen
 - 3.3 Integrierte Kosten- und Leistungsanalyse
4. Die Prozesskostenrechnung
 - 4.1 Ziele und Aufgaben der Prozesskostenrechnung
 - 4.2 Struktur und Durchführung der Prozesskostenrechnung
 - 4.3 Beurteilung der Prozesskostenrechnung
5. Budgetierung – traditionelle Ansätze
 - 5.1 Wesen, Zweck und Funktionen der Budgetierung
 - 5.2 Budgetarten und Budgetierungsprozesse
 - 5.3 Kritik an der traditionellen Budgetierungspraxis
6. Better Budgeting – ein neuer Ansatz zur Budgetierung
 - 6.1 Maßnahmen des Better Budgeting
 - 6.2 Better Budgeting in der Unternehmenspraxis
 - 6.3 Kritische Würdigung des Better Budgeting
7. Beyond Budgeting als Alternative zur traditionellen Budgetierung
 - 7.1 Ursprung und Grundlagen des Beyond Budgeting
 - 7.2 Grundprinzipien des Beyond-Budgeting-Ansatzes
 - 7.3 Praktische Umsetzbarkeit und kritische Würdigung des Beyond Budgeting
8. Budgetierung – Ansätze zur leistungsadäquaten Mittelverteilung
 - 8.1 Wertanalytische Verfahren
 - 8.2 Das Zero-Base-Budgeting
 - 8.3 Das Planning – Programming – Budgeting
9. Kostenmanagement
 - 9.1 Kostenrechnung versus Kostenmanagement
 - 9.2 Ansatzpunkte des Kostenmanagements
 - 9.3 Würdigung und praktische Umsetzungsmöglichkeiten

10. Target Costing
 - 10.1 Warum Target Costing?
 - 10.2 Ablauf des Target Costing
 - 10.3 Beispiel für einen Target-Costing-Prozess
 - 10.4 Würdigung des Target Costing
11. Benchmarking als Instrument des Kostenmanagements
 - 11.1 Was ist Benchmarking?
 - 11.2 Idealtypischer Benchmarking-Prozess
 - 11.3 Praxisbeispiel bei der Tepcon AG
12. Die Balanced Scorecard
 - 12.1 Grundgedanke der Balanced Scorecard
 - 12.2 Perspektiven der Balanced Scorecard
 - 12.3 Strategieumsetzung als zentraler Aspekt des Unternehmenserfolgs
 - 12.4 Operationalisierung der Balanced Scorecard
 - 12.5 Darstellung von Ursache-Wirkungs-Beziehungen in der Strategy Map

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Däumler, K. D./Grabe, J. (2009): Kostenrechnung 2. Deckungsbeitragsrechnung. 9. Auflage, NWB, Herne/Berlin.
- Eberlein, J. (2010): Betriebliches Rechnungswesen und Controlling. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (2008): Controlling. 11. Auflage, Vahlen, München.
- Huch, B./Behme, W./Ohlendorf, T. (2004): Rechnungswesenorientiertes Controlling. 4. Auflage, Physica, Heidelberg.
- Kaplan, R. S./Norton, D. P. (2001): Die strategiefokussierte Organisation. Führen mit der Balanced Scorecard. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Remer, D. (2005): Einführen der Prozesskostenrechnung. Grundlagen, Methodik, Einführung und Anwendung der verursachungsgerechten Gemeinkostenzurechnung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWCO02

Management

Modulcode: MMAN-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Lena Bernhofer (Strategisches Management) / Prof. Dr. Regina Cordes (Leadership)

Kurse im Modul

- Strategisches Management (MMAN01-01)
- Leadership (MMAN02-02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Strategisches Management

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Leadership

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Strategisches Management**

- Grundlagen des Strategischen Managements
- Strategische Analyse: das Unternehmen und sein Umfeld
- Strategische Optionen: Formulierung und Auswahl von Business- und Konzernstrategien
- Strategieimplementierung und strategischer Wandel
- Ansätze strategischer Evaluierung

Leadership

- Grundlagen und Kriterien des Führungserfolges
- Führungstheorien im Wandel der Zeit
- Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
- Motivation, Kommunikation und Beurteilung
- Teams und Organisation
- Aktuelle Trends und Debatten

Qualifikationsziele des Moduls

Strategisches Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unternehmenspolitischen Grundlagen des Strategischen Managements zu verstehen, den Strategiebegriff zu definieren und auf verschiedene Strategieebenen beziehen zu können sowie den Strategiebildungsprozess nachvollziehen zu können.
- das Unternehmen und sein Umfeld mittels geeigneter Instrumente und Methoden zu analysieren und diese Analysen praxisgerecht zusammenzuführen.
- Strategien auf unterschiedlichen Ebenen (Business, Konzern) zu formulieren und geeignete Optionen auszuwählen.
- komplexe Strategien zu operationalisieren und vor dem Hintergrund des strategischen Wandels lösungsorientiert zu strukturieren und zu gestalten.
- Strategien adressatengerecht mittels geeigneter Instrumente und Indikatoren zu evaluieren.

Leadership

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten.
- Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren.
- aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement).
- das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Strategisches Management

Kurscode: MMAN01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Auf der Basis zentraler Orientierungspunkte der Unternehmenspolitik (Werte, Vision, Mission und Ziele) werden die Studierenden in die Lage versetzt, strategische Analysen des Unternehmensumfeldes und des Unternehmens selbst durchzuführen und diese im Rahmen integrativer Konzepte zusammenzuführen. Mittels der Diskussion strategischer Optionen auf verschiedenen Strategieebenen (Business, Konzern) werden Kompetenzen der Strategieentwicklung und -beurteilung vertieft. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, geeignete Strategien auszuwählen und deren Implementierung zu planen und zu steuern. Um die Wirksamkeit der Strategien beurteilen zu können und die Informations- und Kontrollbedürfnisse unterschiedlicher Adressaten zu verstehen, werden die Teilnehmer schließlich auch in der Strategischen Evaluierung geschult; dabei werden verschiedene Instrumente und Indikatoren diskutiert und im Rahmen von Fallbeispielen veranschaulicht. Mithilfe von Übungen und Fallstudien werden die Teilnehmer zudem aufgefordert, sich in die Rolle verantwortlicher Entscheider zu versetzen und aus dieser Perspektive heraus konkrete Problemstellungen zu analysieren und geeignete Lösungen zu erarbeiten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die unternehmenspolitischen Grundlagen des Strategischen Managements zu verstehen, den Strategiebegriff zu definieren und auf verschiedene Strategieebenen beziehen zu können sowie den Strategiebildungsprozess nachvollziehen zu können.
- das Unternehmen und sein Umfeld mittels geeigneter Instrumente und Methoden zu analysieren und diese Analysen praxisgerecht zusammenzuführen.
- Strategien auf unterschiedlichen Ebenen (Business, Konzern) zu formulieren und geeignete Optionen auszuwählen.
- komplexe Strategien zu operationalisieren und vor dem Hintergrund des strategischen Wandels lösungsorientiert zu strukturieren und zu gestalten.
- Strategien adressatengerecht mittels geeigneter Instrumente und Indikatoren zu evaluieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Strategischen Managements
 - 1.1 Vision, Mission, Werte und Ziele
 - 1.2 Der Strategiebegriff
 - 1.3 Strategieebenen
 - 1.4 Der idealtypische Strategiebildungsprozess
2. Strategische Analyse: Das Unternehmen und sein Umfeld
 - 2.1 Das Makroumfeld
 - 2.2 Das Mikroumfeld
 - 2.3 Unternehmensanalyse
 - 2.4 Zusammenführung der Analysen
3. Strategische Optionen des Unternehmens
 - 3.1 Geschäftsbereichsstrategien
 - 3.2 Konzernstrategien
 - 3.3 Auswahl strategischer Optionen
4. Strategie in Aktion – die Implementierung
 - 4.1 Organisatorische Rahmenbedingungen
 - 4.2 Operationalisierung
 - 4.3 Strategischer Wandel
5. Strategische Evaluierung
 - 5.1 Grundsätze, Ziele und Anforderungen
 - 5.2 Kennzahlen und Indikatoren
 - 5.3 Instrumente

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bea, F. X./ Haas, J. (2017): Strategisches Management. 9. Auflage, UTB, Stuttgart. ISBN-13: 978-3825287078.
- Grant, R. M. (2014): Moderne strategische Unternehmensführung. Wiley, Weinheim.
- Grant, R. M./Nippa, M. (2006): Strategisches Management. Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien. 5. Auflage. Pearson, München. ISBN-13: 978-3827372208.
- Harvard Business School Essentials (Hrsg.) (2006): The Essentials of Strategy. Harvard Business School Press, Boston. ISBN-13: 978-1591398226.
- Hinterhuber, H. H. (2015): Strategische Unternehmensführung, 9. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin. ISBN-13: 978-3503158690.
- Hungenberg, Harald (2014): Strategisches Management in Unternehmen. Springer Gabler, Wiesbaden, 8. Auflage
- Johnson, G./Scholes, K./Whittington, R. (2008): Exploring Corporate Strategy. 8. Auflage, Prentice Hall, Harlow. ISBN-13: 978-0273711926.
- Mintzberg, H./Ahlstrand, B./Lampel, J. (2012): Strategy Safari. Der Wegweiser durch den Dschungel des strategischen Managements. Finanzbuch Verlag, München. ISBN-13: 978-3898796750.
- Porter, M. E. (2010): Wettbewerbsvorteile. Spitzenleistungen erreichen und behaupten. 7. Auflage, Campus, Frankfurt a. M. ISBN-13: 978-3593388502.
- Reisinger, S. / Gattringer, R./ Strehl, F. (2017): Strategisches Management. 2. Auflage, Pearson, Hallbergmoos.
- Steinmann, H. / Schreyögg, G./ Koch, J. (2013): Management. Grundlagen der Unternehmensführung. Konzepte – Funktionen – Fallstudien. 7. Auflage, Gabler, Wiesbaden. ISBN-13: 978-3834922137.
- Welge, M. K./ Al-Laham, A./ Eulerich, Marc (2017): Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung, Springer Gabler. 7. Auflage, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Leadership

Kurscode: MMAN02-02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In der Wissensgesellschaft sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Unternehmens zu einer der wichtigsten Ressourcen geworden. Es gehört zu den grundlegenden Kompetenzen von Führungskräften, das Wissen und die Fähigkeiten von Individuen in der Organisation durch Leadership/Führung zu fordern und zu fördern. Die professionelle und systematische Führung von Mitarbeitern ist kritisch für den Erfolg eines Unternehmens im Wettbewerb. Vor diesem Hintergrund setzt sich der Kurs mit den notwendigen Kompetenzen einer Führungskraft in Unternehmen mit modernen, wissensbasierten Arbeitsorganisationen auseinander. Es werden zentrale Fragestellungen der modernen Führungstheorie und -praxis diskutiert. Im Mittelpunkt stehen dabei die Grundlagen der professionellen Führung, Führungs- und Motivationsinstrumente, Aspekte der situativen Führung sowie die Führungskommunikation und -interaktion im Rahmen der strategischen Führung und in Veränderungsprozessen. Sowohl methodisch-konzeptionelle Grundlagen der Führung als auch empirische Beispiele und Diskussionen zum Führungsverhalten in Organisationen bereiten die Teilnehmer auf die Herausforderungen der Führung, den Umgang mit Change sowie Teamentwicklung und Konfliktmanagement im Unternehmen vor.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Frage, was gute Führung ist, unter Rückgriff auf die wichtigsten Führungstheorien und ihre empirische Validierung zu beantworten.
- Führung als Wertebalance zwischen den Anforderungen von Organisation, Mensch und Leistung zu strukturieren.
- aktuelle Erkenntnisse zu den Kernpunkten dieser Balance zu verstehen (Leistung: Selbstmanagement und Work/Life Balance der Führungskraft; Mensch: Motivation, Kommunikation und Beurteilung von Mitarbeitern und Teams; Organisation: Organisationskultur und Veränderungsmanagement).
- das erworbene anwendungs- und problemlösungsorientierte Verständnis des Führungsgeschehens sowie des Führungsverhaltens in der Unternehmenspraxis anzuwenden.

Kursinhalt

1. Führung im Überblick
 - 1.1 Die Bedeutung „guter“ Führung
 - 1.2 Führung und Leadership - Begriffsdefinitionen
 - 1.3 Kriterien des Führungserfolges
2. Führungstheorien im Wandel der Zeit
 - 2.1 Die Eigenschaftstheorie
 - 2.2 Führungsstil und -person
 - 2.3 Berücksichtigung der Situation
 - 2.4 Systemische Führung
 - 2.5 Symbolische Führung
 - 2.6 Transaktionale und transformationale Führung
 - 2.7 Empirische Befunde und Fazit: Führung im Spannungsfeld
3. Neue Leadership Ansätze
 - 3.1 VUCA und Leadership
 - 3.2 Empowering Leadership
 - 3.3 Soziokratie und Holakratie
4. Belastungen, Work-Life-Balance und Selbstmanagement
 - 4.1 Belastungen
 - 4.2 Work-Life-Balance
 - 4.3 Selbstmanagement
5. Motivation, Kommunikation und Beurteilung
 - 5.1 Motivation
 - 5.2 Kommunikation
 - 5.3 Beurteilung
6. Teams und Organisation
 - 6.1 Führung von Teams
 - 6.2 Organisationskultur
 - 6.3 Shared Leadership
 - 6.4 Veränderungsmanagement
7. Aktuelle Trends und Debatten

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bass, B. M. (2008): The Bass Handbook of Leadership. 4. Auflage, Free Press, New York.
- Berkel, K. (2007): Integrativ Führen – Führung als Wertebalance. In: Westermann, F. (Hrsg.): Entwicklungsquadrat. Theoretische Fundierung und praktische Anwendungen. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen.
- Felfe, J. (Hrsg.) (2014): Trends der psychologischen Führungsforschung. Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse. Reihe: Psychologie für das Personalmanagement, Hogrefe, Göttingen.
- Kals, E. (2006): Arbeits- und Organisationspsychologie. Workbook. Belz, Weinheim.
- Lang, R. / Rybnikova, I. (2014): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte. Springer-Gabler, Wiesbaden.
- Nerdinger, F. W. (2000): Erfolgreich führen. Grundwissen, Strategien, Praxisbeispiele. Bertz Taschenbuch, Weinheim.
- Northouse, P. G. (2018): Leadership. Theory and Practice. 8. Auflage, Sage, Thousand Oaks.
- Rosenstiel, L. von/ Regnet, E./ Domsch, M. E. (Hrsg.) (2014): Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement. 7. Auflage, Schäfer Pöschel, Stuttgart.
- Schuler Heinz (Hrsg.) (2006): Lehrbuch der Personalpsychologie. 2. Auflage, Hogrefe, Göttingen.
- Stippler, M. et al. (Hrsg.) (2017): Führung. Überblick über Ansätze, Entwicklungen, Trends. 5. Auflage, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Weibler, J. (2016): Personalführung. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Yukl, G. (2013): Leadership in Organizations. 8. Auflage, Pearson, Edinburgh Gate.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MMAN02-02

Methodik

Modulcode: MMET-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Pitters (Forschungsmethodik) / Prof. Dr. Cordula Kreuzenbeck (Angewandte Statistik)

Kurse im Modul

- Forschungsmethodik (MMET01-01)
- Angewandte Statistik (MMET02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Forschungsmethodik

- Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten
- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Angewandte Statistik

- Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten
- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Forschungsmethodik**

- Einführung in Wissenschaftstheorien
- Voraussetzungen für quantitatives Messen und Testen
- Grundlagen der qualitativen Forschung

Angewandte Statistik

- Daten und Statistik
- Stichprobenverteilung und Hypothesentests
- Regression

Qualifikationsziele des Moduls**Forschungsmethodik**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Annahmen und Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung zu kategorisieren.
- die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen.
- die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen.
- verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu differenzieren und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und kennen diesbezügliche Lösungsmöglichkeiten, um eine optimale Durchführung von Forschung realisieren zu können.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsansatz und ethischen Aspekten zu bewerten.

Angewandte Statistik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse zu erkennen und zu erklären.
- die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen zu verstehen.
- statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen.
- statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete zu lösen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Methoden

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Forschungsmethodik

Kurscode: MMET01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs vermittelt in kritischer Weise zuerst den wissenschaftstheoretischen Hintergrund und die Terminologie der entsprechenden forschungstheoretischen Paradigmen, um den Studierenden die unterschiedliche Herangehensweise qualitativer und quantitativer Methodik verständlich zu machen. Dabei werden die unterschiedlichen Perspektiven der Wissenschaftstheorie in die Betrachtung einbezogen. Aufbauend auf die Skalenniveaus, lernen die Studierenden die Annahmen der klassischen sowie der probabilistischen Testtheorie kennen, um auf deren Basis die Anforderungen an Forschungsmethoden im Sinne der Qualitätskriterien sowie die Notwendigkeit der Bildung verschiedener Skalentypen und Indikatoren nachvollziehen zu können. Die wichtigen Aspekte der Konzeption der Forschung, ausgehend von der Forschungsphilosophie bis hin zu ethischen Dimensionen der Forschung werden verknüpft mit der Betrachtung von quantitativer und qualitativer Forschung um letztendlich deren Verbindung der Triangulation aufzuzeigen. Wichtig bei den Untersuchungsdesigns ist es, deren Güte in der Umsetzung festzustellen, sodass Gütekriterien sowohl bei qualitativer als auch bei quantitativer Forschung im Fokus stehen. Den Abschluss bilden Methoden der Datengenerierung und Methoden der Datenanalyse von qualitativer Forschung. Dabei werden die bedeutsamen Methoden der Datenanalyse wie die Inhaltsanalyse, Grounded Theorie und die Diskursanalyse sowohl theoretisch als auch praxisorientiert näher gebracht und den Studierenden die Möglichkeit eingeräumt, besondere Interviewformen – wie das fokussierte Interview oder das narrative Interview – neben der theoretischen Beschäftigung auch in der konkreten Umsetzung wahrzunehmen, aber auch Beobachtung und Feldnotizen zu betrachten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- unterschiedliche Annahmen und Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung zu kategorisieren.
- die methodologischen Voraussetzungen zu bestimmen, die bei der quantitativen Messung und Testung spezifischer Konstrukte gegeben sein müssen.
- die jeweiligen quantitativen Skalen und Indikatoren zielgerichtet in eigener Forschung einzusetzen.
- verschiedene qualitative Erhebungs- und Auswertungsverfahren voneinander zu differenzieren und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und kennen diesbezügliche Lösungsmöglichkeiten, um eine optimale Durchführung von Forschung realisieren zu können.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsansatz und ethischen Aspekten zu bewerten.

Kursinhalt

1. Wissenschaftliche Grundlagen
 - 1.1 Grundlegende Vorstellungen in der Wissenschaft
 - 1.2 Von der Idee zum Forschungsvorhaben
 - 1.3 Erklärungsansätze in der Wissenschaft
2. Perspektiven in der Wissenschaftstheorie
 - 2.1 Vom logischen Empirismus zum kritischen Rationalismus
 - 2.2 Konstruktivismus
 - 2.3 Methodischer Anarchismus
3. Quantitatives Messen mit der klassischen und probabilistischen Testtheorie
 - 3.1 Skalenniveaus und die Unterscheidung manifester und latenter Merkmale
 - 3.2 Klassische Testtheorie
 - 3.3 Probabilistische Testtheorie
4. Grundlegende Konzepte der Itembildung
 - 4.1 Skalierungsverfahren
 - 4.2 Indexbildung
5. Konzeption der Forschung
 - 5.1 Wissenschaftstheorie und Forschungsprozess
 - 5.2 Ethische Aspekte der Forschung – Forschungsethik

6. Untersuchungsdesign
 - 6.1 Der qualitative und der quantitative Ansatz
 - 6.2 Die Dichotomie von „quantitativ versus qualitativ“ – eine Begriffsbestimmung
7. Prüfung der Gütekriterien in der quantitativen und qualitativen Forschung
 - 7.1 Das Gütekriterium Objektivität
 - 7.2 Das Gütekriterium Reliabilität
 - 7.3 Das Gütekriterium Validität
8. Durchführen qualitativer Forschung
 - 8.1 Methoden der Datengenerierung
 - 8.2 Besondere Interviewformen
9. Methoden der qualitativen Analyse
 - 9.1 Inhaltsanalyse
 - 9.2 Grounded Theory
 - 9.3 Diskursanalyse

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bortz, J./Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Diekmann, A. (2007): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 4. Auflage, Rowohlt, Reinbek.
- Kromrey, H. (2009): Empirische Sozialforschung. 12. Auflage, UTB, Stuttgart.
- Lamnek, S. (2010): Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Mayring, P. (2002): Einführung in die Qualitative Sozialforschung. 5. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. Auflage, Beltz, Weinheim.
- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E. (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8. Auflage, Oldenbourg, München.
- Sedlmeier, P./Renkewitz, F. (2007): Forschungsmethoden und Statistik in der Psychologie. Pearson Studium, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Angewandte Statistik

Kurscode: MMET02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Im Berufsalltag werden kontinuierlich enorme Mengen von Daten generiert, bspw. im Rahmen von Produktions-, Fertigungs- und Steuerungsprozessen. Das Fachgebiet der Statistik ist in diesem Zusammenhang eine nützliche Disziplin, die es dem Anwender ermöglicht, diese Daten zu analysieren und auszuwerten, um so an den Informationsgehalt der zugrundeliegenden Daten zu gelangen. Diese Informationen können einen wertvollen Beitrag zur Kontrolle oder Optimierung der zugrundeliegenden Prozesse ermöglichen, bzw. helfen, strategische Entscheidungen zu unterstützen. Dabei werden sowohl Methoden der beschreibenden und der schließenden Statistik uni-, bi- und multivariat betrachtet unter Bezugnahme der Wahrscheinlichkeitstheorie.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle und Bedeutung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse zu erkennen und zu erklären.
- die Relevanz von Daten zur Prozesssteuerung und Beantwortung strategischer Fragestellungen zu verstehen.
- statistische Methoden im Gesamtkontext konkreter Problemstellungen einzusetzen.
- statistische Problemstellungen unter Verwendung spezieller statistischer Software-Pakete zu lösen.

Kursinhalt

1. Daten und Statistik
 - 1.1 Anwendung statistischer Verfahren im Rahmen betriebswirtschaftlicher Problemstellungen
 - 1.2 Vorgehensweise in Wissenschaft und Praxis
 - 1.3 Linearer versus zirkulärer Forschungsprozess
 - 1.4 (Fehl-) Anwendungen im Bereich der Statistik

2. Wahrscheinlichkeitsverteilungen und ihre Maße
 - 2.1 Grundbegriffe der Statistik
 - 2.2 Lagemaße statistischer Verteilungen
 - 2.3 Streuungsmaße statistischer Verteilungen
 - 2.4 Zufallsvariablen
 - 2.5 Normalverteilung
3. Philosophie des Schätzens
 - 3.1 Punktschätzung des Mittelwertes
 - 3.2 Intervallschätzung für den Mittelwert
 - 3.3 Intervallschätzung für den Anteil
 - 3.4 Bestimmung der Stichprobengröße
4. Philosophie des Testens
 - 4.1 Nullhypothesen und Alternativhypothesen
 - 4.2 Fehlerarten beim statistischen Testen und Bestimmung der Stichprobengröße unter deren Berücksichtigung
 - 4.3 Hypothesentests zum Mittelwert bei bekannter Varianz der Grundgesamtheit
 - 4.4 Hypothesentests zum Mittelwert bei unbekannter Varianz der Grundgesamtheit
5. Bivariate Analysemethoden
 - 5.1 Modellbildung
 - 5.2 Kontingenz- und Assoziationsanalyse
 - 5.3 Überblick über die Korrelationsanalyse
6. Korrelationsanalyse
 - 6.1 Kovarianz
 - 6.2 Pearsons Korrelationskoeffizient
 - 6.3 Spearmans Rangkorrelationskoeffizient
7. Regressionsanalyse
 - 7.1 Einfaches Regressionsmodell
 - 7.2 Güte der Regressionsgeraden
 - 7.3 Kodierung von unabhängigen kategorialen Variablen
 - 7.4 Binäres logistisches Regressionsmodell

8. Multivariate Analysemethoden
 - 8.1 Überblick über multivariate Analysemethoden
 - 8.2 Multiples Regressionsmodell und deren Voraussetzung
 - 8.3 Varianten von Regressionsmodellen
 - 8.4 Cluster- und Faktorenanalyse

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- von Auer, L. (2016): Ökonometrie. Eine Einführung. 7. Auflage, Springer, Berlin.
- Backhaus, K. et al. (2015): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. 14. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Chiang, A.C./Wainright, K. (2005): Fundamental Methods of Mathematical Economics. McGraw-Hill, New York.
- Fahrmeir, L. et al. (2016): Statistik. Der Weg zur Datenanalyse. 8. Auflage, Springer, Heidelberg.
- Falk, M./Becker, R./Marohn, F. (2004): Angewandte Statistik. Eine Einführung mit Programmbeispielen in SAS. Springer, Heidelberg.
- Hartung, J./Elpelt, B. / Klösener, K. (2012): Statistik. 15. Auflage. Oldenborg, München.
- Kleinbaum, D. G/Klein, M. (2010): Logistic Regression. A Self-Learning Text (Statistics for Biology and Health). 3. Auflage, Springer, Heidelberg.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

MMET02

2. Semester

Internationales Rechnungswesen und Finanzierung

Modulcode: MINR-02

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Dr. Alexander Klein (Internationale Rechnungslegung) / Prof. Dr. Michel Charifzadeh (Corporate Finance)

Kurse im Modul

- Internationale Rechnungslegung (MINR01-02)
- Corporate Finance (MINR02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Internationale Rechnungslegung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Corporate Finance

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Internationale Rechnungslegung**

- Grundlagen der IFRS
- Sachanlagevermögen
- Immaterielle Vermögenswerte
- Finanzinstrumente und Hedge Accounting
- Vorräte
- Erlöserfassung und Fertigungsaufträge
- Rückstellungen und latente Steuern
- Konzernrechnungslegung

Corporate Finance

- Portfolio- und Kapitalmarkttheorie
- Aktien- und Portfolioanalyse
- Die Diskussion um die optimale Kapitalstruktur
- Finanzierungsarten
- Investitionsrechenverfahren
- Unternehmensbewertung
- Corporate Control und M&A
- Spezielle M&A-Formen, Private Equity, Due Diligence und IPOs
- Corporate Governance
- Finanzplanung

Qualifikationsziele des Moduls**Internationale Rechnungslegung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen internationalen Rechnungslegungsvorschriften und ihre grundlegenden Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB zu verstehen.
- Geschäftsberichte zu analysieren, die gemäß IFRS erstellt worden sind.
- selbstständig wesentliche Elemente der Bilanzierung gemäß IFRS durchzuführen.

Corporate Finance

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kernbestandteile von Corporate Finance zu erläutern.
- mit finanzmathematischen Methoden zu arbeiten.
- anhand ausgewählter Datensätze und Fallstudien die zuvor erlernten Methoden praxisnah anzuwenden.
- die Kapitalstrukturen eines Unternehmens, Investition und notwendige Finanzierung zu erklären.
- die üblichen Methoden der Unternehmensbewertung anzuwenden und die Grundzüge von Mergers & Acquisitions darzustellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Finanzen & Steuern auf.

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Internationale Rechnungslegung

Kurscode: MINR01-02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Wirtschaftliche Aktivitäten und Kapitalmärkte haben sich in den letzten Jahren zunehmend international entwickelt und damit einhergehend auch die Notwendigkeit, finanzielle Information entsprechend aufzuarbeiten und darzustellen. Es gibt jedoch bis heute keine global anerkannten internationalen Rechnungslegungsvorschriften. Auch zahlreiche deutsche Unternehmen und Konzerne sind weltweit tätig. Aus diesem Grund ist eine externe Rechnungslegung erforderlich, die sowohl international vergleichbar ist als auch internationale Akzeptanz genießt. Dieser Kurs vermittelt die Grundlagen der Rechnungslegung nach den International Financial Reporting Standards (IFRS). In der Einführung zum Kurs werden die Problematik in Bezug auf sowie die Gründe für eine international angelegte Rechnungslegung vermittelt. Darauf aufbauend wird die Harmonisierung der Rechnungslegung erläutert. Ein Schwerpunkt des Kurses liegt in der Bilanzierung von verschiedenen Elementen nach IFRS. Im Weiteren wird auf die Besonderheiten der Konzernrechnungslegung eingegangen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen internationalen Rechnungslegungsvorschriften und ihre grundlegenden Unterschiede zur Rechnungslegung nach HGB zu verstehen.
- Geschäftsberichte zu analysieren, die gemäß IFRS erstellt worden sind.
- selbstständig wesentliche Elemente der Bilanzierung gemäß IFRS durchzuführen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der IFRS
 - 1.1 Internes und externes Rechnungswesen
 - 1.2 Arten von Abschlüssen und Aufstellungspflichten
 - 1.3 Aufbau der International Financial Reporting Standards
 - 1.4 Abschlusskomponenten
2. Sachanlagevermögen
 - 2.1 Anwendungsbereich, Ansatz und Bewertung
 - 2.2 Bilanzielle Besonderheiten und Ausweis

3. Immaterielle Vermögenswerte
 - 3.1 Grundsätzliche Erfassung von Ausgaben für immaterielle Ressourcen, Ansatz und Bewertung
 - 3.2 Bilanzielle Besonderheiten, Ausweis und Beispiele
4. Finanzinstrumente und Hedge Accounting
 - 4.1 Grundlagen von Finanzinstrumenten und deren Bewertung
 - 4.2 Kategorisierung und Bewertung von Finanzinstrumenten
 - 4.3 Hybride Finanzinstrumente, Wertberichtigung, Ausbuchung und Ausweis
 - 4.4 Hedge Accounting
5. Vorräte
 - 5.1 Ansatz, Bewertung und Ausweis von Vorratsvermögen
 - 5.2 Folgebewertung von Vorräten
6. Erlöserfassung und Fertigungsaufträge
 - 6.1 Erlöserfassung
 - 6.2 Fertigungsaufträge
7. Rückstellungen und latente Steuern
 - 7.1 Rückstellungen
 - 7.2 Latente Steuern
8. Konzernrechnungslegung
 - 8.1 Konzerne und Unternehmenszusammenschlüsse
 - 8.2 Konsolidierung

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Ballwieser, W. (2013): IFRS Rechnungslegung. Konzept, Regeln und Wirkungen. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Buchholz, R. (2017): Internationale Rechnungslegung. Die wesentlichen Vorschriften nach IFRS und HGB – mit Aufgaben und Lösungen. 13. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W. (2016): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 24. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Küting, K./Weber, C.-P. (2012): Der Konzernabschluss. Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS. 13. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Corporate Finance

Kurscode: MINR02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Wie lässt sich die Unternehmenstätigkeit finanzieren? Wie viel Fremd- und wie viel Eigenkapital ist nötig? Welche Investitionsprojekte lohnen sich? Wie viel ist das Unternehmen wert? Welche Finanzmärkte und -instrumente gibt es? Wie werden die Ziele Liquidität, Sicherheit, Rendite und Wachstum optimal aufeinander abgestimmt? Auf diese und weitere Fragen zu Finanzierung und Investition gibt dieser Kurs umfassend Antwort. Der Kurs beginnt mit einer Einleitung ins Thema, die sich mit Portfolio- und Kapitalmarkttheorie auseinandersetzt. Darauf aufbauend wird detailliert auf Finanzierungsarten und Kapitalstruktur eingegangen. Weiterhin werden die üblichen Verfahren zur Investitionsrechnung und zur Unternehmensbewertung, beispielsweise die Discounted Cashflow-Methode, dargestellt und exemplarische Berechnungen dazu durchgeführt. Ein weiterer Schwerpunkt des Kurses liegt im Thema Mergers & Acquisitions. Anhand von Fallbeispielen werden die beteiligten Parteien und Erfolgskriterien dargestellt. Der Kurs schließt ab mit dem Thema Finanzplanung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Kernbestandteile von Corporate Finance zu erläutern.
- mit finanzmathematischen Methoden zu arbeiten.
- anhand ausgewählter Datensätze und Fallstudien die zuvor erlernten Methoden praxisnah anzuwenden.
- die Kapitalstrukturen eines Unternehmens, Investition und notwendige Finanzierung zu erklären.
- die üblichen Methoden der Unternehmensbewertung anzuwenden und die Grundzüge von Mergers & Acquisitions darzustellen.

Kursinhalt

1. Portfolio- und Kapitalmarkttheorie
 - 1.1 Kapitalmärkte und Informationseffizienz
 - 1.2 Portfoliotheorie
 - 1.3 Das CAPM-Modell

2. Aktien- und Portfolioanalyse
 - 2.1 Risiko- und Performancemaße
 - 2.2 Aktienanalyse
3. Die Diskussion um die optimale Kapitalstruktur
 - 3.1 Kapitalstruktur nach der traditionellen These
 - 3.2 Kapitalstruktur nach Modigliani/Miller
 - 3.3 Neoinstitutionelles Kapitalstrukturmodell
4. Finanzierungsarten
 - 4.1 Kreditfinanzierung
 - 4.2 Beteiligungsfinanzierung
 - 4.3 Spezielle Finanzierungsinstrumente
5. Investitionsrechenverfahren
 - 5.1 Grundlagen
 - 5.2 Statische Investitionsrechenverfahren
 - 5.3 Dynamische Investitionsrechenverfahren
6. Unternehmensbewertung
 - 6.1 Anlass, Zweck und Methoden der Unternehmensbewertung
 - 6.2 Discounted Cashflow-Verfahren
 - 6.3 WACC-Verfahren
7. Corporate Control und M&A
 - 7.1 Der „Market for Corporate Control“: Mergers & Acquisitions
 - 7.2 Motive bei M&A-Transaktionen
 - 7.3 Phasen bei M&A-Transaktionen
8. Spezielle M&A-Formen, Private Equity, Due Diligence und IPOs
 - 8.1 Due Diligence
 - 8.2 Friendly & hostile takeovers, LBOs, MBOs und MBIs, IPOs
 - 8.3 Private Equity und Beteiligungsgesellschaften
9. Corporate Governance
 - 9.1 Interne und externe Corporate Governance
 - 9.2 Gesetzliche Grundlagen: Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) und der Sarbanes-Oxley Act
 - 9.3 Auswirkung auf die Unternehmensperformance und Bedeutung der Eigentümerstruktur

10. Finanzplanung
 - 10.1 Grundlagen der Finanzplanung
 - 10.2 Kapitalbedarfsplanung
 - 10.3 Finanzkontrolle

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Brealey, R. A./Myers, C. M./Allen, F. (2013): Principles of Corporate Finance. 11. Auflage, McGraw-Hill, New York City.
- Ernst, D./Häcker, J. (2011): Applied International Corporate Finance. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Schmeisser, W. (2010): Corporate Finance and Risk Management. Oldenbourg, München.
- Volkart, R. (2014): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 6. Auflage, Versus, Zürich.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Unternehmensplanung

Modulcode: DLMCOUP-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Gerhard Sälzer (Unternehmensplanung)

Kurse im Modul

- Unternehmensplanung (DLMCOUP01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen und Kontext der Unternehmensplanung
- Strategische Unternehmensplanung
- Operative Unternehmensplanung
- Integrierte Unternehmensplanung - Modellierung, Analyse und Bewertung
- Potenziale der Digitalisierung für die Unternehmensplanung
- Ausgewählte Fragen der Unternehmensplanung

Qualifikationsziele des Moduls

Unternehmensplanung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unternehmensplanung in den Gesamtkontext der Unternehmensführung und -steuerung einzuordnen und die aktuellen Trends und Herausforderungen für die Planung zu benennen.
- verschiedene Ansätze und Vorgehensweisen der Unternehmensplanung im Hinblick auf die übergeordneten Unternehmensziele zu analysieren und kritisch zu bewerten.
- Ziele, Instrumente und Methoden der strategischen und operativen Unternehmensplanung zu erläutern und im Hinblick auf Anwendungsmöglichkeiten, sowie Vor- und Nachteile kritisch bewerten zu können.
- ihr theoretisches Wissen im Rahmen einer integrierten Planung anzuwenden und Planungsmodelle zu analysieren und zu bewerten.
- Potenziale der Digitalisierung für die Weiterentwicklung und Effizienzsteigerung der Unternehmensplanung zu bewerten und in der Praxis umzusetzen.
- Implikationen aktueller Entwicklungen wie Nachhaltigkeit oder agiler Managementmethoden auf die Unternehmensplanung zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

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

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Unternehmensplanung

Kurscode: DLMCOUP01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Unternehmensplanung leistet einen wichtigen Beitrag zur zielgerichteten Koordinierung von Entscheidungen, dem Umgang mit Unsicherheit in der kurz-, mittel- und längerfristigen Zukunft, der nachhaltigen Existenzsicherung und der Steigerung der Wirtschaftlichkeit von Unternehmen. Planung ist eine zentrale Managementaufgabe, ein Instrument und ein Orientierungsrahmen für die Unternehmensführung. Ergebnisse der Planung (z.B. die integrierte Unternehmensplanung) sind für Kapitalgeber und andere wichtige Stakeholder von hoher Priorität und werden i.d.R. kritisch hinterfragt. Allerdings steht die Unternehmensplanung auch in der Kritik, da sie häufig als aufwändig und – angesichts schneller Umweltveränderungen – als zu starr empfunden wird. Die Unternehmensleitung ist daher gefordert, eine Balance zwischen Aufwand und Nutzen der Unternehmensplanung zu finden. Dem Controlling kommt dabei die zentrale Funktion der Gestaltung und Koordination der Unternehmensplanung zu. Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, müssen Fach- und Führungskräfte im Bereich Controlling über fundierte inhaltliche und methodische Kenntnisse verfügen und zudem sicherstellen, dass die für eine effiziente Durchführung erforderlichen Systeme und Prozesse im Unternehmen vorhanden sind. Ziel des Kurses ist es daher, den Studierenden die wichtigen Konzepte und Methoden der Unternehmensplanung zu vermitteln und sie in die Lage zu versetzen, diese in der Unternehmenspraxis anzuwenden. Der Kurs ordnet die Unternehmensplanung zunächst in den Gesamtzusammenhang der Unternehmenssteuerung ein und gibt einen Überblick über aktuelle Herausforderungen und Trends. Anhand empirischer Untersuchungen werden Schwachstellen und Defizite der Planung in der Praxis aufgezeigt. Im Anschluss werden die wesentlichen Grundlagen der strategischen und der operativen Unternehmensplanung dargestellt, bevor die integrierte Unternehmensplanung als wesentliches Planungsinstrument erläutert und von den Studierenden im Rahmen einer Fallstudie angewendet wird. Der Megatrend 'Digitalisierung' hat auch für die Unternehmensplanung grundlegende Bedeutung. Der Kurs geht daher auch auf die digitalen Treiber der Planung ein und zeigt Möglichkeiten auf, die Effizienz der Unternehmensplanung mit modernen Methoden und Techniken zu optimieren. Abschließend werden aktuelle Fragen der Unternehmensplanung beleuchtet. Dazu zählen etwa die Frage der Nachhaltigkeit, Planung im Kontext agiler Methoden und Organisationen oder Implikationen verhaltensorientierter Controlling-Ansätze für die Ausgestaltung der Planung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Unternehmensplanung in den Gesamtkontext der Unternehmensführung und -steuerung einzuordnen und die aktuellen Trends und Herausforderungen für die Planung zu benennen.
- verschiedene Ansätze und Vorgehensweisen der Unternehmensplanung im Hinblick auf die übergeordneten Unternehmensziele zu analysieren und kritisch zu bewerten.
- Ziele, Instrumente und Methoden der strategischen und operativen Unternehmensplanung zu erläutern und im Hinblick auf Anwendungsmöglichkeiten, sowie Vor- und Nachteile kritisch bewerten zu können.
- ihr theoretisches Wissen im Rahmen einer integrierten Planung anzuwenden und Planungsmodelle zu analysieren und zu bewerten.
- Potenziale der Digitalisierung für die Weiterentwicklung und Effizienzsteigerung der Unternehmensplanung zu bewerten und in der Praxis umzusetzen.
- Implikationen aktueller Entwicklungen wie Nachhaltigkeit oder agiler Managementmethoden auf die Unternehmensplanung zu bewerten.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Kontext der Unternehmensplanung
 - 1.1 Einordnung der Planung in die Unternehmenssteuerung
 - 1.2 Systematik der Unternehmensplanung
 - 1.3 Aktuelle Trends und Herausforderungen der Unternehmensplanung
 - 1.4 Untersuchungen zum Stand der Unternehmensplanung in der Praxis
2. Strategische Unternehmensplanung
 - 2.1 Von der Unternehmensstrategie zur operativen Unternehmensplanung
 - 2.2 Prozess und Instrumente der strategischen Planung im Überblick
 - 2.3 Werttreiberbasierte Unternehmensplanung
 - 2.4 Strategieorientierte Mittelfristplanung als Brücke zur operativen Planung
3. Operative Unternehmensplanung
 - 3.1 Grundlagen der operativen Planung und Budgetierung
 - 3.2 Better, beyond und advanced budgeting
 - 3.3 Planungsrhythmus und Forecasts
4. Integrierte Unternehmensplanung - Modellierung, Analyse und Bewertung
 - 4.1 Grundlagen integrierter Planungsmodelle
 - 4.2 Financial Modeling der GuV, Bilanz und Cash-Flow Rechnung
 - 4.3 Risikoorientierte Analyse der Planung
 - 4.4 Ansätze zur Prüfung und Beurteilung der Planungsplausibilität
 - 4.5 Fallstudie zur integrierten Unternehmensplanung

5. Potenziale der Digitalisierung für die Unternehmensplanung
 - 5.1 Digitale Treiber der Unternehmensplanung
 - 5.2 Künstliche Intelligenz in Planung und Controlling
 - 5.3 Verbesserung der Prognosegenauigkeit mittels Predictive Analytics
 - 5.4 Potenzialabschätzung mittels digitaler Reifegradmodelle

6. Ausgewählte Fragen der Unternehmensplanung
 - 6.1 Nachhaltigkeit in der Unternehmensplanung
 - 6.2 Unternehmensplanung und agiles Management
 - 6.3 Cash-Orientierung in der Unternehmenssteuerung
 - 6.4 Behavioral Controlling und Planung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Baumüller, J., Hartmann, A. & Kreuzer, C. (2021). Integrierte Unternehmensplanung – Grundlagen, Funktionsweise und Umsetzung. 3. Aufl., Linde Verlag.
- Grund, T., Schönbohm, A., Tran, K. (2020). Unternehmensplanung im Zeitalter der Digitalisierung. Ansätze und Erfolgsfaktoren in der Praxis. SpringerGabler.
- Hammer, R. (2015). Unternehmensplanung. 9. Aufl., Verlag De Gruyter.
- Horváth, P. & Gleich, R. & Seiter, M. (2020). Controlling. 14. Aufl., Vahlen Verlag.
- Langmann, C. (2019). Digitalisierung im Controlling. SpringerGabler.
- Waniczek, M. & Ruthner, R. & Feichter, A. (2016). Unternehmensplanung und -steuerung – Von der Strategie zum Cash-Flow. Verlag Linde International.
- Weber, J. & Schäffer, U. (2020). Einführung in das Controlling. 16. Aufl., SchäfferPoeschel Verlag.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Seminar: Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling

Modulcode: DLMCOSFRS

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jessica Hastenteufel (Seminar: Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling)

Kurse im Modul

- Seminar: Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling (DLMCOSFRS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Das Seminar "Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling" behandelt den Risikomanagementprozess von Unternehmen sowie die Bedeutung von Frühwarnsystemen zur rechtzeitigen Entdeckung unternehmensrelevanter Risiken. Im Seminar werden wesentliche Controllinginstrumente vorgestellt und in praxisnahen Fallstudien angewandt.

Qualifikationsziele des Moduls**Seminar: Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Frühwarn- und Risikomanagementsysteme in den Gesamtkontext des Controllings einzuordnen.
- die Bedeutung des Risikomanagementprozesses für nachhaltigen Unternehmenserfolg zu erläutern und zu evaluieren.
- die Szenariotechnik als Methode der strategischen Frühaufklärung zur Abbildung alternativer künftiger Entwicklungen zu diskutieren und im Rahmen konkreter Fallstudien einzusetzen.
- praxisnah Frühwarnsysteme und Risikomanagementsysteme von ausgewählten Unternehmen zu analysieren.
- die in dem Seminar behandelten strategischen und operativen Controllinginstrumente zu verstehen und anzuwenden.
- durch Erstellung einer Seminararbeit selbstständig ausgewählte aktuelle Themen und Fragestellungen des Frühwarn- und Risikomanagementsystems kritisch zu reflektieren und eigenständige Lösungsansätze zu erarbeiten sowie dabei die Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Planung & Controlling

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Seminar: Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling

Kurscode: DLMCOSFRS01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmerisches Handeln ist – aufgrund der Unsicherheit und Ungewissheit über die Zukunft – mit unternehmensexternen und unternehmensinternen Risiken verbunden. In der Unternehmenspraxis wird daher strategischen und operativen Risiken besondere Bedeutung beigemessen. Das Seminar "Frühwarn- und Risikosysteme im Controlling" beschäftigt sich mit dem als Führungsaufgabe wahrgenommenen Risikomanagementprozess sowie mit der Relevanz von Frühwarnsystemen. Operative und strategische Controllinginstrumente werden erläutert und diskutiert. Ergänzt wird das Seminar durch zusätzliche Fallstudien zum betrieblichen Risikomanagement ausgewählter Unternehmen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Frühwarn- und Risikomanagementsysteme in den Gesamtkontext des Controllings einzuordnen.
- die Bedeutung des Risikomanagementprozesses für nachhaltigen Unternehmenserfolg zu erläutern und zu evaluieren.
- die Szenariotechnik als Methode der strategischen Frühaufklärung zur Abbildung alternativer künftiger Entwicklungen zu diskutieren und im Rahmen konkreter Fallstudien einzusetzen.
- praxisnah Frühwarnsysteme und Risikomanagementsysteme von ausgewählten Unternehmen zu analysieren.
- die in dem Seminar behandelten strategischen und operativen Controllinginstrumente zu verstehen und anzuwenden.
- durch Erstellung einer Seminararbeit selbstständig ausgewählte aktuelle Themen und Fragestellungen des Frühwarn- und Risikomanagementsystems kritisch zu reflektieren und eigenständige Lösungsansätze zu erarbeiten sowie dabei die Methodik des wissenschaftlichen Arbeitens anzuwenden.

Kursinhalt

- Die Kursteilnehmer sollten nach Abschluss des Seminars ein grundsätzliches Bewusstsein und ein erweitertes Verständnis zu Hintergrund, Zusammenhang und Sprache von Frühwarn- und Risikosystemen im Kontext des Controllings entwickelt haben. Es werden strategische und operative Controllinginstrumente zur Gewinnung risikorelevanter Erkenntnisse vorgestellt und diese praxisnah angewandt. Anhand ausgewählter Beobachtungsbereiche

wird die Bedeutung von Frühwarn-, Früherkennungs- und Frühaufklärungssystemen zur Identifikation von Risiken – sowie zur Initiierung von rechtzeitigen Gegenmaßnahmen – analysiert.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Diederichs, M. (2018): Risikomanagement und Risikocontrolling. Verlag Franz Vahlen, München.
- Ehrmann, H. (2012): Risikomanagement in Unternehmen. Mit Basel III. 2., aktualisierte und erheblich überarbeitete Auflage, NWB Verlag, Herne.
- Gleich, R./Oehler, K. (2006): Corporate Governance umsetzen. Erfolgsfaktoren Controlling und Informationssysteme. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Gleißner, W. (2011): Grundlagen des Risikomanagements im Unternehmen. Controlling, Unternehmensstrategie und wertorientiertes Management. 2., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag Franz Vahlen, München.
- Graumann, M. (2014): Controlling. Begriff, Elemente, Methode und Schnittstellen. 4., vollständig überarbeitete Auflage, NWB Verlag, Herne.
- Keitsch, D. (2004): Risikomanagement. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Vanini, U. (2012): Risikomanagement. Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis. Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Praxisorientierte Fachzeitschrift: Controller-Magazin – Arbeitsergebnisse aus der Controller-Praxis.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

DLMCOSFRS01

Corporate Governance

Modulcode: DLMWIR

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jürgen Matthias Seeler (Corporate Governance)

Kurse im Modul

- Corporate Governance (MWIR02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundsätzliche Merkmale der Corporate Governance Problematik
- Theoretische Zugänge zum Problemfeld der Corporate Governance
- Merkmale und Spannweite einschlägiger Kontroll- und Überwachungskonzepte
- Interne Instrumente der Corporate Governance
- Externe Instrumente der Corporate Governance
- Merkmale populärer Typologisierungen von Corporate Governance-Systemen
- Corporate Governance im Systemwettbewerb: Merkmale und Argumentationspfade

Qualifikationsziele des Moduls**Corporate Governance**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die historischen Ursprünge, den Problemkern und die aktuelle Relevanz der unter dem Begriff Corporate Governance gefassten Zusammenhänge zu erläutern.
- die wichtigsten theoretischen Zugänge zum Corporate-Governance-Konzept zu skizzieren und die jeweiligen Beiträge in auch in differenzierter Weise zu evaluieren.
- die im Zusammenhang mit dem Überwachungsbegriff der Corporate Governance verbundenen Kategorien und Aufgabenfelder zu beschreiben.
- in differenzierter Weise die konkreten internen und externen Mechanismen der Corporate Governance sowie deren Wirkungslogik zu beurteilen.
- wichtige Typologien von Corporate Governance-Systemen sowie die darin exponierten Wirkungszusammenhänge zu erklären.
- Regulierungsmerkmale und Regulierungsentwicklungen zum Corporate Governance-Problem darzustellen und diese in ausgewählten Regionen auch inhaltlich zu konkretisieren.
- die gängigen Argumentationspfade zum Wettbewerb von Corporate Governance-Systemen zu beschreiben und diese auch in differenzierter Weise zu beurteilen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

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

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Corporate Governance

Kurscode: MWIR02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die unter dem Begriff Corporate Governance gefassten Probleme haben in der betriebswirtschaftlichen Theorie und Praxis im deutschsprachigen Raum keineswegs eine lange Tradition. Als dessen populärster Anknüpfungspunkt gilt die für Kapitalgesellschaften typische Trennung zwischen Eigentums- und Verfügungsrechten. Unter der Annahme rationaler Verhaltenskalküle ist dabei nicht von einer gemeinsamen Interessenbasis zwischen Eigentümern und Management auszugehen. Vielmehr kann diese Trennung zu einer Eskalation von Divergenzen bei den Interessen dieser Akteure führen, die im Ergebnis zum Nachteil des Eigentümers ausfällt. Die faktische Relevanz dieser Möglichkeit ist gerade in den letzten Jahren durch eine Vielzahl von Managementkandalen deutlich geworden. Im Ergebnis unterstreicht diese Entwicklung die große Bedeutung einer wirkungsvollen Implementierung von Überwachungs- und/oder Kontrollmechanismen. Vor diesem Hintergrund sollen den Studierenden in diesem Kurs die zum Corporate-Governance-Komplex einschlägigen Aspekte und Entwicklungen in systematischer und differenzierter Weise vermittelt werden. Zu diesem Zweck erfolgt zunächst eine Erörterung der historischen, konzeptionellen und terminologischen Facetten der Corporate Governance. Daran schließt sich eine Betrachtung der in diesem Zusammenhang relevanten theoretischen Konzepte an. Auf der Grundlage dieser Vorarbeiten erfolgt dann eine umfängliche Erörterung der problemrelevanten Instrumente der Corporate Governance. Vervollständigt wird dieser Zugang durch eine Diskussion von Corporate Governance-Systemen und den darin zur Entfaltung gelangenden Regulierungskonzepten. Seinen Abschluss findet dieser Kurs dann in einer Vorstellung populärer Befunde zum Wettbewerb und zu Entwicklungsperspektiven von Corporate Governance-Systemen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die historischen Ursprünge, den Problemerkern und die aktuelle Relevanz der unter dem Begriff Corporate Governance gefassten Zusammenhänge zu erläutern.
- die wichtigsten theoretischen Zugänge zum Corporate-Governance-Konzept zu skizzieren und die jeweiligen Beiträge in auch in differenzierter Weise zu evaluieren.
- die im Zusammenhang mit dem Überwachungsbegriff der Corporate Governance verbundenen Kategorien und Aufgabenfelder zu beschreiben.
- in differenzierter Weise die konkreten internen und externen Mechanismen der Corporate Governance sowie deren Wirkungslogik zu beurteilen.
- wichtige Typologien von Corporate Governance-Systemen sowie die darin exponierten Wirkungszusammenhänge zu erklären.
- Regulierungsmerkmale und Regulierungsentwicklungen zum Corporate Governance-Problem darzustellen und diese in ausgewählten Regionen auch inhaltlich zu konkretisieren.
- die gängigen Argumentationspfade zum Wettbewerb von Corporate Governance-Systemen zu beschreiben und diese auch in differenzierter Weise zu beurteilen.

Kursinhalt

1. Corporate Governance
 - 1.1 Grundsätzliches zur Corporate Governance
 - 1.2 Historische Entwicklung
2. Theoretische Zugänge zum CG-Konzept
 - 2.1 Traditioneller finanzwirtschaftlicher Ansatz
 - 2.2 Stewardship-Ansatz
 - 2.3 Stakeholder-Ansatz
 - 2.4 Ressourcenorientierter Ansatz
3. Kontroll- und Überwachungskonzept im CG-Diskurs
 - 3.1 Spannweite des Überwachungsbegriffs
 - 3.2 Überwachung im Kontext moderner Managementpraxis
 - 3.3 Governancemechanismen
4. Interne CG-Mechanismen
 - 4.1 Aufsichtsgremien
 - 4.2 Anreizsysteme
 - 4.3 Kapitalstruktur/Eigentumsverhältnisse
 - 4.4 Revision

5. Externe CG-Maßnahmen
 - 5.1 Produktmarkt
 - 5.2 Arbeitsmarkt
 - 5.3 Kapitalmarkt
 - 5.4 Gesetzliche Regelungen bzw. Regulierungen
6. CG-Systeme
 - 6.1 CG-Systeme nach formalen Unterschieden
 - 6.2 CG-Systeme nach Kapitalstrukturunterschieden
 - 6.3 CG-Systeme nach unterschiedlichen Kontrollkonzepten
 - 6.4 Nationale CG-Systeme
7. Regulierungsmerkmale und -entwicklungen in der CG-Praxis
 - 7.1 Internationale/globale Maßstäbe zur CG-Praxis
 - 7.2 Europäische Maßstäbe zur CG-Praxis
 - 7.3 Maßstäbe institutioneller Investoren zur CG-Praxis
 - 7.4 Nationale Maßstäbe zur CG-Praxis: USA
 - 7.5 Nationale Maßstäbe zur CG-Praxis: Deutschland
 - 7.6 Nationale Maßstäbe zur CG-Praxis: Japan
 - 7.7 Nationale Maßstäbe zur CG-Praxis: China
8. CG-Systeme im Wettbewerb
 - 8.1 Grundsätzliches zum Phänomen des Systemwettbewerbs
 - 8.2 Konvergenzthese
 - 8.3 Divergenzthese und das Konzept der Pfadabhängigkeit
 - 8.4 Varieties-of-Capitalism-Ansatz
 - 8.5 Hybridisierungstheorie

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Eibelshäuser, B. (2011): Unternehmensüberwachung als Element der Corporate Governance. Gabler-Verlag, Wiesbaden.
- Geiersbach, K. (2011): Der Beitrag der Internen Revision zur Corporate Governance. Gabler-Verlag (2011), Wiesbaden.
- Hommelhoff, P./Hopt, K.J./Werder, A. von (Hrsg) (2010): Handbuch Corporate Governance. Leitung und Überwachung börsennotierter Unternehmen in der Rechts- und Wirtschaftspraxis. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart.
- Lattemann, C. (2010): Corporate Governance im globalisierten Informationszeitalter. Oldenbourg-Wissenschaftsverlag, München.
- Macharzina, K./Wolf, J. (2017): Unternehmensführung. Das internationale Managementwissen. Konzepte-Methoden-Praxis. 10. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Mallin, C.A. (2015): Corporate Governance. 5. Auflage, Oxford University Press, Oxford.
- Metten, M. (2010): Corporate Governance. Eine aktienrechtliche und institutionenökonomische Analyse der Leitungsmaxime von Aktiengesellschaften. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Ulrich, P. (2011): Corporate Governance in mittelständischen Familienunternehmen. Theorien, Feldstudien, Umsetzung. Gabler-Verlag, Wiesbaden.
- von Werder, A. (2015): Führungsorganisation. Grundlagen der Corporate Governance, Spitzen- und Leitungsorganisation. 3. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Weber, S. (2011): Externes Corporate Governance Reporting börsennotierter Publikumsgesellschaften. Konzeptionelle Vorschläge zur Weiterentwicklung der unternehmerischen Berichterstattung. Gabler-Verlag, Wiesbaden.
- Welge, M.K./Eulerich, M. (2014): Corporate-Governance-Management. Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung. 2. Auflage, Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWIR02

Seminar Current Issues in Controlling

Modulcode: DLMCOSCIC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jessica Hastenteufel (Seminar Current Issues in Controlling)

Kurse im Modul

- Seminar Current Issues in Controlling (DLMCOSCIC01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit &
Präsentation (best. / nicht best.)

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Das Modul bietet Studierenden und Dozenten die Gelegenheit, gemeinsam zu entscheiden, welche Themenbereiche zu diesem Zeitpunkt des Studiums besonders wichtig sind. Dabei finden insbesondere auch die laufenden Projektarbeiten Berücksichtigung. Die inhaltlichen Schwerpunkte hängen damit sowohl von den aktuellen Entwicklungen im Controlling im Zeitablauf als auch dem Verlauf des Studiums und den gemeinsamen Entscheidungen von Studierenden und Dozenten ab.

Qualifikationsziele des Moduls**Seminar Current Issues in Controlling**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- relevante und aktuelle Themen im Controlling zu benennen, kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- die Auswirkung aktueller Entwicklungen für das Controlling zu analysieren und anhand von Beispielen zu erläutern.
- für aktuelle Herausforderungen des Controllings eigenständig Lösungskonzepte zu erarbeiten und dabei die Instrumente des Controllings anzuwenden.
- grundlegende theoretische Kenntnisse im Bereich des Controllings auf reale Fallstudien zu übertragen.
- Konzepte und Methoden zur Entwicklung des Controllings im Kontext von Globalisierung und Digitalisierung anwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Planung & Controlling

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Seminar Current Issues in Controlling

Kurscode: DLMCOSCIC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs beschäftigt sich mit aktuellen Themen des Controllings, sowie mit der zukünftigen Entwicklung und den wichtigsten Instrumentarien des Controllings. Diese werden erklärt und im Detail erläutert und diskutiert. Ergänzt wird der Kurs durch eine Anzahl zusätzlicher Artikel und Fallstudien multinational agierender Unternehmen. Die Studierenden erlernen dabei selbstständig, ausgewählte Themen und Fallstudien zu analysieren und mit bereits bekannten Konzepten zu verknüpfen, sowie diese kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- relevante und aktuelle Themen im Controlling zu benennen, kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
- die Auswirkung aktueller Entwicklungen für das Controlling zu analysieren und anhand von Beispielen zu erläutern.
- für aktuelle Herausforderungen des Controllings eigenständig Lösungskonzepte zu erarbeiten und dabei die Instrumente des Controllings anzuwenden.
- grundlegende theoretische Kenntnisse im Bereich des Controllings auf reale Fallstudien zu übertragen.
- Konzepte und Methoden zur Entwicklung des Controllings im Kontext von Globalisierung und Digitalisierung anwenden.

Kursinhalt

- Das Modul bietet Studierenden und Dozenten die Gelegenheit, gemeinsam zu entscheiden, welche Themenbereiche zu diesem Zeitpunkt des Studiums besonders wichtig sind. Dabei finden insbesondere auch die laufenden Projektarbeiten Berücksichtigung. Die inhaltlichen Schwerpunkte hängen damit sowohl von den aktuellen Entwicklungen im Controlling im Zeitablauf als auch dem Verlauf des Studiums und den gemeinsamen Entscheidungen von Studierenden und Dozenten ab.
 - Corporate Social Responsibility und Controlling
 - Digitalisierung und Controlling
 - Unternehmenskommunikation und Controlling
 - Behavioral Finance und Controlling

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bleiber, R. (2014): Working Capital Management – Liquidität sichern und Erfolg verbessern. Haufe Lexware Verlag, Freiburg.
- Gleich, R. (2012): Nachhaltigkeitscontrolling. Konzepte, Instrumente und Fallbeispiele für die Umsetzung. Haufe Verlag, München.
- Gleich, R./Schimank, C. (2015): Innovationscontrolling. Innovationen effektiv steuern und effizient umsetzen. Haufe-Lexware Verlag, Freiburg.
- Horvath, P., (2015): Controlling. 13. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Horvath, P./Michel, U. (2016): Digital Controlling & Simple Finance. Die Zukunft der Unternehmenssteuerung. Schäfer Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Meyer, M./Weber, J. (Hrsg.) (2011): Controlling und begrenzte kognitive Fähigkeiten. Grundlagen und Anwendungen eines verhaltensorientierten Ansatzes (Schriften des Center for Controlling & Management, Band 39). Gabler Verlag, Heidelberg.
- Pfannenberg, J./Zerfaß, A. (2009): Wertschöpfung durch Kommunikation. Kommunikationscontrolling in der Unternehmenspraxis. Frankfurter Allgemeine Buch Verlag, Frankfurt.
- Steinke, K.-H./Günther, E. (Hrsg.) (2016): CSR und Controlling. Unternehmerische Verantwortung als Gestaltungsaufgabe des Controlling (Management-Reihe Corporate Social Responsibility). Springer Gabler Verlag, Heidelberg.
- Taschner, A. (2015): Management Reporting und Behavioral Accounting. Springer Gabler Verlag, Heidelberg.
- Weber, J./Schäfer, U. (2016): Einführung in das Controlling. 15. Auflage, Schäfer Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Controller Magazin, Internationaler Controller Verein ICV, www.controllermagazin.de
- Controlling & Management Review, WHU – Otto Beisheim School of Management, www.controlling-management-review.de

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit & Präsentation (best. / nicht best.)

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 120 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 30 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 150 h	Gesamt 300 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

DLMCOSCIC01

3. Semester

Business Intelligence

Modulcode: DLMIWBI

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ DLMIWBI01 	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence I) / Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence II)

Kurse im Modul

- Business Intelligence I (DLMIWBI01)
- Business Intelligence II (DLMIWBI02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Business Intelligence I</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
	<u>Business Intelligence II</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Business Intelligence I

- Motivation und Begriffsbildung
- Datenbereitstellung
- Data Warehouse
- Modellierung multidimensionaler Datenräume
- Analysesysteme
- Distribution und Zugriff
- Zukünftige Anwendungsgebiete von Business Intelligence

Business Intelligence II

Dieser Kurs dient der Vertiefung eines Themengebietes aus dem Bereich Business Intelligence.

Qualifikationsziele des Moduls

Business Intelligence I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.
- relevante Datentypen zu erläutern.
- Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.
- Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.
- geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.
- zukünftige Anwendungsgebiete von Business Intelligence zu erläutern.

Business Intelligence II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.
- ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
- sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

Business Intelligence I

Kurscode: DLMIWBI01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Bei Business Intelligence geht es um die Generierung von Informationen auf Basis von Betriebsdaten. Sie dient dazu, zielorientierte Managementpraktiken sowie die Optimierung relevanter Geschäftsaktivitäten zu ermöglichen. Dieser Kurs stellt Techniken, Methoden und Modelle für die Datenbereitstellung und die Erzeugung, Analyse und Verbreitung von Informationen vor und diskutiert sie.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.
- relevante Datentypen zu erläutern.
- Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.
- Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.
- geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.
- zukünftige Anwendungsgebiete von Business Intelligence zu erläutern.

Kursinhalt

1. Motivation und Einführung
 - 1.1 Motivation und historische Entwicklung des Feldes
 - 1.2 Business Intelligence als Framework
2. Datenbereitstellung
 - 2.1 Operative und dispositive Systeme
 - 2.2 Das Data-Warehouse-Konzept
 - 2.3 Architekturvarianten
3. Data Warehouse
 - 3.1 Der ETL-Prozess
 - 3.2 DWH- und Data-Mart-Konzepte
 - 3.3 ODS und Metadaten

4. Modellierung multidimensionaler Datenräume
 - 4.1 Datenmodellierung
 - 4.2 OLAP-Würfel
 - 4.3 Physikalische Speicherkonzepte
 - 4.4 Sternenschema und Schneeflockenschema
 - 4.5 Historisierung
5. Analytische Systeme
 - 5.1 Freiform-Datenanalyse und OLAP
 - 5.2 Berichtssysteme
 - 5.3 Modellbasierte Analysesysteme
 - 5.4 Konzeptorientierte Systeme
6. Verteilung und Zugriff
 - 6.1 Informationsverteilung
 - 6.2 Informationszugang
7. Aktuelle und zukünftige Anwendungsfelder von Business Intelligence
 - 7.1 Mobile Business Intelligence
 - 7.2 Predictive and Prescriptive Analytics
 - 7.3 Künstliche Intelligenz
 - 7.4 Agile Business Intelligence

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Grossmann, W./Rinderle-Ma, S. (2015): Fundamentals of Business Intelligence. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Kimball, R. (2013): The data warehouse toolkit: The definitive guide to dimensional modeling. 3rd edition, Wiley, Indianapolis, IN.
- Linstedt, D. / Olschimke, M. (2015): Building a scalable data warehouse with Data Vault 2.0. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Provost, F. (2013): Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. O'Reilly, Sebastopol, CA.
- Sherman, R. (2014): Business intelligence guidebook: From data integration to analytics. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Turban, E. et al (2010): Business intelligence. A managerial approach. 2nd edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Business Intelligence II

Kurscode: DLMIWBI02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	DLMIWBI01

Beschreibung des Kurses

Unter Anwendung und Vertiefung der im Kurs „Business Intelligence (I)“ vermittelten Inhalte erstellen die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine Seminararbeit. Dementsprechend werden die Studierenden mit der Methodik der Erarbeitung einer Seminararbeit vertraut gemacht. Dabei wird auf die Bereiche Recherche, Methodik und Analyse im Besonderen eingegangen. Die Studierenden wählen in Abstimmung mit dem Seminarleiter ein konkretes Thema aus dem bereitgestellten Themenkatalog aus und bearbeiten es in Form einer 7-10-seitigen Seminararbeit (unter Beachtung der Vorgaben im Leitfaden für Seminararbeiten). Hierbei sollen die Studierenden auch mit dem Thema Literaturrecherche vertraut gemacht werden. Zwischenschritte in der Entwicklung der Seminararbeit werden online oder in den Tutorien diskutiert. Bei diesen Diskussionen sollte auf die Logik der Methodik und auf die Analyse besonders eingegangen werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.
- ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
- sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.

Kursinhalt

- In diesem Kurs wird ein ausgewähltes Themengebiet aus dem Bereich Business Intelligence. Ein aktueller und in der Online-Plattform des Moduls bereitgestellter Themenkatalog bietet die inhaltliche Basis und kann vom Seminarleiter ergänzt bzw. aktualisiert werden.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bachmann, R./Kemper, G. (2011): Raus aus der BI-Falle. Wie Business Intelligence zum Erfolg wird. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Bauer, H./Günzel, H. (Hrsg.) (2008): Data Warehouse Systeme. Architektur, Entwicklung, Anwendung. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Engels, C. (2008): Basiswissen Business Intelligence. W3L, Dortmund.
- Kemper, H.-G./Baars, H./Mehanna, W. (2010): Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung. 3. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Turban, E. et al. (2010): Business Intelligence. A Managerial Approach. 2. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Stock, S./Gansor, T./Totok, A. (2010): Von der Strategie zum Business Intelligence Competency Center (BICC). Konzeption – Betrieb – Praxis. Hanser, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Angewandte Organisationsentwicklung

Modulcode: DLMANOEW

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefanie Rödel (Change Management und Organisationsentwicklung) / Prof. Dr. Margit Sarsted (Organisationsentwicklung)

Kurse im Modul

- Change Management und Organisationsentwicklung (DLMCMO01)
- Organisationsentwicklung (DLMOEW01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Change Management und
Organisationsentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur,
90 Minuten

Organisationsentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur,
90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Change Management und Organisationsentwicklung

- Grundlagen von Change Management und Organisationsentwicklung
- Theoretische (Prozess- und Phasen-)Modelle von Change Management und Organisationsentwicklung
- Instrumente und Methoden von Change Management und Organisationsentwicklung
- Organisatorische Implementierung von Change Management und Organisationsentwicklung
- Erfolgskontrolle von Change Management und Organisationsentwicklung
- Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen
- Anwendungsbeispiele und Best Practice zu Change Management und Organisationsentwicklung

Organisationsentwicklung

- Grundlagen der Organisationsentwicklung
- Institutionenökonomische Ansätze der Organisationstheorie
- Die innerbetriebliche Organisation eines Unternehmens
- Die zwischenbetriebliche Organisation eines Unternehmens
- Ansätze der Organisationsentwicklung
- Techniken der Organisationsentwicklung
- Management und Umsetzung von Organisationsprojekten
- Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern

Qualifikationsziele des Moduls**Change Management und Organisationsentwicklung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung zu verstehen.
- alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen und wissen, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen zu erläutern.

Organisationsentwicklung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Themengebiet Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die verschiedenen grundlegenden Begrifflichkeiten der Organisationsentwicklung zu differenzieren und diese anlassbezogen anzuwenden.
- die institutionenökonomischen Ansätze der Organisationstheorie anzuwenden, um Organisationsprobleme zu analysieren und zu lösen.
- alternative Optionen der Binnen- und Außenorganisation eines Unternehmens zu nutzen und diese anhand betriebswirtschaftlicher Kennzahlen im Hinblick auf ihre Effektivität und Effizienz zu bewerten.
- Ansätze und Techniken der Organisationsentwicklung zu bewerten und zu implementieren sowie diese auf konkrete Anwendungsbeispiele anzuwenden.
- die Besonderheiten des Managements und der Umsetzung von Organisationsprojekten zu analysieren und dafür Lösungen zu finden.
- die Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern darzustellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Change Management und Organisationsentwicklung

Kurscode: DLMCM001

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmen – sowohl Großunternehmen als auch KMUs - sind vor dem Hintergrund der aktuellen Rahmenbedingungen ständig mit der Notwendigkeit konfrontiert, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Organisation bzw. Struktur entsprechend anzupassen und zu verändern. Diese Transformationsprozesse werden insbesondere von den Mitarbeitern eines Unternehmens häufig als schmerzlich empfunden: Unsicherheiten, Widerstände und Ängste entstehen. Mithilfe von Konzepten und Methoden zu Change Management und Organisationsentwicklung lassen sich diese negativen Konsequenzen aus Veränderungsprozessen mildern. Im Rahmen des Kurses gilt es, dieses Verständnis den Studierenden zu präsentieren und ihnen das notwendige „Handwerkszeug“ zur Umsetzung von Aktivitäten im Hinblick auf Change Management und Organisationsentwicklung zu vermitteln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung zu verstehen.
- alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen und wissen, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen zu erläutern.

Kursinhalt

1. Grundlagen von Change Management und Organisationsentwicklung
 - 1.1 Externe und interne Rahmenbedingungen
 - 1.2 Definition und Ziele von Changemanagement und Organisationsentwicklung
 - 1.3 Ursachen und Hemmnisse des Wandels in Organisationen

2. Theoretische Modelle der Organisationsentwicklung
 - 2.1 Klassische Organisationsansätze
 - 2.2 Moderne Organisationsansätze
 - 2.3 Aktuelle Themen der Organisationsstrukturen
3. Theoretische Modelle des Changemanagements
 - 3.1 Vier Typen des organisatorischen Wandels
 - 3.2 Phasenmodell zum Changemanagement nach Lewin
 - 3.3 Ursache-Wirkungs-Modell für Performance und Veränderung nach Burke/ Litwin
 - 3.4 Zwei psychologische Modelle zum organisationalen Wandel
4. Instrumente und Methoden
 - 4.1 Vorgehensweise zur Implementierung von Change
 - 4.2 Kommunikation von Change
 - 4.3 Weitere Instrumente zur Implementierung von Change
5. Organisatorische Implementierung
 - 5.1 Organisationale Barrieren und Widerstände
 - 5.2 Struktur und Verantwortlichkeiten
 - 5.3 Konfliktmanagement: Kommunikation in Transformationsprozessen
6. Erfolgskontrolle von Change Management und Organisationsentwicklung
 - 6.1 Kennzahlen und KPIs
 - 6.2 Expansion und Kontraktion im Changemanagement / Kennzahlen im St. Galler Management-Modell nach Bleicher
 - 6.3 Weitere Themen bei der Erfolgskontrolle
7. Besonderheiten in internationalen Unternehmen
 - 7.1 Kulturelle Dimensionen nach Hofstede
 - 7.2 Kommunikation in internationalen Changeprojekten

Literatur
Pflichtliteratur
<p>Weiterführende Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bücher: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bea, F. X./Göbel, E. (2010): Organisation. Theorie und Gestaltung. 4. Auflage, UTB, Stuttgart. ▪ Dessler, G. (2013): Human Resource Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Boston et al. ▪ Frese, E./Graumann, M./Theuvsen, L. (2012): Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung. 10. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (Hrsg.) (2013): Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte, Band 2. Springer VS, Wiesbaden. ▪ Kesler, G./Kates, A. (2011): Leading Organization Design. How to Make Organization Design Decisions to Drive the Results You Want. Jossey-Bass, San Francisco (CA). ▪ Kotter, J. P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München. ▪ Kotter, J./Rathgeber, H. (2006): Das Pinguin-Prinzip. Wie Veränderung zum Erfolg führt. Droemer, München. ▪ Mohr, N. et al. (Hrsg.) (2010): Herausforderung Transformation. Springer, Berlin/Heidelberg. ▪ Rohm, A. (Hrsg.) (2012): Change-Tools. Erfahrene Prozessberater präsentieren wirksame Workshop-Interventionen. 5. Auflage, managerSeminare, Bonn. ▪ Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2014): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 4. Auflage, Springer VS, Wiesbaden. ▪ Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden. ▪ Vahs, D. (2015): Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Aufsätze: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Braun, G./Hömann, I. (2012): Die Ausnahmen und die Regel. In: Harvard Business Manager, Heft 12/2012, S. 38–43. ▪ Kotter, J. P. (2007): Leading Change. Why Transformation Efforts Fail. In: Harvard Business Review, Heft 01/2007, S. 92–107. ▪ Kotter, J. P. (2012): Die Kraft der zwei Systeme. In: Harvard Business Manager, Heft 12/2012, S. 22–36. ▪ Handwörterbücher: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gaugler, E./Oechsler, W. A./Weber, W. (Hrsg.) (2004): Handwörterbuch des Personalwesens. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart. ▪ Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (Hrsg.) (1995): Handwörterbuch der Führung. 2. Auflage, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Organisationsentwicklung

Kurscode: DLMOEW01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmen – sowohl Großunternehmen als auch KMUs – können nur dann funktionieren, wenn Sie den Bedürfnissen des Marktes entsprechend organisiert und konfiguriert werden. Da sich diese Rahmenbedingungen des Marktes kontinuierlich verändern, entsteht eine ständige Notwendigkeit der Anpassung und Neugestaltung von Organisationsstrukturen nach innen und außen. Mit Hilfe von Konzepten, Methoden, Ansätzen und Techniken der Organisationsentwicklung lässt sich diese Aufgabe bewältigen. Von großer Bedeutung ist dabei auch die Frage nach dem Management und der Umsetzung von Organisationsprojekten. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug für eine optimierte Organisationsentwicklung zu vermitteln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Themengebiet Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die verschiedenen grundlegenden Begrifflichkeiten der Organisationsentwicklung zu differenzieren und diese anlassbezogen anzuwenden.
- die institutionenökonomischen Ansätze der Organisationstheorie anzuwenden, um Organisationsprobleme zu analysieren und zu lösen.
- alternative Optionen der Binnen- und Außenorganisation eines Unternehmens zu nutzen und diese anhand betriebswirtschaftlicher Kennzahlen im Hinblick auf ihre Effektivität und Effizienz zu bewerten.
- Ansätze und Techniken der Organisationsentwicklung zu bewerten und zu implementieren sowie diese auf konkrete Anwendungsbeispiele anzuwenden.
- die Besonderheiten des Managements und der Umsetzung von Organisationsprojekten zu analysieren und dafür Lösungen zu finden.
- die Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern darzustellen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Organisationsentwicklung
 - 1.1 Der Begriff der Organisation
 - 1.2 Ziele und Management von Organisationen
 - 1.3 Definitionen und Funktionen der Organisationsentwicklung
 - 1.4 Überblick über die organisationstheoretischen Grundlagen
 - 1.5 Organisationsentwicklung als geplanter Wandel
2. Institutionenökonomische Ansätze der Organisationstheorie
 - 2.1 Property-Rights-Theorie
 - 2.2 Transaktionskostentheorie
 - 2.3 Principal-Agent-Theorie
3. Die innerbetriebliche Organisation eines Unternehmens
 - 3.1 Organisatorische Differenzierung: Aufgabenanalyse und -synthese
 - 3.2 Organisatorische Integration
 - 3.3 Formen der Primärorganisation
 - 3.4 Formen der Sekundärorganisation
 - 3.5 Prozessorientierte Organisationsgestaltung
 - 3.6 Unternehmensverfassung und Corporate Governance
4. Die zwischenbetriebliche Organisation eines Unternehmens
 - 4.1 Intensitätsstufen, Formen und rechtliche Aspekte der zwischenbetrieblichen Kooperation
 - 4.2 Marktmacht- und effizienzorientierte zwischenbetriebliche Kooperationsformen und Entwicklungsphasen der Kooperation
5. Ansätze der Organisationsentwicklung
 - 5.1 Lean Management
 - 5.2 Business Process Reengineering
 - 5.3 Outsourcing
 - 5.4 Shared Service Center (SSC)
 - 5.5 Virtuelle Organisation
 - 5.6 Lernende Organisation
 - 5.7 Agile Organisation

6. Techniken der Organisationsentwicklung
 - 6.1 Techniken der Informationsgewinnung
 - 6.2 Techniken der Situationsanalyse
 - 6.3 Techniken der Zielbildung
 - 6.4 Techniken der Alternativensuche und -bewertung
 - 6.5 Techniken der Dokumentation

7. Management und Umsetzung von Organisationsprojekten
 - 7.1 Projektmanagement und Projektorganisation
 - 7.2 Phasen der Organisationsentwicklung
 - 7.3 Realisierung von Organisationsprojekten

8. Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern
 - 8.1 Aufgabenfelder und Tätigkeiten von Organisationsentwicklern
 - 8.2 Handlungskompetenzen von Organisationsentwicklern
 - 8.3 Organisatorische Verankerung von Organisationsentwicklern

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bea, F. X./Göbel, E. (2010): Organisation. Theorie und Gestaltung 4. Auflage, Stuttgart.
- Dessler, G. (2013): Human Resource Management, 13. Auflage, Boston u.a.
- Frese, E./Graumann, M./Theuvsen, L. (2012): Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung, 10. Auflage.
- Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (2013): Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte, Band 2, Wiesbaden.
- Jahns, C. (2003): Organisationsentwicklung. St. Gallen.
- Kesler, G./Kates, A. (2011): Leading Organization Design. How to Make Organization Design Decisions to Drive the Results You Want.
- Kieser, A./Walgenbach, P. (2010): Organisation. 6. Auflage, Stuttgart.
- Lang, M./Bartel, D. (Hrsg.) (2015): Agiles Management. Innovative Methoden und Best Practices. Düsseldorf.
- Mohr, N. et al. (Hrsg.) (2010): Herausforderung Transformation. Berlin/Heidelberg.
- Oehlich, M. (2016): Organisation. Organisationsgestaltung, Principal-Agent-Theorie und Wandel von Organisationen. München.
- Picot, A. et al. (2015): Organisation. Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht. 7. Auflage, Stuttgart.
- Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2014): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 4. Auflage, Wiesbaden.
- Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. Wiesbaden.
- Schulte-Zurhausen, M. (2014): Organisation. 6. Auflage, München.
- Vahs, D. (2015): Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 9. Auflage, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Personalcontrolling

Modulcode: DLMCOWPC

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michaela Moser (Human Resource Management I) / Prof. Dr. Michaela Moser (Compensation und Personalcontrolling)

Kurse im Modul

- Human Resource Management I (MWPM01-01)
- Compensation und Personalcontrolling (DLMCUP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Human Resource Management I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
- Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten

Compensation und Personalcontrolling

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Human Resource Management I

- HR-Strategie
- Strategisches und operatives Personalmanagement
- Personalplanung
- Personalanpassung
- Beurteilung, Entlohnung und Entwicklung von Personal

Compensation und Personalcontrolling

- Compensation and Benefits
- Rechtliche Aspekte der Vergütung
- Grundformen fixer und variabler Vergütungsmodelle
- Grundformen flexibler und individueller Zusatzleistungen
- Grundlagen des Personalcontrollings
- Personalcontrolling in der Praxis

Qualifikationsziele des Moduls

Human Resource Management I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das DGFP-Referenzmodell eines professionellen Personalmanagements zu erläutern.
- die Herausforderungen des strategischen Personalmanagements einzuschätzen.
- Grundfragen und Teilbereiche der Personalplanung zu erklären.
- Personalanpassung mit den Unterfällen Personalbeschaffung, -auswahl und -freisetzung zu erläutern.
- die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings zu erklären.
- Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung nachzuvollziehen.

Compensation and Personalcontrolling

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Compensation und Personalcontrolling in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die Ziele, Methoden und Instrumente von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Compensation und Personalcontrolling zu erfassen.
- alternative Möglichkeiten der Organisation von Compensation und Personalcontrolling zu benennen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die Besonderheiten von internationalen Vergütungsmodellen und Personalcontrolling in internationalen Unternehmen zu benennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Human Resources und Planung & Controlling auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus den Bereichen Human Resources und Wirtschaft & Management

Human Resource Management I

Kurscode: MWPM01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Personal ist zu einem wesentlichen strategischen Erfolgsfaktor aller Unternehmen geworden. Der Studienschwerpunkt Human Resource Management erlaubt eine Vertiefung der betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in diesem für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens entscheidenden Bereich. In diesem Kurs werden Herausforderungen des modernen Personalmanagements in den Bereichen Personalstrategie, Personalplanung, Personalanpassung, Personalbeurteilung, Vergütung sowie Personalentwicklung vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das DGFP-Referenzmodell eines professionellen Personalmanagements zu erläutern.
- die Herausforderungen des strategischen Personalmanagements einzuschätzen.
- Grundfragen und Teilbereiche der Personalplanung zu erklären.
- Personalanpassung mit den Unterfällen Personalbeschaffung, -auswahl und -freisetzung zu erläutern.
- die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings zu erklären.
- Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Personalmanagement und Human Resource Management
 - 1.1 Abgrenzung der verwendeten Begriffe
 - 1.2 Einflussfaktoren und Perspektiven des HRM
 - 1.3 Entwicklungslinien des HRM
2. Strategisches Personalmanagement
 - 2.1 Strategische Aspekte des HRM
 - 2.2 Theoriemodelle des strategischen HRM
 - 2.3 Strategisches HRM in der Unternehmenspraxis

3. Personalplanung
 - 3.1 Grundfragen der Personalplanung
 - 3.2 Personalbedarfsplanung
 - 3.3 Personaleinsatzplanung
 - 3.4 Personalkostenplanung
4. Personalanpassung
 - 4.1 Personalbeschaffung
 - 4.2 Personalauswahl
 - 4.3 Personalfreisetzung
5. Beurteilung, Entlohnung und Entwicklung von Personal
 - 5.1 Personalbeurteilung
 - 5.2 Anreiz und Vergütung
 - 5.3 Personalentwicklung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berthel, J./Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.
- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M. (2016): Arbeitsrecht. 19. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
- Festing, M. et al. (2011): Internationales Personalmanagement. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Holtbrügge, D. (2015): Personalmanagement. 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin/Heidelberg.
- Kanning, U. P. (2017): Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Scholz, C. (2014): Grundzüge des Personalmanagements. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Stock-Homburg, R. (Hrsg.) (2013): Handbuch Strategisches Personalmanagement. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Trost, A. (2010): Employer Branding. Arbeitgeber positionieren und präsentieren. Luchterhand, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Compensation und Personalcontrolling

Kurscode: DLMCUP01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Vergütungs- bzw. Entgeltmodelle für sämtliche Zielgruppen im Unternehmen sind ein wichtiges Instrument der Mitarbeitermotivation und -bindung. Sie dienen aber in Zeiten des Fach- und Führungskräfte mangels auch schon zur Anwerbung von potenziellen Mitarbeitern. Zahlreiche Optionen der Ausgestaltung und Organisation stehen hierbei zur Verfügung, sodass die Implementierung eine professionelle Unterstützung im Personalmanagement benötigt. Das Personalcontrolling ist eng mit dem Thema der Vergütungsmodelle verbunden. So geht es hier auch schwerpunktmäßig um Budgets und Personalkosten. Die zunehmende Ökonomisierung und der zunehmende Kostendruck nicht zuletzt durch internationale Konkurrenz und einen verschärften Wettbewerb, zwingen Unternehmen dazu, sämtliche Aktivitäten des Personalmanagements durch ein effektives und effizientes Personalcontrolling zu begleiten und zu steuern. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur Umsetzung von Vergütungsmodellen und Personalcontrolling-Aktivitäten zu vermitteln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Compensation und Personalcontrolling in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die Ziele, Methoden und Instrumente von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Compensation und Personalcontrolling zu erfassen.
- alternative Möglichkeiten der Organisation von Compensation und Personalcontrolling zu benennen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die Besonderheiten von internationalen Vergütungsmodellen und Personalcontrolling in internationalen Unternehmen zu benennen.

Kursinhalt

1. Compensation and Benefits
 - 1.1 Definitionen, Abgrenzungen und Einordnungen
 - 1.2 Strategische Aspekte von Compensation and Benefits (C&B)
 - 1.3 Ansätze und Organisation von Compensation and Benefits (C&B)
2. Rechtliche Aspekte der Vergütung
 - 2.1 Individualarbeitsrecht
 - 2.2 Kollektivarbeitsrecht
 - 2.3 Die Sicherung des Arbeitsentgelts
3. Grundformen fixer und variabler Vergütungsmodelle
 - 3.1 Anforderungsabhängige Vergütung
 - 3.2 Leistungsabhängige Vergütung
 - 3.3 Vergütung von Führungskräften
4. Grundformen flexibler und individueller Zusatzleistungen
 - 4.1 Zielvereinbarung
 - 4.2 Bestandteile der Zusatzvergütung
 - 4.3 Betriebliche Altersversorgung
 - 4.4 Weiterentwicklung: Cafeteria-System und immaterielle Anreize
5. Grundlagen des Personalcontrollings
 - 5.1 Einordnung des Personalcontrollings in die Controlling-Systematik
 - 5.2 Ebenen des Personalcontrollings
 - 5.3 Grenzen des Personalcontrollings
6. Personalcontrolling in der Praxis
 - 6.1 Kennzahlen und Kennzahlensysteme
 - 6.2 Strategisches Personalcontrolling
 - 6.3 Operatives Personalcontrolling
 - 6.4 Grundmodelle organisatorischer Einbindung des Personalcontrollings

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bücher:
 - Armstrong, M./Taylor, S. (2014): Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. 13. Auflage, Kogan Page, London et al.
 - Berthel, J./Becker, F. G. (2010): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 - Dessler, G. (2013): Human Resource Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Boston et al.
 - DGFP e. V. (Hrsg.) (2009): Personalcontrolling für die Praxis. Konzept – Kennzahlen – Unternehmensbeispiele. Bertelsmann, Bielefeld.
 - Dilcher, B./Emminghaus, C. (Hrsg.) (2010): Leistungsorientierte Vergütung. Herausforderung für die Organisations- und Personalentwicklung. Umsetzung und Wirkung von Leistungsentgeltsystemen in der betrieblichen Praxis. Springer Gabler, Wiesbaden.
 - Eyer, E./Hausmann, T. (2011): Zielvereinbarung und variable Vergütung. Ein praktischer Leitfaden – nicht nur für Führungskräfte. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
 - Hafner, R./Polanski, A. (2009): Kennzahlen-Handbuch für das Personalwesen. Praxium, Zürich.
 - Horváth, P. (2011): Controlling. 12. Auflage, Vahlen, München.
 - Hummel, T. R. (2001): Erfolgreiches Bildungscontrolling. Praxis und Perspektiven. 2. Auflage, Sauer-Verlag, Heidelberg.
 - Klein, A. (2012): Controlling-Instrumente für modernes Human Resource Management. Haufe, Freiburg et al.
 - Schmeisser, W./Sobierajczyk, P./Zinn, A. (2014): Personalcontrolling. UTB, Konstanz et al.
 - Schneider, H. J./Fritz, S./Beyer, H. (2013): Erfolgs- und Kapitalbeteiligung. Vom Mitarbeiter zum Mitunternehmer. 7. Auflage, Symposion, Düsseldorf.
 - Scholz, C./Stein, V./Bechtel, R. (2005): Human Capital Management. Wege aus der Unverbindlichkeit. 2. Auflage, Luchterhand, Köln.
 - Wucknitz, U. D. (2009): Handbuch Personalbewertung. Messgrößen, Anwendungsfelder, Fallstudien für das Human Capital Management. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 - Wunderer, R./Jaritz, A. (2007): Unternehmerisches Personalcontrolling. Evaluation der Wertschöpfung für das Personalmanagement. 4. Auflage, Luchterhand, Köln.
 - Zdwomyslaw, N. (Hrsg.) (2007): Personalcontrolling. Der Mensch im Mittelpunkt. Erfahrungsberichte, Funktionen und Instrumente. Deutscher Betriebswirte-Verlag, Gernsbach.
- Handwörterbücher:
 - Gaugler, E./Oechsler, W. A./Weber, W. (Hrsg.) (2004): Handwörterbuch des Personalwesens. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 - Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (Hrsg.) (1995): Handwörterbuch der Führung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

DLMCUP01

Immobilienwirtschaft

Modulcode: MWIM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sigrid Schaefer (Immobilieninvestition und -finanzierung) / Prof. Dr. Sigrid Schäfer (Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement)

Kurse im Modul

- Immobilieninvestition und -finanzierung (MWIM01)
- Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement (MWIM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Immobilieninvestition und -finanzierung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Immobiliencontrolling und -
portfoliomanagement

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>Immobilieninvestition und -finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Immobilien und Immobilienmärkte ▪ Immobilienspezifische Wirtschaftlichkeitsanalyse und Investitionsrechnung ▪ Wertermittlung von Immobilien ▪ Finanzierung von Immobilien und Projekten ▪ Immobilienanlageprodukte <p>Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Immobiliencontrollings ▪ Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling ▪ Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument ▪ Ganzheitliches Portfoliomanagement 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Immobilieninvestition und -finanzierung</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Besonderheiten der Immobilienbranche zu verstehen. ▪ die unterschiedlichen Immobilienmärkte zu überblicken. ▪ Verfahren der Wirtschaftlichkeitsanalyse auf Immobilien zu übertragen. ▪ die verschiedenen Modelle und Methoden der Wertermittlung zu erläutern und diese anzuwenden. ▪ die Gestaltung verschiedener Immobilienanlageprodukte zu erläutern. ▪ die Arten der Immobilienfinanzierung aus Sicht von Projektentwickler, Investoren und Banken zu benennen. <p>Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verschiedene Modelle und Ansätze des Immobiliencontrollings zu kategorisieren. ▪ die Instrumente der Planung und Prognose einzuordnen und situationsadäquat anzuwenden. ▪ Kennzahlensysteme zu strukturieren. ▪ Kennzahlen im Rahmen der ganzheitlichen Steuerung von Immobilienportfolios entscheidungsbezogen zu nutzen. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Baut auf Modulen im Bereich Immobilien auf</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management</p>

Immobilieninvestition und -finanzierung

Kurscode: MWIM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Immobiliensektor hat traditionell eine hohe volkswirtschaftliche Bedeutung. Berufe wie die des Maklers und des Hausverwalters unterliegen bisher einer nur eingeschränkten Regulierung. Gleichzeitig hat sich der Immobiliensektor wesentlich professionalisiert und Akteure müssen heute über ein fundiertes rechtliches, finanzwissenschaftliches und betriebswirtschaftliches Fachwissen verfügen, um am Markt bestehen zu können. Zudem ist der Markt von professionellen Immobilieninvestoren und Projektentwicklern dadurch geprägt, dass hohe Investitions- und Finanzierungsbeträge nötig sind in einem Umfeld, das durch besondere Risiken geprägt ist. Der Kurs Immobilieninvestition und -finanzierung führt umfassend in den Themenbereich immobilienwirtschaftlicher Investitionen einschließlich deren Bewertung und Finanzierung ein. Die Studierenden werden an die Grundlagen des Fachbereiches herangeführt. Zunächst werden einführend die Besonderheiten der Immobilienbranche charakterisiert, wobei die unterschiedlichen Immobilienarten und -märkte besprochen werden. Dann geht der Kurs auf die wesentlichen rechtlichen Grundlagen der Wirtschaftlichkeitsanalyse ein, welche wiederum auch Grundlage der Immobilienbewertung im Sinne der Marktwertentwicklung ist. Schließlich vermittelt der Kurs die Gestaltungsmöglichkeiten für ganzheitliche Immobilienanlageprodukte. Nach Durcharbeit dieses Kurses wissen die Studierenden somit um die Besonderheiten der Immobilienmärkte und verfügen über vertiefte Kenntnisse der Immobilienanalyse und -bewertung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Immobilienbranche zu verstehen.
- die unterschiedlichen Immobilienmärkte zu überblicken.
- Verfahren der Wirtschaftlichkeitsanalyse auf Immobilien zu übertragen.
- die verschiedenen Modelle und Methoden der Wertermittlung zu erläutern und diese anzuwenden.
- die Gestaltung verschiedener Immobilienanlageprodukte zu erläutern.
- die Arten der Immobilienfinanzierung aus Sicht von Projektentwickler, Investoren und Banken zu benennen.

Kursinhalt

1. Standort- und Marktanalyse
 - 1.1 Grundsätzliche Aufgaben der Standort- und Marktanalyse
 - 1.2 Untersuchungsbereiche der Standortanalyse
 - 1.3 Untersuchungsbereiche der Marktanalyse

2. Immobilienspezifische Wirtschaftlichkeitsanalyse und Investitionsrechnung
 - 2.1 Grundlagen der Wirtschaftlichkeitsanalyse
 - 2.2 Statische Kosten- und Gewinnvergleichsrechnung
 - 2.3 Statische Renditevergleichsrechnung
 - 2.4 Barwertprinzip als Grundlage dynamischer Methoden
 - 2.5 Absolute Bewertung mittels Discounted Cash Flow (DCF) und Kapitalwert
 - 2.6 Relative Bewertung mittels Internem Zinsfuß

3. Wertermittlung von Immobilien
 - 3.1 Anlässe, Begriffe, Rechtsgrundlagen
 - 3.2 Vergleichswertverfahren
 - 3.3 Sachwertverfahren
 - 3.4 Ertragswertverfahren

4. Finanzierung von Immobilien und Projekten
 - 4.1 Bedarf und Kriterien der Immobilienfinanzierung
 - 4.2 Grundsätzliche Quellen der Immobilienfinanzierung
 - 4.3 Klassische Darlehensfinanzierung
 - 4.4 Mezzanines Kapital
 - 4.5 Komplexe Finanzierungsvarianten im institutionellen Immobiliengeschäft

5. Immobilienanlageprodukte
 - 5.1 Anlageprodukte als Erweiterung der Immobiliendirektanlage
 - 5.2 Geschlossene Immobilienfonds
 - 5.3 Offene Immobilienfonds
 - 5.4 Immobilien-Aktiengesellschaften

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gesetzestexte: (u. a.) Wohnungseigentumsgesetz, Bürgerliches Gesetzbuch, BauGB, Landesbauordnungen, ImmoWerV, WertR, PfandbriefG.
- Kleiber, W. (2010): Verkehrswertermittlung von Grundstücken. 6. Auflage, Bundesanzeiger Verlag, Berlin.
- Rottke, N./Thomas, M. (Hrsg.) (2011): Immobilienwirtschaftslehre, Band 1. Management. IMV, Köln.
- Schmoll, F. (2008) Basiswissen Immobilienwirtschaft. 2. Auflage, Grundeigentum Verlag, Berlin.
- Schulte, K.-W. (2008): Immobilienökonomie, Band 1. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 4. Auflage, Oldenbourg, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement

Kurscode: MWIM02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Immobiliensektor hat traditionell eine hohe volkswirtschaftliche Bedeutung. Bei Immobiliengeschäften geht es meistens um hohe finanzielle Beträge, was moderne Immobilienmanagement-Methoden und Managementansätzen sowie eine fundierte Wertermittlung erfordert. Zudem wird Fachexpertise moderner Analysemethoden benötigt, um Märkte und Standorte einschätzen und darauf aufbauend Investitionsentscheidungen treffen zu können. Der Kurs Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement vertieft die Fragen der wirtschaftlichen, ergebnisorientierten Steuerung von Immobilienportfolios mittels analytischer Techniken des Immobiliencontrollings und -portfoliomanagements. Dazu werden grundlegende Tools wie Kennzahlen und Kennzahlensysteme besprochen. Diese werden weitergehend mit Techniken der Planung und Prognose verknüpft. Als Instrumente der ganzheitlichen Steuerung werden schließlich Balanced Scorecards und Portfoliomanagementtechniken vorgestellt. Nach Durcharbeit dieses Kurses können die Studierenden auf der Grundlage verschiedener theoretischer Ansätze die unterschiedlichen Steuerungsinstrumente im Immobilienmanagement einschätzen und anwenden. Außerdem werden sie befähigt, das Management von Transaktionen zu planen und umzusetzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Modelle und Ansätze des Immobiliencontrollings zu kategorisieren.
- die Instrumente der Planung und Prognose einzuordnen und situationsadäquat anzuwenden.
- Kennzahlensysteme zu strukturieren.
- Kennzahlen im Rahmen der ganzheitlichen Steuerung von Immobilienportfolios entscheidungsbezogen zu nutzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Immobiliencontrollings
 - 1.1 Management- und Informationsdefizite als Ausgangsbasis des Immobiliencontrollings
 - 1.2 Allgemeine Aufgaben des Controllings
 - 1.3 Ableitung eines branchenspezifischen Immobiliencontrollings
 - 1.4 Instrumente des Immobiliencontrollings
 - 1.5 Wirtschaftlichkeit des Immobiliencontrollings durch Nutzung geeigneter Schnittstellen

2. Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
 - 2.1 Kennzahlen als Analysewerkzeug
 - 2.2 Von Kennzahlen zu Kennzahlensystemen
 - 2.3 Multidimensionale Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
 - 2.4 Standardreports direkt aus dem Kennzahlensystem
3. Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument
 - 3.1 Grundkonzept einer „Ausbalancierten Kennzahlentafel“
 - 3.2 Ableitung von Balanced Scorecards für Immobilien
 - 3.3 Beispiel: Balanced Scorecard für ein vermietetes Mehrfamilienhaus
4. Ganzheitliches Portfoliomanagement
 - 4.1 Rendite-Risiko-Kombinationen im Modell der Portfolio Selection nach Markowitz
 - 4.2 Ermittlung des Diversifikationseffekts
 - 4.3 Interpretation der Effizienzkurve
 - 4.4 Auswahl eines effizienten Immobilienportfolios
 - 4.5 Praxisbezogene Umsetzung eines effizienten Immobilienportfolios

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Metzner, S. (2001): Immobiliencontrolling. Strategische Analyse und Steuerung von Immobilienergebnissen auf Basis von Informationssystemen. Books on Demand, Norderstedt.
- Metzner, S. (2013): Immobilienökonomische Methoden zur Entscheidungsunterstützung und Planung. Mosenstein und Vannerdat, Münster.
- Rottke, N./Thomas, M. (Hrsg.) (2011): Immobilienwirtschaftslehre, Band 1. Management. IMV, Köln.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWIM02

Supply Chain Management

Modulcode: MWCH

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Stütz (Globales Supply Chain Management) / Prof. Dr. Sebastian Stütz (Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain)

Kurse im Modul

- Globales Supply Chain Management (MWCH01)
- Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain (MWCH02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Globales Supply Chain Management

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Globales Supply Chain Management

- Wertschöpfungsnetzwerke – Motive, Typologien, Ziele
- Stoßrichtungen von SCM-Strategien

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

- SCM-Instrumente
- Controlling-Systeme in Wertschöpfungsnetzwerken
- Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken

Qualifikationsziele des Moduls

Globales Supply Chain Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Transport & Logistik

Globales Supply Chain Management

Kurscode: MWCH01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ein problemadäquates Verständnis global agierender Wertschöpfungsnetzwerke setzt die Kenntnis über deren Entstehungsmotive und Ziele voraus. Ferner erscheint es angesichts der dazu ersichtlichen Vielfalt überaus nützlich, diese in bestimmten Typologien zu systematisieren. Auf der Grundlage solcher Systematisierungen ist es dann möglich, das Spektrum von strategisch relevanten Fragestellungen und Gestaltungsoptionen im Bereich des SCM in differenzierter Form zu systematisieren. Außerdem wird damit auch die Möglichkeit geschaffen, die in diesem Zusammenhang besonders einschlägigen instrumentellen Kategorien des SCM darzustellen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

Kursinhalt

1. Motive und Wirkungseffekte von logistischen Wertschöpfungsnetzwerken
 - 1.1 Was bedeutet Supply Chain Management?
 - 1.2 Was ist Logistikmanagement?
 - 1.3 Dienstleister in der Supply Chain
 - 1.4 Bedeutung des Supply Chain Managements

2. Typologien von SCM und Gestaltungsmodelle
 - 2.1 Supply Chain-Strategie
 - 2.2 Instrumente für Supply Chain-Strategien
 - 2.3 Bestandsreduzierung im Lagermanagement
 - 2.4 Frachtkostenreduzierung im Rahmen der Transportkostenpolitik
 - 2.5 Efficient Replenishment
3. Problemnahe Konzepte und korrespondierende Führungskonzepte
 - 3.1 Probleme im Rahmen der Supply Chain
 - 3.2 Schnittstellen in der Supply Chain
 - 3.3 Der Bullwhip-Effekt
 - 3.4 Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR)
4. Aufgaben und Ziele des SCM
 - 4.1 Aufgaben im Supply Chain Management
 - 4.2 Ziele des Supply Chain Managements
 - 4.3 Sustainable Supply Chain Management (SSCM)
5. Kooperation und Koordination
 - 5.1 Die Unternehmensstrategie
 - 5.2 Sinnvolle Unternehmensstrategien: Instrumente und Methoden
 - 5.3 Strategische Allianzen im Kontext des Supply Chain Managements
 - 5.4 Voraussetzungen für erfolgreiche Kooperationen
 - 5.5 Bündelung von Aktivitäten und Prozessanpassungen in Kooperationen
6. Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien
 - 6.1 Versorgungsstrategien
 - 6.2 Entsorgungsstrategien
 - 6.3 Die Wiederverwertung, Wieder-/ Weiterverwendung und die entsprechenden Strategien
7. Qualitätssicherung
 - 7.1 Qualitätsmanagementsysteme
 - 7.2 Qualitätssicherung im Supply Chain Management
 - 7.3 Methoden im Qualitätsmanagement
 - 7.4 Instrumente in der Organisationsgestaltung

8. Informationsgewinnung
 - 8.1 Informationstechnologie im Supply Chain Management
 - 8.2 Betriebswirtschaftliche Software
 - 8.3 Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Arndt, H. (2010): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.
- Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.
- Werner, H. (2010): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Kurscode: MWCH02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Globale Wertschöpfungsnetzwerke erweisen sich als überaus dynamische und teilweise auch fragile Konstruktionen. Diese Beobachtung lenkt den Blick auf zwei wichtige Aspekte des SCM: Einerseits auf das Erfordernis der Entwicklung eines effektiven und effizienten Controllings-Systems für solche Supply Chains. Die dort über Kennzahlensysteme generierten Steuerungsinformationen vermögen wichtige Beiträge zur Stabilisierung und Optimierung des Wertschöpfungsnetzwerks leisten. Andererseits auf die Notwendigkeit eines systematischen Risikomanagements, in dessen Mittelpunkt eine möglichst frühzeitige Identifikation, Prognose, Steuerung und Überwachung von „Sollbruchstellen“ im Wertschöpfungsnetzwerk steht.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

Kursinhalt

1. Grundsätzliches zum Controlling in und von Supply Chains
 - 1.1 Konzeptionierung des Controllings in Supply Chain Management-Systemen
 - 1.2 Die Bedeutung des Controllings in der Supply Chain
 - 1.3 Cost Tracking
 - 1.4 Verschiedene Arten des Supply Chain Controllings
2. Kennzahlensysteme in der Supply Chain
 - 2.1 Bedeutungen von Kennzahlen
 - 2.2 Arten von Kennzahlen in der Supply Chain
 - 2.3 Visualisierung von Kennzahlen
3. Instrumente im Supply Chain Controlling
 - 3.1 SCOR-Modelle als Steuerungsinstrumente
 - 3.2 Von den traditionellen zu den innovativen Instrumenten
4. Controlling der Supply Chain im Zusammenhang mit Informationstechnik
 - 4.1 ERP-Systeme
 - 4.2 CRM- und SCM-Systeme
 - 4.3 Fallbeispiel zur Implementierung eines SCM-Systems
 - 4.4 Erfolgsfaktoren für die Nutzung von SCM-Software
5. Hilfsmittel des Controllings in der Supply Chain
 - 5.1 Prozesskostenrechnung
 - 5.2 Benchmarking
6. Risikomanagement in der Supply Chain
 - 6.1 Risiken in der Supply Chain
 - 6.2 Risikoquellen in der Supply Chain
 - 6.3 Risiken und Unternehmenserfolg
7. Risikopolitische Strategien in der Supply Chain
 - 7.1 Risikomanagement innerhalb der Supply Chain
 - 7.2 Risikoanalyse
 - 7.3 Risikobewertung
 - 7.4 Risikovorsorge

8. Organisationsgestaltung durch Systemdenken und Simulationsansätze
 - 8.1 Grundlagen der Organisationsgestaltung
 - 8.2 System Dynamics: Systemdenken und -simulation
 - 8.3 Das Active Data Warehousing als technologischer Ansatz für Supply Chain Controlling und Risikomanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.
- Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWCH02

Strategisches Finanzmanagement

Modulcode: MWFI

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefan Tilch (Strategisches Finanzmanagement I) / Prof. Dr. Stefan Tilch (Strategisches Finanzmanagement II)

Kurse im Modul

- Strategisches Finanzmanagement I (MWFI01)
- Strategisches Finanzmanagement II (MWFI02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Strategisches Finanzmanagement I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Strategisches Finanzmanagement II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Strategisches Finanzmanagement I**

- Grundlagen des Finanzmanagements
- Beteiligungsfinanzierung
- Fremdfinanzierung
- Innenfinanzierung
- Alternative Finanzierungsinstrumente

Strategisches Finanzmanagement II

- Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
- Investitionsrechnung
- Finanzcontrolling

Qualifikationsziele des Moduls**Strategisches Finanzmanagement I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

Strategisches Finanzmanagement II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Finanzen & Steuern auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Strategisches Finanzmanagement I

Kurscode: MWFI01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Aufgabe des strategischen Finanzmanagements lautet, den langfristigen Erfolg eines Unternehmens finanzwirtschaftlich abzusichern. Dabei fällt der Finanzierung und Steuerung von Investitionen eine zentrale Rolle zu. Zur Finanzierung kommen unterschiedliche Möglichkeiten der Beschaffung von Eigen- und/oder Fremdkapital in Betracht, letzteres typischerweise in Form von zinstragenden Schulden. Sonderformen der Finanzierung, z. B. die Projektfinanzierung, werden gesondert und ausführlich behandelt. Dieser Kurs bietet eine Einführung in die Grundlagen der Unternehmensfinanzierung. Studierende erhalten einen praxisorientierten Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten bei der Kapitalbeschaffung von Unternehmen, deren Besonderheiten sowie deren Vor- und Nachteile.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Finanzmanagements
 - 1.1 Ziele und Funktionen
 - 1.2 Eigenkapital versus Fremdkapital
 - 1.3 Externe versus interne Finanzierungsquellen
 - 1.4 Finanzierung und Wachstum

2. Beteiligungsfinanzierung
 - 2.1 Merkmale emissionsfähiger Unternehmen
 - 2.2 Beteiligungsfinanzierung emissionsfähiger Unternehmen
 - 2.3 Börsenplätze- und segmente
 - 2.4 Merkmale nicht-emissionsfähiger Unternehmen
 - 2.5 Venture Capital
 - 2.6 Buy-outs
3. Fremdfinanzierung
 - 3.1 Emission eines festverzinslichen Wertpapiers
 - 3.2 Rating
 - 3.3 Private versus öffentliche Platzierung
4. Innenfinanzierung
 - 4.1 Selbstfinanzierung
 - 4.2 Finanzierung aus Abschreibungen
 - 4.3 Finanzierung aus Rückstellungen
 - 4.4 Finanzierung aus Veräußerung von Vermögen
5. Alternative Finanzierungsinstrumente
 - 5.1 Asset Backed Securities
 - 5.2 Factoring
 - 5.3 Leasing
 - 5.4 Projektfinanzierung
 - 5.5 Mezzanine Capital

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Strategisches Finanzmanagement II

Kurscode: MWFI02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden zunächst die Möglichkeiten der Optimierung von Finanzierungsentscheidungen durch Derivate dargestellt. Swaps, Futures und Optionen stellen dabei die wesentlichen Instrumente zur Risikosteuerung und der Verbesserung der Finanzierungskosten dar. Daran anschließend folgen die wesentlichen Verfahren der Investitionsrechnung zur Ermittlung der Rendite von Investitionsvorhaben. Auf Basis der dabei gewonnenen Kenntnisse über Verzinsungsmaße werden die Funktionen des strategischen Finanzcontrollings dargestellt. Dieses liefert dem Management die Instrumente zur Steuerung und Koordination von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie zur Konzeption und Integration verschiedener Planungsrechnungen und der Gestaltung von Anreiz- und Kontrollsystemen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

Kursinhalt

1. Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
 - 1.1 Forward Rate Agreements
 - 1.2 Futures
 - 1.3 Swaps
 - 1.4 Optionen
2. Investitionsrechnung unter Sicherheit
 - 2.1 Grundlagen
 - 2.2 Einführung in die dynamische Investitionsrechnung
 - 2.3 Methoden der dynamischen Investitionsrechnung

3. Weitere Methoden der Investitionsrechnung
 - 3.1 Investitionsrechnung unter Unsicherheit
 - 3.2 Projektlaufzeitentscheidungen
 - 3.3 Unternehmensbewertung
4. Kapital- und Finanzplanung
 - 4.1 Kapitalbedarfsplanung
 - 4.2 Finanzplanung
 - 4.3 Kapitalflussrechnung
5. Finanzcontrolling
 - 5.1 Finanzanalyse und -steuerung
 - 5.2 Wertorientiertes Controlling
 - 5.3 Riskomanagement und Risikocontrolling

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2.Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWFI02

Management Consulting

Modulcode: MWBC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting I) / Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting II)

Kurse im Modul

- Management Consulting I (MWBC01)
- Management Consulting II (MWBC02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Management Consulting I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Management Consulting II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Management Consulting I**

- Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung und im Fokus der Wissenschaft
- Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
- Consulting im betrieblichen Kontext
- IT-Beratung und Personalberatung
- Strategieberatung
- Organisations- und Transformationsberatung

Management Consulting II

- Rechtsfragen der Unternehmensberatung
- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Normatives und strategisches Management des Beratungsbetriebes
- Marketingmanagement der Unternehmensberatung
- Beziehungsmarketing und Reputation Management

Qualifikationsziele des Moduls**Management Consulting I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

Management Consulting II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der
Hochschule**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft
& Management

Management Consulting I

Kurscode: MWBC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die hohe Bedeutung der Unternehmensberatung auf betriebsindividueller sowie gesamtwirtschaftlicher Ebene wird heute nicht mehr bestritten. Beratungsleistungen steigern die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Beschäftigungs- und Wachstumseffekte der Beratungsindustrie sind für das Wachstum moderner Volkswirtschaften unverzichtbar. Zugleich steigt der Professionalisierungsbedarf in den beratenden Berufen sowie im Management der Beratungsprojekte und damit einhergehender Berater-Klienten-Beziehungen. Im Mittelpunkt der Unternehmensberatung steht die Erbringung professioneller Beratungsdienstleistungen. Von Unternehmensberatern wird erwartet, dass sie die betriebliche sowie marktliche Situation eines Unternehmens verstehen, bewerten und auf Basis problemlösungsorientierter Empfehlungen verbessern können. Dafür benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Fachliche Kompetenzen umfassen die betriebswirtschaftlichen Grund- und Spezialkenntnisse der Unternehmensführung und des strategischen Managements sowie ein profundes Verständnis von Märkten und gesellschaftlichen sowie wirtschaftlichen Entwicklungen. Das Tätigkeitsprofil des Unternehmensberaters erfordert analytische Kompetenzen zur Erfassung und Bewertung von Unternehmens- und Marktsituationen. Berater müssen in der Lage sein, aufgrund strategischer Konzepte Beratungsprojekte zur nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung zu planen, zu implementieren und einer Erfolgskontrolle zu unterziehen. Persönliche und soziale Kompetenzen ergänzen ihre fachlich-methodischen Fähigkeiten. Durch sie werden Unternehmensberater befähigt, Klientenerwartungen zu verstehen, Beratungskonzepte individuell auf den Beratungsbedarf abzustimmen und Berater-Klienten-Beziehungen aktiv i. S. einer wertschöpfenden Leistungspartnerschaft zu gestalten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

Kursinhalt

1. Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung
 - 1.1 Unternehmensberatung, Management und Business Consulting
 - 1.2 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
 - 1.3 Ist Unternehmensberater ein Beruf?
2. Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
 - 2.1 Geschichte der Unternehmensberatung
 - 2.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung der Consulting-Branche
 - 2.3 Branchenstruktur und Trends
3. Unternehmensberatung im Fokus der Wissenschaft
 - 3.1 Stand der Diskussion um ein „Consulting Research“
 - 3.2 Ausgewählte sozialwissenschaftliche Aspekte der Unternehmensberatung
 - 3.3 Ausgewählte wirtschaftswissenschaftliche Beiträge
4. Consulting im betrieblichen Kontext
 - 4.1 Consulting-Funktionen
 - 4.2 Rollen im Berater-Klienten-Verhältnis
 - 4.3 Die Alternative: Inhouse Consulting
5. IT-Beratung und Personalberatung
 - 5.1 IT-Beratung
 - 5.2 HRM-Beratung
 - 5.3 Executive Search und Outplacement-Beratung
6. Strategieberatung
 - 6.1 Gegenstand und Anlässe der Strategieberatung
 - 6.2 Strategieberatung auf Unternehmensebene
 - 6.3 Strategieberatung auf Geschäftsfeld- und Stakeholder-Ebene
7. Organisations- und Transformationsberatung
 - 7.1 Organisations- und Prozessberatung
 - 7.2 Change Management und Transformationsberatung

Literatur
Pflichtliteratur
<p>Weiterführende Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn. ▪ Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung. Vahlen, München. ▪ Kieser, A. (2002): Wissenschaft und Beratung. Winter, Heidelberg. ▪ Kieser, A. (1998): Unternehmensberater – Händler in Problemen, Praktiken und Sinn. In: Glaser, H./Schröder, E. F./Werder, A. v. (Hrsg.): Organisation im Wandel der Märkte. Gabler, Wiesbaden, S. 191–226. ▪ Königswieser, R./Exner, A. (1999): Systemische Intervention. Architekturen und Designs für Berater und Veränderungsmanager. 2. Auflage, Klett-Cotta, Stuttgart. ▪ Kubr, M. (Hrsg.) (2002): Management Consulting. A Guide to the Profession. 4. Auflage, International Labor Office, Genf. ▪ Mohe, M. (2003): Klientenprofessionalisierung. Strategien und Perspektiven eines professionellen Umgangs mit Unternehmensberatung. Metropolis, Marburg. ▪ Mohe, M./Heinecke, H. J./Pfriehm, R. (Hrsg.) (2002): Consulting. Problemlösung als Geschäftsmodell. Theorie, Praxis, Markt. Klett-Cotta, Stuttgart. ▪ Moscho, A.(Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden. ▪ Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting. Oldenbourg/ München. ▪ Nissen, V. (Hrsg.) (2007): Consulting Research. Unternehmensberatung aus wissenschaftlicher Perspektive. Gabler, Wiesbaden. ▪ Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin. ▪ Wolf, G. (2000): Die Krisis der Unternehmensberatung

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Management Consulting II

Kurscode: MWBC02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Beratungsunternehmen sind einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt. Neben der wachsenden Ausdifferenzierung von internen und externen Beratungsangeboten für verschiedenste betriebliche Beratungsanlässe stehen Unternehmensberater zunehmend professionalisierten Klienten gegenüber. Ein dauerhafter Erfolg auf Beratungsmärkten setzt demnach ein professionelles Management der Beratungsunternehmung voraus. Die Besonderheiten von Beratungsunternehmen, professionelle Dienstleistungen zu entwickeln und zu vermarkten, aber auch die dynamischen Veränderungen der Beratungsmärkte erfordern ein besonderes Profil für das Management der Beratungsunternehmen. Beratungsunternehmen müssen hochflexibel, anpassungsfähig, kommunikativ und innovativ gestaltet und geführt werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Rechtsfragen der Unternehmensberatung
 - 1.1 Rechtsformen der Unternehmensberatung
 - 1.2 Beraterverträge
 - 1.3 Beraterhaftung
2. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
 - 2.1 Bestandteile des Geschäftsmodells
 - 2.2 Die Honorierung der Berater
 - 2.3 Organisation des Beratungsunternehmens

3. Normatives Management des Beratungsbetriebes
 - 3.1 Ethische Konfliktpotenziale in der Unternehmensberatung
 - 3.2 Handlungsfelder normativen Managements
4. Strategisches Management des Beratungsbetriebes
 - 4.1 Kernfragen und Rahmenbedingungen strategischen Managements
 - 4.2 Branchenstrukturanalyse der Beraterbranche
 - 4.3 Ein Modell zur Ableitung operativer Ziele aus der Strategie
5. Marketingmanagement der Unternehmensberatung
 - 5.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
 - 5.2 Strategisches Beratungs-Marketing
 - 5.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
6. Beziehungsmarketing und Reputation Management
 - 6.1 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
 - 6.2 Instrumente des Beziehungsmarketings
 - 6.3 Beratungserfolg als Basis für Reputation
 - 6.4 Lebenszyklus und Reputation – ein Gesamtmodell

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bamberger, I./Wrona, T. (Hrsg.) (2012): Strategische Unternehmensberatung. Konzeptionen – Prozesse – Methoden. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Bürger, B. (2005): Aspekte der Führung und der strategischen Entwicklung von Professional Service Firms. Der Leverage von Ressource als Ausgangspunkt einer differenzierten Betrachtung. DUV, Wiesbaden.
- Jeschke, K. (2004): Marketingmanagement der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden.
- Kriegmeier, J. (2005): Professional Service Firms. Gabler, Wiesbaden.
- Höck, M./Keuper, F. (2001): Empirische Untersuchung zur Auswahl und Kompetenz von Beratungsgesellschaften. In: Die Betriebswirtschaft (DBW), 61. Jg., Heft 4, S. 427-442.
- Maister, D. (2000): True Professionalism. The Courage to Care About Your People, Your Clients, And Your Career. Touchstone, New York.
- Maister, D./Green, C./Galford, R. (2002): The Trusted Advisor. The Free Press, London.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

International Management

Module Code: DLMWINT-02

Module Type see curriculum	Admission Requirements <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ none 	Study Level BA MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---	-----------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimaldauer: 1 Semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Jürgen Matthias Seeler (Managing in a Global Economy) / Prof. Dr. Regina Cordes (Zertifikatskurs Englisch)

Contributing Courses to Module

- Managing in a Global Economy (DLMBGE01)
- Zertifikatskurs Englisch (DLFSWE01)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Managing in a Global Economy

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

Zertifikatskurs Englisch

- Study Format "Fernstudium":
Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Managing in a Global Economy

- The nature of international business and multinational enterprises
- Strategic management and globalization
- International business operations management
- Organizational structures of international business
- Cultural diversity and international business

Zertifikatskurs Englisch

Erlernen und vertiefen von Englisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Learning Outcomes

Managing in a Global Economy

On successful completion, students will be able to

- Recognize and explain the cultural, social, economic, historical, and political differences that affect strategic decision making on an international/global scale.
- Gather specific information and conduct reliable assessments of the opportunities and risks related to business activities in different geographical market regions and specific national markets.
- Describe the impact of culture on international business activities.
- Identify different options for market entry and market development and participate in strategic planning activities that address these issues.
- Design and evaluate different organizational structures for international businesses and design measures to optimize organizational structures for international operations.
- Design, evaluate, and optimize human resource management practices for global and multinational companies.
- Explain options for international marketing and select an appropriate marketing mix relative to specific products/services and the target market.
- Plan multinational or global supply chains.
- Oversee strategic decisions regarding international accounting practices and the remuneration of expatriate staff.
- Identify and manage challenges associated with operating in an international/global business environment, such as the procurement and coordination of resources and human resource management.
- Develop business plans that implement specific organizational, marketing, and distribution strategies in selected regions/countries.

Zertifikatskurs Englisch

On successful completion, students will be able to

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Links to other Modules within the Study Program

Baut auf Modulen aus den Bereichen Betriebswirtschaft & Management und Sprachen auf

Links to other Study Programs of the University

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Managing in a Global Economy

Course Code: DLMBGE01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

The internationalization and globalization of product and service markets has meant that industries and economies worldwide are increasingly subject to competition and change. Nowadays, it is essential for the viability and profitability of companies that they adopt a global mindset. Establishing a business and operating in an international context offers a company many unique opportunities, but importantly, multiple diverse threats emerge in this context. An elevated level of international competition, increasing client mobility in a globalized marketplace, discriminatory practices of foreign governments, and subtle cultural differences mean that running an efficient and profitable international business is exceedingly challenging and the likelihood of failure is high. The course is designed to cover the economic, organizational, and cultural underpinnings that students need to grasp in order to better understand the managerial challenges that global organizations of all types and sizes have to cope with. Participants will gain the detailed knowledge and practical experiences they require to understand how organizations can achieve a competitive advantage in a globalized world. This course includes an optional international field trip (Note: special conditions apply - availability depends on demand, special conditions apply). This course will enable students to describe and contrast a set of sustainable corporate and functional strategies in the context of globalization. They will have a detailed understanding of the extent to which globalization and internationalization strategies affect the organizational structures and value creation of global firms.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- Recognize and explain the cultural, social, economic, historical, and political differences that affect strategic decision making on an international/global scale.
- Gather specific information and conduct reliable assessments of the opportunities and risks related to business activities in different geographical market regions and specific national markets.
- Describe the impact of culture on international business activities.
- Identify different options for market entry and market development and participate in strategic planning activities that address these issues.
- Design and evaluate different organizational structures for international businesses and design measures to optimize organizational structures for international operations.
- Design, evaluate, and optimize human resource management practices for global and multinational companies.
- Explain options for international marketing and select an appropriate marketing mix relative to specific products/services and the target market.
- Plan multinational or global supply chains.
- Oversee strategic decisions regarding international accounting practices and the remuneration of expatriate staff.
- Identify and manage challenges associated with operating in an international/global business environment, such as the procurement and coordination of resources and human resource management.
- Develop business plans that implement specific organizational, marketing, and distribution strategies in selected regions/countries.

Contents

1. Introduction to Managing in a Global Economy
 - 1.1 What is Globalization?
 - 1.2 Facts on Globalization and the Global Economy
 - 1.3 Theoretical Explanations for Globalization
2. The International Company and its Environment
 - 2.1 International Companies and their Operations
 - 2.2 Operational Patterns in International Markets
 - 2.3 Assessment of the Environment for Internationalization
3. Culture and International Business
 - 3.1 A Generic Perspective on Culture
 - 3.2 Organizational Culture
 - 3.3 Cultural Diversity and the Contemporary Manager

4. Strategy Development in International Business
 - 4.1 Strategy in Globalized Business Operations
 - 4.2 Strategy Concepts and Strategic Options
 - 4.3 Managing Strategy
5. International Human Resource Management
 - 5.1 Characteristics of International Human Resource Management
 - 5.2 The Global Manager
 - 5.3 Instruments in International Human Resource Management
6. Organization in International Business
 - 6.1 Traditional Perspectives on Business Organization
 - 6.2 Modern Views on Business Organization
 - 6.3 Coordination and Control of Intra-Organizational Collaboration
7. International Marketing
 - 7.1 Marketing in International Business
 - 7.2 Strategic Choices in International Marketing
 - 7.3 Marketing Mix Choices in International Marketing
8. Supply Chain Management and Accountancy in International Business
 - 8.1 Supply Chain Management and International Business
 - 8.2 Quality, Supplier Networks, and Inventory in Supply Chain Management
 - 8.3 Accounting in International Business

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

- Beamish, P. W., Morrison, A., Inkpen, A., & Rosenzweig, P. (2003). *International management: Text and cases* (International student ed.). London: McGraw-Hill Education.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2010). *International business: Environments and operations* (13th ed.). Essex: Pearson Education.
- Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2016). *International business: Competing in the global marketplace* (11th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2014). *Exploring strategy* (10th ed.). Essex: Pearson Education.
- Wall, S., Minocha, S., & Rees, B. (2015). *International business* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.

Study Format myStudies

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

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	BOLK: yes
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 type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <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
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 type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides

Zertifikatskurs Englisch

Kurscode: DLFSWE01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Studierenden ein Zertifikat entsprechend des gewählten Levels.

Kursziele

On successful completion, students will be able to

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
 - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
 - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)
- ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1)
- Grammatik:
 - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
 - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
 - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
 - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
 - Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, „phrasal verbs“, Kollokationen und Redewendungen. Unterschiede zwischen britischem und amerikanischem Englisch

Literatur
Pfichtliteratur
Weiterführende Literatur
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Sprachkurs
-----------------------------------	------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

DLFSWE01

Projektmanagement

Modulcode: DLMPRWPM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Sarstedt (Angewandtes Projektmanagement) / Prof. Dr. Margit Sarstedt (Online Projektsimulation)

Kurse im Modul

- Angewandtes Projektmanagement (DLMPRAPM01_D)
- Online Projektsimulation (DLMPRWOPS02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Angewandtes Projektmanagement</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation <u>Online Projektsimulation</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht (50)

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Angewandtes Projektmanagement

- Angewandtes Projektmanagement
- Die Projektmanagementlandschaft
- Der Projektkontext
- Standardisierte Vorgehensweisen im Projektmanagement
- Agile Ansätze für das Projekt-/Prozessmanagement
- Variationen von Standardmethoden und agilen Methoden
- Tools für Projektmanager

Online Projektsimulation

Im Rahmen des Kurses „Online Projektsimulation“ werden die theoretischen Kenntnisse in einem online simulierten Projekt mit realem Hintergrund praktisch angewendet und diskutiert und bewertet.

Qualifikationsziele des Moduls

Angewandtes Projektmanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle des Projektmanagements in Organisationen verstehen und erklären zu können.
- einen Überblick über die Projektmanagementinstitutionen weltweit geben zu können.
- die unterschiedlichen Ansätze der wichtigsten standardisierten und agilen Methoden des Projektmanagements zu erklären.
- die Vor- und Nachteile jeder dieser Methoden kritisch zu diskutieren.
- die Vielfalt der hilfreichen Tools, die die Arbeit eines Projektmanagers unterstützen, zu kennen und anzuwenden.
- die passende Projektmanagementmethode für die jeweilige Situation auszuwählen.

Online Projektsimulation

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einen Projektbericht unter Berücksichtigung der Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit anzufertigen.
- Planungen von Strategien für Projekte auf verschiedenen Ebenen zu verstehen und mit Blick auf die Projekt-Konzeption in der Praxis zu bewerten.
- erlerntes Wissen im Bereich Projektmanagement anhand eines konkreten Projekts in der eigenen Unternehmenspraxis ein- und umzusetzen.
- im Rahmen der Online Simulation ihre Diskursfähigkeit weiterzuentwickeln und ihre soziale und kreative Kompetenz auszubauen.
- Praxissituationen und -fragestellungen zu analysieren und projektbasiert Lösungswege zu entwickeln, kritisch zu hinterfragen und zielorientiert umzusetzen.
- die für die Arbeit in Projekten notwendigen Kommunikationsmethoden in der Online-Praxis anzuwenden.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert im Unternehmen zum Erfolg führen können.
- Zeitpläne für Projektabläufe im Projekt zu erkennen und eigenständig umzusetzen.
- Unwägbarkeiten innerhalb eines Projektes zu erkennen und selbstständig Lösungswege zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Projektmanagement auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Angewandtes Projektmanagement

Kurscode: DLMPRAPM01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Seit vielen Jahrzehnten spielt der Ansatz des Projektmanagements eine wichtige Rolle weltweit, sowohl in der Privatwirtschaft als auch in der öffentlichen Verwaltung. Im Laufe der Jahre hat sich eine weit verbreitete und gebräuchliche Terminologie herausgebildet. Nationale und internationale Projektmanagementorganisationen haben verschiedene Methoden entwickelt, um komplexe Projekte in strukturierter Weise zu managen. Diese lassen sich in zwei Hauptkategorien unterteilen. Die traditionellen standardisierten Methoden haben gemeinsam, dass sie Projekte geplant und strukturiert angehen. Die agilen Methoden hingegen zeichnen sich durch ein systematisches, aber offenes Vorgehen aus, das viel Spielraum für Veränderungen lässt. In diesem Kurs werden die einzelnen Methoden detailliert vorgestellt, die jeweiligen Grundideen erläutert und die Vorteile und Beschränkungen jeder dieser Methoden aufgezeigt. Für jede Methode wird das typische Einsatzgebiet beschrieben, sodass der Studierende in der Lage ist, die für eine bestimmte Situation am besten geeignete Methode auszuwählen. Zusätzlich werden eine Reihe von praktischen Tools vermittelt, die den Projektmanager dabei unterstützen, ein beliebiges Projekt auf das Projektziel hinzusteuern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle des Projektmanagements in Organisationen verstehen und erklären zu können.
- einen Überblick über die Projektmanagementinstitutionen weltweit geben zu können.
- die unterschiedlichen Ansätze der wichtigsten standardisierten und agilen Methoden des Projektmanagements zu erklären.
- die Vor- und Nachteile jeder dieser Methoden kritisch zu diskutieren.
- die Vielfalt der hilfreichen Tools, die die Arbeit eines Projektmanagers unterstützen, zu kennen und anzuwenden.
- die passende Projektmanagementmethode für die jeweilige Situation auszuwählen.

Kursinhalt

1. Die Projektmanagementlandschaft
 - 1.1 Geschichte des Projektmanagements
 - 1.2 Definition von Projekten, Programmen und Prozessen
 - 1.3 Bereiche und Beispiele von Projekten in der heutigen Zeit
 - 1.4 Internationale Projektmanagementinstitutionen
 - 1.5 Optionen zur weiteren Spezialisierung und Zertifizierung
2. Der Projektkontext
 - 2.1 Analyse des Umfeldes und der Projektziele
 - 2.2 Unterscheidung von Projekttypen und -kategorien
 - 2.3 Projektkultur und Organisationsmodelle
 - 2.4 Die Rolle von Mitarbeiter und Teamführung
 - 2.5 Den richtigen Ansatz finden - Auswahlkriterien
3. Standardisierte Vorgehensweisen im Projektmanagement
 - 3.1 Projektmanagement nach DIN
 - 3.2 Projektmanagement nach dem PMBOK 6 des PMI
 - 3.3 Das IPMA-System
 - 3.4 Die Organisation von Projekten mit PRINCE2®
 - 3.5 Vorteile und Beschränkungen von Standardmethoden
4. Agile Ansätze für das Projekt-/Prozessmanagement
 - 4.1 Das Agile Manifest
 - 4.2 Grundlagen von Scrum und Skalierungsmethoden
 - 4.3 Kanban und Design Thinking
 - 4.4 Vorteile und Beschränkungen der agilen Methoden
5. Varianten der Standardmethoden und agilen Methoden
 - 5.1 Das Critical-Chain-Projektmanagement
 - 5.2 Prince2® Agile
 - 5.3 Das PMBOK 7 des PMI
 - 5.4 Übersicht über weitere Varianten

6. Tools für Projektmanager
 - 6.1 Zielsetzung, Meilensteinplanung und Arbeitspakete
 - 6.2 Budgetierung, Ressourcenplanung und Terminierung mit Balkendiagrammen
 - 6.3 Analysieren von Projektrisiken (FMEA) und Meilensteintrends (MTA)
 - 6.4 Taskboards und andere kleine Tricks
 - 6.5 Stakeholdermanagement und Management-Reporting

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Kerzner, H. (2022). Project Management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling (13. Aufl.). Wiley.
- Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A., Schneider, E., Witschi, U. & Wüst, R. (2019). Handbuch Projektmanagement (4. Aufl.). Springer Gabler.
- Madauss, B.-J. (2020). Projektmanagement (8. Aufl.). Springer Vieweg.
- Patzak, G. & Rattay, G. (2018). Projektmanagement (7. Aufl.). Linde.
- Timinger, H. (2017). Modernes Projektmanagement. Wiley.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Online Projektsimulation

Kurscode: DLMPRWOPS02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs beschäftigt sich mit der Erweiterung der grundlegenden Kenntnisse über die Methoden des Projektmanagements und deren Anwendung. Diese erfolgt im Rahmen einer Online-Simulation. Dabei werden die Kenntnisse in Bezug auf die Prozesse innerhalb des Projektes vertieft und Methoden praktisch im online simulierten Projekt angewendet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einen Projektbericht unter Berücksichtigung der Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit anzufertigen.
- Planungen von Strategien für Projekte auf verschiedenen Ebenen zu verstehen und mit Blick auf die Projekt-Konzeption in der Praxis zu bewerten.
- erlerntes Wissen im Bereich Projektmanagement anhand eines konkreten Projekts in der eigenen Unternehmenspraxis ein- und umzusetzen.
- im Rahmen der Online Simulation ihre Diskursfähigkeit weiterzuentwickeln und ihre soziale und kreative Kompetenz auszubauen.
- Praxissituationen und -fragestellungen zu analysieren und projektbasiert Lösungswege zu entwickeln, kritisch zu hinterfragen und zielorientiert umzusetzen.
- die für die Arbeit in Projekten notwendigen Kommunikationsmethoden in der Online-Praxis anzuwenden.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert im Unternehmen zum Erfolg führen können.
- Zeitpläne für Projektabläufe im Projekt zu erkennen und eigenständig umzusetzen.
- Unwägbarkeiten innerhalb eines Projektes zu erkennen und selbstständig Lösungswege zu entwickeln.

Kursinhalt

- Der Kurs beschäftigt sich mit der Erweiterung der Kombination der Kenntnisse und Fähigkeiten aus dem Projektmanagement und dem strategischen Management. Auf der Basis des Wissens über Methoden und Verfahren zur Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensstrategien werden diese nun in Verbindung mit einem konkreten Projekt, welches im Rahmen einer Online-Simulation gestellt und bearbeitet werden soll, angewendet. Die Ergebnisse werden auf zwei unterschiedlichen Wegen ausgewertet. Erstens in Form eines unmittelbaren Feedbacks nach Beendigung der Online Simulation durch eine

schriftliche zur Verfügung gestellte Beschreibung, der durch den Studierenden vorgenommenen Maßnahmen während der Simulation und deren Einordnung in das simulierte Projektgeschehen. Damit werden die selbst gewählten Maßnahmen zur Erfüllung der projektbasierten Vorgaben und zur Problemlösung vor dem Hintergrund der Anforderungen verdeutlicht. Und der Studierende ist damit in der Lage seine eigenen Entscheidungen zu reflektieren. Zweitens in Form eines ausführlichen schriftlichen Berichts. Hierbei kombinieren die Studierenden ihr erlerntes und erfahrenes Fachwissen in diesen Bereichen mit dem Transfer anhand des konkreten Online-Projekts, und beschreiben und diskutieren, wie das Fachwissen praktisch umgesetzt wurde. In der Ausarbeitung geht es darum, die generellen Ansätze und Vorgehensweisen auf der Basis vorgegebener Standards in einem online vorgegebenen Projekt mit eingespielten Problemsituationen einzusetzen und kritisch zu reflektieren. Der Bericht muss wissenschaftlichen Kriterien genügen, was insbesondere neben den formalen Anforderungen auch eine Literaturrecherche und die wissenschaftlich-methodische Fundierung der Online Projektsimulation beinhaltet. Die hierfür notwendigen unternehmerischen Fragestellungen sollen auf Basis wissenschaftlicher Methoden erkannt, analysiert und bearbeitet werden. Damit reflektieren die Studierenden bei der Bearbeitung des online simulierten Projekts die Anwendung des erlernten Fachwissens und können die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person bei der Verschriftlichung kritisch diskutieren.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bea, F.X./Haas, J. (2009): Strategisches Management. 5. Neubearb. Auflage, Pöschl, Stuttgart.
- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement (Ba Kompakt) (German Edition). Auflage 2008, Physica-Verlag HD.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer-Verlag.
- Harvard Business School Essentials (2006): The Essentials of Strategy. Harvard Business School Press, Boston.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. vdf Hochschulverlag AG an der ETH.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung (mitp Business). 2. Auflage, mitp Business.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): social competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg Verlag.
- Project Management Institute (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide). 5. Auflage.
- Project Management Institute (2013): Certified Associate in Project Management, Exam Content Outline. Newtown Square.
- Schelle, H. (2010): Projekte zum Erfolg führen. 6. Auflage, dtv.
- Spitzcok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. 1. Auflage, dpunkt.verlag.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Carl Hanser Verlag.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Projekt
-----------------------------------	---------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

DLMPRWOPS02

Kommunikation und Public Relations

Modulcode: DLMWKPR

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Caterina Fox (Kommunikation und Public Relations I) / Caterina Fox (Kommunikation und Public Relations II)

Kurse im Modul

- Kommunikation und Public Relations I (DLMWKB01)
- Kommunikation und Public Relations II (DLMWKB02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Kommunikation und Public Relations I

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Kommunikation und Public Relations II

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Kommunikation und Public Relations I

- Rahmenbedingungen und strategische Zielsetzung von Kommunikation und Public Relations
- Darstellung, kritische Würdigung und Anwendungsfelder der einzelnen Instrumente des Kommunikationsmix
- Strategische und operative Planung der Kommunikations- und Public Relations Maßnahmen inkl. Agentursteuerung und Budgetplanung

Kommunikation und Public Relations II

- Einführung in die grundlegenden Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse auf Seiten der Zielgruppen
- Ableitung zentraler Umsetzungsanforderungen an die Gestaltung wirksamer Kommunikation und Identifikation von Handlungsempfehlungen zur Gestaltung von Kommunikationsbotschaften
- Darstellung zentraler Ansätze und Instrumente zur Messung von Kommunikationswirkung

Qualifikationsziele des Moduls

Kommunikation und Public Relations I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rahmenbedingungen der Kommunikation zu erläutern und die hieraus entstehenden Konsequenzen für die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen einzuschätzen.
- mit dem Zielsystem der Kommunikation vertraut zu sein.
- alternative Strategien der Kommunikationspolitik zu identifizieren, zu bewerten und im Kontext der eigenen Zielvorstellungen weiterzuentwickeln.
- die zentralen Kommunikationsinstrumente wiederzugeben und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahmen zu beurteilen.
- über die Kompetenz zur Umsetzung von Kommunikationsstrategien in Form der Gestaltung von konkreten Maßnahmen und Instrumenten insbesondere in Form einer integrierten Kommunikation zu verfügen.
- die wesentlichen Aspekte der strategischen und operativen Kommunikationsplanung zu kategorisieren und Ansätze und Möglichkeiten zur Budgetierung und Mediaplanung sowie zur Agentursteuerung zu benennen.
- den neuesten Zukunftstrends der Kommunikations- und Markenpolitik zu überblicken.

Kommunikation und Public Relations II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse der Kommunikation einzuschätzen.
- Konsequenzen hieraus für die Entwicklung von Kommunikationsbotschaften zu ziehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Steigerung der Kommunikationswirkung entwickeln zu können.
- unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Wirkung beim Rezipienten zu beurteilen und Optimierungsmöglichkeiten entwickeln zu können.
- alternative Instrumente zur Messung der Wirkung Kommunikation zu benennen, deren Vor- und Nachteile einzuschätzen und selber diese Instrumente im Unternehmensalltag einsetzen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Public Relations Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Kommunikation und Public Relations I

Kurscode: DLMWKB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden lernen die Rahmenbedingungen der Kommunikation im Kontext der vergangenen, aktuellen und künftigen Entwicklung der Medienlandschaft einzuschätzen. Auf Basis des Zielsystems der Kommunikation werden hierauf aufbauend grundsätzliche Strategieoptionen der Kommunikation gemeinsam theoretisch fundiert erarbeitet. Mithilfe dieser wissenschaftlichen Grundlage werden die alternativen Instrumente des Kommunikationsmix kritisch gewürdigt und hinsichtlich ihrer Eignung zur Erreichung alternativer Kommunikationsziele beurteilt.

Praxisbeispiele und die Diskussion unterschiedlicher Anwendungsmöglichkeiten ergänzen die Betrachtungen. Darüber hinaus werden die Grundlagen der Kommunikations- und Medienplanung, der Kommunikationsbudgetbestimmung und Agenturauswahl und -steuerung vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rahmenbedingungen der Kommunikation zu erläutern und die hieraus entstehenden Konsequenzen für die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen einzuschätzen.
- mit dem Zielsystem der Kommunikation vertraut zu sein.
- alternative Strategien der Kommunikationspolitik zu identifizieren, zu bewerten und im Kontext der eigenen Zielvorstellungen weiterzuentwickeln.
- die zentralen Kommunikationsinstrumente wiederzugeben und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahmen zu beurteilen.
- über die Kompetenz zur Umsetzung von Kommunikationsstrategien in Form der Gestaltung von konkreten Maßnahmen und Instrumenten insbesondere in Form einer integrierten Kommunikation zu verfügen.
- die wesentlichen Aspekte der strategischen und operativen Kommunikationsplanung zu kategorisieren und Ansätze und Möglichkeiten zur Budgetierung und Mediaplanung sowie zur Agentursteuerung zu benennen.
- den neuesten Zukunftstrends der Kommunikations- und Markenpolitik zu überblicken.

Kursinhalt

1. Grundlagen Kommunikation und PR
 - 1.1 Kommunikation
 - 1.2 Ebenen der Kommunikation
 - 1.3 Public Relations

2. Rahmenbedingungen der Kommunikation
 - 2.1 Entwicklungsphasen der Kommunikation
 - 2.2 Die Medienlandschaft
 - 2.3 Informationsüberflutung
 - 2.4 Paradigmenwechsel
3. Kommunikationspolitik 48
 - 3.1 Kommunikation und PR im Unternehmen
 - 3.2 Ziele und Anspruchsgruppen
 - 3.3 Integrierte Kommunikation
4. Kommunikationsstrategien
 - 4.1 Markt und Positionierung
 - 4.2 Zielgruppenplanung
 - 4.3 Kommunikationsstrategien
5. Kommunikationsinstrumente
 - 5.1 Strukturierung der Kommunikationsinstrumente
 - 5.2 Werbung
 - 5.3 Social Media und Web 2.0
 - 5.4 Public Relations
6. Organisation der Kommunikation I
 - 6.1 Kommunikationspraxis
 - 6.2 Der Planungsprozess
7. Organisation der Kommunikation II
 - 7.1 Agenturen: Auswahl und Briefing
 - 7.2 Budgetierung
8. Entwicklungen
 - 8.1 Unternehmenskommunikation heute und morgen
 - 8.2 Neuromarketing
 - 8.3 Storytelling
 - 8.4 Mobile Marketing
 - 8.5 Weitere Entwicklungen

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London.
- Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München.
- Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München.
- Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien.
- Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart.
- Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York.
- Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Kommunikation und Public Relations II

Kurscode: DLMWKB02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs erweitert und fundiert das Verständnis der Kommunikations- und Public Relationspolitik um zentrale Erkenntnisse der Konsumentenwahrnehmung. Die Studierenden lernen, grundlegende Wahrnehmungs- und Wirkmechanismen von Kommunikation aus Sicht der Zielgruppen einzuschätzen. Zentrale Anforderungen zur Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen und -inhalten werden auf Basis dieser Erkenntnisse abgeleitet und identifiziert. Techniken und Handlungsempfehlungen zur Erzielung von Werbeaufmerksamkeit, zur Informations- und Erlebnisvermittlung und zur Steigerung der Lernwirkung der Kommunikation können so erarbeitet und anhand von Praxisbeispielen vertieft werden. Darüber hinaus lernen die Studierenden die unterschiedlichen Ansätze und Instrumente zur Erfolgs- und Wirkungsmessung von Kommunikation kennen und verstehen, welches Instrument für welche Fragestellung und unter welchen Voraussetzungen das jeweils geeignete ist.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse der Kommunikation einzuschätzen.
- Konsequenzen hieraus für die Entwicklung von Kommunikationsbotschaften zu ziehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Steigerung der Kommunikationswirkung entwickeln zu können.
- unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Wirkung beim Rezipienten zu beurteilen und Optimierungsmöglichkeiten entwickeln zu können.
- alternative Instrumente zur Messung der Wirkung Kommunikation zu benennen, deren Vor- und Nachteile einzuschätzen und selber diese Instrumente im Unternehmensalltag einsetzen zu können.

Kursinhalt

1. Wahrnehmung der Kommunikation
 - 1.1 Die Wirkung von Kommunikation
 - 1.2 Psychologische und neurowissenschaftliche Erkenntnisse
 - 1.3 Bild, Text und Ton in der Kommunikation

2. Umsetzungsanforderungen: Organisation und Positionierung
 - 2.1 Integrierte Kommunikation
 - 2.2 Positionierung
3. Umsetzungsanforderungen: Ausgangssituation, Ziele und Zielgruppen
 - 3.1 Kommunikative Ausgangssituation
 - 3.2 Ziele und Zielplanung
 - 3.3 Zielgruppen
4. Planung, Konzeption und Inszenierung
 - 4.1 Strategie und Planung
 - 4.2 Konzeptionsarbeit
 - 4.3 Dramaturgie und Inszenierung
5. Der Medienmix – Praxisbeispiele
 - 5.1 Fernsehwerbung
 - 5.2 Livekommunikation
 - 5.3 Public Relations
6. Social Media im Kommunikationsmix
 - 6.1 Owned, Paid and Earned Media
 - 6.2 Social Media und Unternehmenskommunikation
7. Kommunikations-Controlling
 - 7.1 Wertschöpfung durch Kommunikation
 - 7.2 Strategisches und operatives Kommunikations-Controlling
 - 7.3 Instrumente
8. Kommunikation verpflichtet
 - 8.1 Gesellschaftsorientierte Kommunikation
 - 8.2 Corporate Social Responsibility (CSR)
 - 8.3 Rechtliche Grundlagen

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London.
- Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München.
- Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München.
- Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien.
- Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart.
- Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York.
- Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

DLMWKB02

E-Commerce

Modulcode: MWEC-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thomas Bolz (E-Commerce I) / Prof. Dr. Thomas Bolz (E-Commerce II)

Kurse im Modul

- E-Commerce I (MWEC01-01)
- E-Commerce II (MWEC02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>E-Commerce I</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>E-Commerce II</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

E-Commerce I

- Grundlagen des E-Business und E-Commerce
- Formen des E-Commerce
- Strategische Optionen im E-Commerce
- Entwicklung einer E-Commerce-Strategie
- Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im E-Commerce
- Risk Benefit im E-Commerce
- E-Commerce in ausgewählten Sektoren

E-Commerce II

- Grundlagen Online-Marketing und E-Commerce
- Web Usability
- Netzbasierte Zahlungssysteme
- Rechtsgrundlagen
- Shopsysteme – Tools – Logistik
- Social Media Marketing im E-Commerce
- Monitoring und Analyse

Qualifikationsziele des Moduls

E-Commerce I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des E-Commerce wiederzugeben.
- Analysemethoden zur wirtschaftlichen Steuerung des E-Commerce zu erläutern.
- die Begriffe E-Commerce und E-Business thematisch einzuordnen
- alternative Strategien und Instrumente des E-Commerce zu erklären und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.
- Chancen und Möglichkeiten im Internet im Zusammenhang mit E-Commerce wahrzunehmen.
- die gängigen Geschäftsmodelle zu erläutern und mit diesem Wissen zusätzliche Vertriebswege zu finden.
- E-Commerce aus der Managementperspektive zu analysieren und fundierte Entscheidungsunterlagen vorzubereiten.
- die sektoralen Besonderheiten im E-Commerce zu erklären, v. a. wie E-Commerce im B2B- und Investitionsgüterbereich strukturiert ist und einzuschätzen, was in der Konsumgüterbranche (B2C) beachtet werden muss.

E-Commerce II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Potenziale eines Webshops einzuschätzen, um erfolgreich Produkte und Dienstleistungen über das Internet zu vertreiben.
- die konzeptionellen, technischen und rechtlichen Aspekte beim E-Commerce zu erläutern.
- die wichtigsten Erfolgsvoraussetzungen des E-Commerce wie Sortimentsdarstellung, Checkout- und Payment-Prozesse, Conversion Rate usw. zu überblicken.
- die Auswahlkriterien für Shopsysteme zu erklären und die wichtigsten (Hybris, Magento usw.) zu benennen.
- aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu überblicken, um selbst E-Shop- und E-Commerce-Projekte realisieren zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich E-Commerce auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

E-Commerce I

Kurscode: MWEC01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs E-Commerce I behandelt die strategische Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce. Neben grundlegenden Fachbegriffen, Konzepten, Geschäftsmodellen und Akteuren werden auch die Chancen und Risiken des elektronischen Geschäftsverkehrs innerhalb marktbezogener und rechtlicher Rahmenbedingungen behandelt. Darauf aufbauend werden die möglichen strategischen Optionen im E-Commerce ausführlich dargestellt, auf Basis derer sich eine eigene E-Commerce-Strategie ableiten lässt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des E-Commerce wiederzugeben.
- Analysemethoden zur wirtschaftlichen Steuerung des E-Commerce zu erläutern.
- die Begriffe E-Commerce und E-Business thematisch einzuordnen
- alternative Strategien und Instrumente des E-Commerce zu erklären und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.
- Chancen und Möglichkeiten im Internet im Zusammenhang mit E-Commerce wahrzunehmen.
- die gängigen Geschäftsmodelle zu erläutern und mit diesem Wissen zusätzliche Vertriebswege zu finden.
- E-Commerce aus der Managementperspektive zu analysieren und fundierte Entscheidungsunterlagen vorzubereiten.
- die sektoralen Besonderheiten im E-Commerce zu erklären, v. a. wie E-Commerce im B2B- und Investitionsgüterbereich strukturiert ist und einzuschätzen, was in der Konsumgüterbranche (B2C) beachtet werden muss.

Kursinhalt

1. Grundlagen des E-Business und E-Commerce
 - 1.1 Begriffsdefinition, Abgrenzungen und Zusammenhänge
 - 1.2 Mobile Commerce
 - 1.3 Entwicklungstendenzen und Möglichkeiten
 - 1.4 Ökonomische Rahmenbedingungen im E-Commerce
 - 1.5 Wertschöpfung und Geschäftsmodelle
 - 1.6 Akteure/Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen

2. Formen des E-Commerce
 - 2.1 Betriebstypen des E-Commerce
 - 2.2 Innovative Formen des interaktiven E-Commerce
3. Strategische Optionen im E-Commerce
 - 3.1 Sortimentspolitik
 - 3.2 Preispolitik
 - 3.3 Distributionspolitik
 - 3.4 Kommunikationspolitik
 - 3.5 IT-Systemlandschaft und interne Organisation des E-Commerce
 - 3.6 Kundenbindung, Vertrauen und Reputation
4. Entwicklung einer E-Commerce-Strategie
 - 4.1 Konzeptioneller Rahmen
 - 4.2 Zielplanung
 - 4.3 E-Business-Analyse
 - 4.4 E-Business-Strategieformulierung
 - 4.5 E-Business-Strategieimplementierung und Strategieaudit
5. Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im E-Commerce
 - 5.1 Erfolgsmessen im E-Commerce
 - 5.2 Erfolgsfaktoren im E-Commerce
6. Chancen und Risiken im E-Commerce
 - 6.1 Rechtliche Risiken im E-Commerce (B2C)
 - 6.2 Chancen und Risiken für Pure-Player
 - 6.3 Chancen und Risiken für Multi-Channel-Player
7. E-Commerce in ausgewählten Sektoren
 - 7.1 E-Commerce im Konsumgüterbereich (B2C) – E-Shop
 - 7.2 E-Commerce im Investitionsgüterbereich (B2C) – E-Procurement

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Graf, A./Schneider, H. (2016): Das E-Commerce Buch. Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. Business. Technology. Society. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 3. Auflage, Springer, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

E-Commerce II

Kurscode: MWEC02-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs erweitert und vertieft das Verständnis des elektronischen Geschäftsverkehrs um Elemente operativen Marketings, besonders der Markenkommunikation und interaktiven Produkt-/Service- und Preisgestaltung, ergänzt um vertiefende Aspekte der wachsenden Bedeutung von Bezahlsystemen und von Mobile Commerce-Systemen. Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Online-Kunden werden Online-Werbung, -Preisbildung und -Kommunikation, sowie PR-Aktivitäten, beispielsweise im Bereich der sozialen Netze, diskutiert. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die technischen Voraussetzungen für erfolgreiches E-Commerce wie Usability, Auswahl von Shop- und Bezahlsystemen. Ergänzt wird das Kursprogramm um rechtliche Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Kundeneinbindung. Nach Abschluss des Kurses hat der Studierende ein vertieftes Verständnis für die Marketingimplikation von E-Commerce.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Potenziale eines Webshops einzuschätzen, um erfolgreich Produkte und Dienstleistungen über das Internet zu vertreiben.
- die konzeptionellen, technischen und rechtlichen Aspekte beim E-Commerce zu erläutern.
- die wichtigsten Erfolgsvoraussetzungen des E-Commerce wie Sortimentsdarstellung, Checkout- und Payment-Prozesse, Conversion Rate usw. zu überblicken.
- die Auswahlkriterien für Shopsysteme zu erklären und die wichtigsten (Hybris, Magento usw.) zu benennen.
- aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu überblicken, um selbst E-Shop- und E-Commerce-Projekte realisieren zu können.

Kursinhalt

1. Grundlagen Online-Marketing und E-Commerce
 - 1.1 Das Verhalten von Online-Kunden
 - 1.2 Formen des Online-Marketings
 - 1.3 Bedeutung, Funktion und Wirkung von Online-Marketing im E-Commerce
 - 1.4 Online-Vertriebskanäle, Mobile Marketing und Apps
 - 1.5 Umsetzung: Entscheidungskriterien, Lastenheft und Projektmanagement

2. Web Usability
 - 2.1 Kriterien guter Web Usability
 - 2.2 Barrierearmes Design und Responsive Design
 - 2.3 Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing
3. Netzbasierte Zahlungssysteme
 - 3.1 Kriterien webbasierter Zahlungssysteme
 - 3.2 Prepaid-Systeme, Pay-now-Systeme und Pay-later-Systeme
 - 3.3 Mobile Payment
 - 3.4 Scoring
4. Rechtsgrundlagen
 - 4.1 Rechtliche Aspekte bei Bestell- und Liefervorgang
 - 4.2 AGB, Handels- und Widerrufsrecht
 - 4.3 Bildrechte, Markenschutz und Datenschutz
 - 4.4 Haftung des Shop- und Webseitenbetreibers
5. Shopsysteme – Tools – Logistik
 - 5.1 Erfolgsfaktoren und Auswahlkriterien eines guten Onlineshops
 - 5.2 Gütesiegel/Zertifizierung
 - 5.3 Warenangebot und Bestellvorgang
 - 5.4 Abwicklung und Logistik
 - 5.5 Inkasso- und Forderungsmanagement
6. Social Media Marketing im E-Commerce
 - 6.1 Crossmediale Vermarktung von Onlineshops
 - 6.2 Kundenbindung und Erzielung von Reichweite
 - 6.3 Konfliktmanagement in sozialen Netzwerken
 - 6.4 Social Media-Werbung und -Werbenetzwerke
7. Monitoring und Analyse
 - 7.1 Erfolgsmessung: Ziele, Methoden und Mittel
 - 7.2 Targeting und KPI-Definitionen
 - 7.3 Web Controlling
 - 7.4 Besucheranalyse

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Graf, A./Schneider, H. (2016): Das E-Commerce Buch. Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. Business. Technology. Society. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 3. Auflage, Springer, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

MWEC02-01

IT-Management

Modulcode: MWIT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. André Köhler (Management von IT-Projekten) / Prof. Dr. André Köhler (Management von IT-Services und IT-Architekturen)

Kurse im Modul

- Management von IT-Projekten (MWIT01)
- Management von IT-Services und IT-Architekturen (MWIT02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Management von IT-Projekten</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Management von IT-Services und IT-Architekturen</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Management von IT-Projekten

- Grundprinzipien und Aufgaben im IT-Projektmanagement
- SW-Lebenszyklus: Von Planung bis Ablösung
- Rollen, deren typische Aktivitäten sowie Schnittstellen zu anderen Rollen
- Phasen im SW-Prozess, sowie beteiligte Rollen, typische Aktivitäten
- Vorgehensmodelle bei der SW-Entwicklung
- Agile Management- und -Kommunikationstechniken

Management von IT-Services und IT-Architekturen

- Grundlagen IT-Service Management und Begriffsbildung
- IT Infrastructure Library (ITIL)
- IT-Outsourcing
- IT-Architekturmanagement
- IT-Anwendungsportfolio-Management
- Aufbauorganisation der IT- und Architektur-Governance

Qualifikationsziele des Moduls

Management von IT-Projekten

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Wissensstand über IT-Projektmanagement kritisch widerzuspiegeln.
- verschiedene IT-Projektmanagementformate (kleine, mittlere und große Projekte) aufzustellen und die Methoden zur professionellen Durchführung dieser verschiedenen IT-Projekte zu kennen.
- ein IT-Management-Angebots als Grundlage für ein professionelles IT-Projektmanagement-Konzept zu erstellen.
- verschiedene IT-Management-Projektpläne (z.B. Zeit-, Kosten-, Ressourcen- und Risikoplan) zu verstehen und zu integrieren und diese Pläne in einem integrativen IT-Projektplanungs- und Controllingsystem zu verwenden.
- ein IT-Projektteam und seine Kern- und/oder erweiterten Teammitglieder zu organisieren und anzuleiten.

Management von IT-Services und IT-Architekturen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundprinzipien von IT-Strategie, IT-Governance und IT-Architekturmanagement zu benennen, zu erläutern und voneinander abzugrenzen .
- die typischen Aktivitäten des IT-Architekturmanagements, deren Zusammenhänge und deren Abhängigkeiten zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- die Grundlagen und Herausforderungen des IT-Service Managements zu erläutern.
- die Motivation und den Aufbau der IT Infrastructure Library (ITIL) zu beschreiben, die Hauptelemente zu erläutern und konkrete Aktivitäten im Service Lifecycle zu verorten.
- die Aktivitäten der ITIL-Governance und ITIL-Operational-Prozesse zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

Management von IT-Projekten

Kurscode: MWIT01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ziel dieses Kurses ist es, die Teilnehmer mit den Konzepten des IT-Projektmanagements vertraut zu machen. Dies wird durch die Entwicklung eines Verständnisses der grundlegenden Prinzipien des Projektmanagements erreicht, das die Fähigkeit der Studenten verbessert, ihre Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen bei der Analyse und Lösung von IT-Projektmanagementproblemen anzuwenden. Ein besonderer Fokus liegt auf den Besonderheiten der IT-Projektorganisation, des Kostenmanagements und des Faktors Mensch in IT-Projekten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Wissensstand über IT-Projektmanagement kritisch widerzuspiegeln.
- verschiedene IT-Projektmanagementformate (kleine, mittlere und große Projekte) aufzustellen und die Methoden zur professionellen Durchführung dieser verschiedenen IT-Projekte zu kennen.
- ein IT-Management-Angebots als Grundlage für ein professionelles IT-Projektmanagement-Konzept zu erstellen.
- verschiedene IT-Management-Projektpläne (z.B. Zeit-, Kosten-, Ressourcen- und Risikoplan) zu verstehen und zu integrieren und diese Pläne in einem integrativen IT-Projektplanungs- und Controllingsystem zu verwenden.
- ein IT-Projektteam und seine Kern- und/oder erweiterten Teammitglieder zu organisieren und anzuleiten.

Kursinhalt

1. Einführung: Merkmale von IT-Projekten
 - 1.1 Definition von IT-Projekten
 - 1.2 Überblick über typische Rollen und Phasen von IT-Projekten
 - 1.3 Risiken und Herausforderungen von IT-Projekten
 - 1.4 Rolle eines IT-Projektmanagers

2. Organisation der Arbeit
 - 2.1 Projektstrukturplan, Arbeitspakete
 - 2.2 Priorisierung
 - 2.3 Zeitplanung, Meilensteine, Gantt-Diagramm
 - 2.4 Definition des Erledigten
3. Kostenschätzung und Controlling
 - 3.1 Herausforderungen der Kostenschätzung in IT-Projekten
 - 3.2 Schätzverfahren: 3-Punkte-Schätzung, doppelte blinde Expertenschätzung, Funktionspunkte
 - 3.3 Kostenkontrolle mit Hilfe der Fortschrittsanalyse
 - 3.4 Risikomanagement
4. Der menschliche Faktor
 - 4.1 Visionserhaltung
 - 4.2 Stakeholder-Management
 - 4.3 Konfliktmanagement
5. Organisation von kleinen und mittleren Projekten
 - 5.1 Rational Unified Process (RUP)
 - 5.2 Agile Software-Prozesse
 - 5.3 Scrum
 - 5.4 Plangetriebenes Projektmanagement in kleinen Projekten
6. Organisation von Großprojekten
 - 6.1 PMBOK Leitfaden
 - 6.2 Prinz2
 - 6.3 Multi-Projektmanagement
 - 6.4 Agile Softwareprozesse in Großprojekten
 - 6.5 Auswahl der geeigneten Projektmanagementmethode

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Balzert, H. (2011): Lehrbuch der Softwaretechnik: Entwurf, Implementierung, Installation und Betrieb. 3. Auflage, Spektrum, Heidelberg.
- Essigkrug, A./Mey, T. (2009): Rational Unified Process. 2. Auflage, Spektrum, Heidelberg, S. 16–23.
- Stellman, A./Greene, J. (2014): Learning Agile: Understanding Scrum, XP, Lean, and Kanban. O'Reilly Media.
- Ludewig, J./Lichter, H. (2013): Software Engineering: Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Sommerville, I. (2018): Software engineering. 10. Auflage, Pearson.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Management von IT-Services und IT-Architekturen

Kurscode: MWIT02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

IT-Servicemanagement ist ein Ansatz, die IT eines Unternehmens als Dienstleister und Unterstützer der betrieblichen und geschäftlichen Prozesse auszurichten und zu verstehen. Hierbei stehen Qualitätsmanagement und Handhabung des täglichen Betriebs im Vordergrund. Neben konkreten IT-Projekten, z. B. die Neuentwicklung eines IT-Systems oder die Einführung einer Standardsoftware, muss für die organisationsweite IT-Infrastruktur – also die Menge aller eingesetzter IT-Hardware und -Softwaresysteme – ein strategisches Management eingesetzt werden. Die Aufgabe des IT-Architekturmanagements ist die strategische Ausrichtung der IT-Infrastruktur an die Geschäfts- und IT-Strategie der Organisation. Dieser Kurs vermittelt typische Konzepte, Methoden, Vorgehensweisen und Modelle für die Aufgaben im Rahmen des IT-Architekturmanagements.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundprinzipien von IT-Strategie, IT-Governance und IT-Architekturmanagement zu benennen, zu erläutern und voneinander abzugrenzen .
- die typischen Aktivitäten des IT-Architekturmanagements, deren Zusammenhänge und deren Abhängigkeiten zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- die Grundlagen und Herausforderungen des IT-Service Managements zu erläutern.
- die Motivation und den Aufbau der IT Infrastructure Library (ITIL) zu beschreiben, die Hauptelemente zu erläutern und konkrete Aktivitäten im Service Lifecycle zu verorten.
- die Aktivitäten der ITIL-Governance und ITIL-Operational-Prozesse zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Begriffe zum IT-Servicemanagement
 - 1.1 IT-Dienstleistungen (auch: IT-Services, engl.: IT services)
 - 1.2 IT-Servicemanagement
2. IT Infrastructure Library (ITIL)
 - 2.1 Service Lifecycle und Prozessgruppen in ITIL
 - 2.2 Service Strategy
 - 2.3 Continual Service Improvement

3. ITIL – Service Design
 - 3.1 Service Level Management
 - 3.2 Service Catalog Management
 - 3.3 Availability Management
 - 3.4 Weitere Prozesse im Service Design
4. ITIL – Service Transition
 - 4.1 Transition Planning and Support
 - 4.2 Change Management
 - 4.3 Service Asset and Configuration Management (SACM)
 - 4.4 Weitere Prozesse in der Service Transition
5. ITIL – Service Operation
 - 5.1 Event Management
 - 5.2 Incident Management
 - 5.3 Problem Management
 - 5.4 Weitere Prozesse in der Service Operation
6. Grundlagen und Begriffe zum IT-Architekturmanagement
 - 6.1 IT-Unternehmensarchitektur
 - 6.2 Ziele von Enterprise Architecture Management
 - 6.3 Prozesse im Management von IT-Unternehmensarchitekturen
7. IT-Anwendungsportfoliomanagement
 - 7.1 Überblick über das IT-Anwendungsportfoliomanagement
 - 7.2 Anwendungshandbuch
 - 7.3 Portfolioanalyse
 - 7.4 Bebauungsplanung
8. Architektur-Governance
 - 8.1 Aufbauorganisation
 - 8.2 Entwicklung und Durchsetzung von Richtlinien
 - 8.3 Projektbegleitung

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Beims, M. (2014): IT-Service Management in der Praxis mit ITIL. 4. Auflage, Carl Hanser, München.
- Böttcher, R. (2013): IT-Service Management mit ITIL – 2011 Edition. Einführung, Zusammenfassung und Übersicht der elementaren Empfehlungen. Heise, dpunkt, Heidelberg.
- Keller, W. (2012): IT-Unternehmensarchitektur. Von der Geschäftsstrategie zur optimalen IT-Unterstützung. 2. Auflage, dpunkt, Heidelberg.
- Kleiner, F. (2013): IT Service Management. Aus der Praxis für die Praxis. Springer Vieweg, Heidelberg.
- Scholderer, R. (2016): Management von Service-Level-Agreements. Methodische Grundlagen und Praxislösungen mit COBIT, ISO 20000 und ITIL. 2. Auflage, dpunkt, Heidelberg.
- Ward, J./Peppard, J. (2002): Strategic Planning for Information Systems. 3. Auflage, Wiley, Hoboken, NJ.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWIT02

Health Care Management A

Modulcode: MWHC

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Melanie Görgmaier (Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes) /
Melanie Görgmaier (Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen)

Kurse im Modul

- Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes (MWHC01)
- Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen (MWHC02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes**

- Das Gesundheitswesen in D, A und der CH
- Gesundheits-, Sozial- und Wohlfahrtspolitik in Deutschland
- Die private Krankenversicherung
- Gesundheitsmanagement und Managed Care
- Betrug und Korruption im Gesundheitswesen
- Reformansätze

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

- Besonderheiten von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen als Arbeitgeber
- Besonderheiten der Beschäftigungsstruktur im Gesundheits- und Sozialwesen
- Interdisziplinarität des Personaleinsatzes
- Demografische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf das Personalmanagement
- Die Bedeutung von Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit
- Internationale Personalbeschaffung
- Die wachsende Bedeutung der Personalentwicklung

Qualifikationsziele des Moduls**Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements zu analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten zu können.
- die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einzuschätzen und nutzen zu können.
- die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter nachzuvollziehen.

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten des Personalmanagements im Gesundheits- und Sozialwesen zu kennen.
- die Kernaufgaben dieser besonderen Personalarbeit überblicken zu können und dadurch typische Handlungsfelder wie Personalplanung, Personaleinsatz, Personalmarketing und Personalentwicklung steuern zu können.
- aus der Analyse äußerer und innerer Rahmenbedingungen Entscheidungen für das Personalmanagement treffen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Gesundheitsmanagement auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Gesundheit

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

Kurscode: MWHC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ausgehend von einer Darstellung der verschiedenen Gesundheitssysteme werden die Spezifika des Gesundheitsmarktes vertiefend dargestellt. Der Schwerpunkt liegt hier bei den Versicherungssystemen der deutschsprachigen Länder. Die gegenwärtigen Prozesse im Zusammenspiel von Regulierung und Deregulierung des Gesundheitsmarktes, von Marktwirtschaft und Sicherstellungsbedürfnissen werden diskutiert. Wesentlichen Anteil wird die Darstellung des Widerspruchs zwischen wachsender Nachfrage, steigenden Möglichkeiten und limitierten Ressourcen im Gesundheitsmarkt, insbesondere im Bereich der Sozialversicherungssysteme, ausmachen. Daraus ableitend werden Lösungsansätze für eigenes wirtschaftliches Handeln und Managementstrategien entwickelt. Anbieter- und Nachfragerseite werden gleichberechtigt behandelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements zu analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten zu können.
- die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einzuschätzen und nutzen zu können.
- die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Entwicklung der Gesundheitsausgaben
 - 1.1 Ursachen steigender Gesundheitskosten
 - 1.2 Zwischenbilanz: Stellenwert von Gesundheit
2. Das Gesundheitswesen in Deutschland
 - 2.1 Strukturen und Akteure
 - 2.2 Versicherte und Leistungen
 - 2.3 Finanzierung
 - 2.4 Künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in Deutschland

3. Das Gesundheitswesen in Österreich
 - 3.1 Strukturen und Akteure
 - 3.2 Versicherte und Leistungen
 - 3.3 Finanzierung
 - 3.4 Künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in Österreich
4. Das Gesundheitswesen in der Schweiz
 - 4.1 Strukturen und Akteure
 - 4.2 Versicherte und Leistungen
 - 4.3 Finanzierung
 - 4.4 Historische und künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in der Schweiz
5. Gesundheits-, Sozial- und Wohlfahrtspolitik in Deutschland
 - 5.1 Allgemeines
 - 5.2 Freie Wohlfahrtspflege
6. Die private Krankenversicherung
 - 6.1 Allgemeines
 - 6.2 Versicherungsprinzipien
 - 6.3 Solidarität versus Kapitaldeckungsverfahren?
7. Gesundheitsmanagement und Managed Care
 - 7.1 Gesundheitsmanagement
 - 7.2 Aufgabenbereiche des Gesundheitsmanagements
 - 7.3 Managed Care
 - 7.4 Fördernde und hemmende Entwicklungen von Managed Care
8. Betrug und Korruption im Gesundheitswesen
 - 8.1 Daten und Fakten
 - 8.2 Erscheinungsformen und Täter
 - 8.3 Problem
 - 8.4 Folgen und Lösungsansätze
9. Reformansätze
 - 9.1 Bürgerversicherung und Prämienmodell
 - 9.2 Das Präventionsgesetz
 - 9.3 Pflege-Bahr

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Amelung, V. E. (2012): Managed Care. Neue Wege im Gesundheitsmanagement. 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Lehrberufe. 3. Auflage, Huber, Bern.
- Simon, M. (2013): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. 4. Auflage, Huber, Bern.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

Kurscode: MWHC02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Gesundheits- und Sozialeinrichtungen stehen infolge der gegenwärtigen gesellschaftlichen und ökonomischen Entwicklungen vor großen Herausforderungen. Das Personalmanagement nimmt hier eine ganz besondere Schlüsselfunktion ein, um diese Herausforderungen zu meistern und somit die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Dazu wird in diesem Kurs zunächst auf die Besonderheiten der Personalarbeit bzw. der Beschäftigungsstruktur im Gesundheits- und Sozialwesen eingegangen. Anschließend wird die Bedeutung interdisziplinärer Arbeitsprozesse erörtert sowie der Einfluss demografischer Veränderungsprozesse diskutiert. Des Weiteren wird dargelegt, wie man Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit steuern kann und warum beides unmittelbar miteinander in Zusammenhang steht. Abschließend wird dargelegt, welche aktuelle Rolle die Personalentwicklung in diesem besonderen Bereich einnimmt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten des Personalmanagements im Gesundheits- und Sozialwesen zu kennen.
- die Kernaufgaben dieser besonderen Personalarbeit überblicken zu können und dadurch typische Handlungsfelder wie Personalplanung, Personaleinsatz, Personalmarketing und Personalentwicklung steuern zu können.
- aus der Analyse äußerer und innerer Rahmenbedingungen Entscheidungen für das Personalmanagement treffen zu können.

Kursinhalt

1. Besonderheiten von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen als Arbeitgeber
 - 1.1 Grundlegende Arbeitsmarktbedingungen
 - 1.2 Besonderheiten aus dem Blickwinkel des Arbeitgebers
 - 1.3 Besonderheiten aus dem Blickwinkel des Arbeitnehmers
 - 1.4 Exkurs: Betriebliche Gesundheitsförderung

2. Besonderheiten der Beschäftigungsstruktur im Gesundheits- und Sozialwesen
 - 2.1 Motivation von Beschäftigten
 - 2.2 Honorar- und Zeitarbeit
 - 2.3 Feminisierung in Gesundheits- und Pflegeberufen
3. Interdisziplinarität des Personaleinsatzes
 - 3.1 Delegationsfähigkeit als Voraussetzung
 - 3.2 Delegation medizinischer Leistungen
 - 3.3 Delegation nicht-medizinischer Leistungen
4. Der Einfluss demografischer Entwicklungen auf das Personalmanagement
 - 4.1 Eckdaten zur demografischen Entwicklung
 - 4.2 Auswirkungen auf Gesundheits- und Sozialeinrichtungen
 - 4.3 Alters- und Generationenmanagement
5. Die Bedeutung von Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit
 - 5.1 Mitarbeiterzufriedenheit und die Bedeutung flexiblen Arbeitseinsatzes
 - 5.2 Patientenzufriedenheit und die Bedeutung individualisierter Medizin
 - 5.3 Zusammenhänge zwischen Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit
 - 5.4 Exkurs: Employer Branding
6. Internationale Personalbeschaffung
 - 6.1 Möglichkeiten der Steuerung und Überwachung von Migrationsaktivitäten
 - 6.2 Vor- und Nachteile von Migrationsbewegungen
 - 6.3 Rechtliche Herausforderungen für ausländische Arbeitskräfte in Deutschland
7. Die wachsende Bedeutung der Personalentwicklung
 - 7.1 Personalbedarfs- und Personaleinsatzplanung
 - 7.2 Personal- und Organisationsentwicklung

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Achterfeld, C. (2014). Aufgabenverteilung im Gesundheitswesen. Rechtliche Rahmenbedingungen der Delegation ärztlicher Leistungen. Springer Verlag.
- Esslinger, A.S./ Emmert, M./ Schöffski, O. (2010): Betriebliches Gesundheitsmanagement. Mit gesunden Mitarbeitern zu unternehmerischem Erfolg. Springer Gabler Verlag.
- Holtbrügge, D. (2018): Personalmanagement. 7., überarbeitete und erweiterte Auflage. Springer Gabler Verlag.
- Holz, M./ Da-Cruz, P. (Hrsg.) (2007): Demografischer Wandel in Unternehmen. Herausforderung für die strategische Personalplanung. Gabler, Wiesbaden.
- Naegeler, H. (2011): Personalmanagement im Krankenhaus. Grundlagen und Praxis. 2. Auflage, MWV, Berlin.
- Schafmeister, S. (2019): Personalmanagement im Gesundheitswesen. UVK Verlag, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Controlling Projekt

Modulcode: DLMCOPR

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Robert Christian Schmidt (Controlling Projekt)

Kurse im Modul

- Controlling Projekt (DLMCOPR01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Der inhaltliche Schwerpunkt des Moduls liegt auf den zentralen Themen des Controllings und somit der Planung, Kontrolle, Steuerung und der hierfür erforderlichen Ansätze, Instrumente und Methoden. Neben den klassischen Themen wie strategisches und operatives Controlling werden auch aktuelle Themen aufgegriffen. Dabei stehen die Vermittlung von fundiertem Wissen sowie die Anwendung auf Fragestellungen aus der Praxis im Rahmen eines Controlling-Projekts im Vordergrund.

Qualifikationsziele des Moduls**Controlling Projekt**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Funktionen und Aufgaben des Controllings zu benennen und in den Managementprozess einzuordnen.
- zentrale Anforderungen an Planungs- und Kontrollsysteme zu definieren und im konkreten Unternehmenskontext umzusetzen.
- Planung und Entscheidungsfindung in Unternehmen durch die Erarbeitung der erforderlichen Analysen zu unterstützen.
- die für typische Fragestellungen an das Controlling passenden Ansätze und Instrumente auszuwählen und anzuwenden.
- die relevanten Akteure zu benennen. Sie verfügen über methodische Ansätze, um controllingbezogene Prozesse und Aktivitäten zu koordinieren und zu steuern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Planung & Controlling

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Controlling Projekt

Kurscode: DLMCOPR01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden in diesem Kurs das erworbene Wissen im Bereich Controlling praktisch anwenden. Im Mittelpunkt steht dabei die Fragestellung, wie in einer konkreten Entscheidungs- bzw. Problemsituation mit dem bekannten Controllinginstrumentarium eine Lösung erarbeitet bzw. die Entscheidung verbessert werden kann. Die Studierenden erhalten damit das Wissen und hilfreiche Impulse, wie Controlling in der betrieblichen Praxis Anwendung finden und so die Unternehmensführung unterstützen kann. Im Rahmen von praktischen Fallbeispielen werden die Studierenden systematisch mit Aufgabenstellungen aus der Praxis konfrontiert und befähigt, eigenständige Lösungen zu erarbeiten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Funktionen und Aufgaben des Controllings zu benennen und in den Managementprozess einzuordnen.
- zentrale Anforderungen an Planungs- und Kontrollsysteme zu definieren und im konkreten Unternehmenskontext umzusetzen.
- Planung und Entscheidungsfindung in Unternehmen durch die Erarbeitung der erforderlichen Analysen zu unterstützen.
- die für typische Fragestellungen an das Controlling passenden Ansätze und Instrumente auszuwählen und anzuwenden.
- die relevanten Akteure zu benennen. Sie verfügen über methodische Ansätze, um controllingbezogene Prozesse und Aktivitäten zu koordinieren und zu steuern.

Kursinhalt

- In diesem Kurs werden die Studierenden in die Lage des Controllers versetzt, der konkrete Frage- und Aufgabenstellungen der Geschäftsleitung bearbeiten soll. Dafür gilt es zunächst, ein geeignetes Unternehmen (bspw. aus dem eigenen beruflichen Umfeld oder der Fachpresse) zu identifizieren und sich sodann – abgeleitet aus der spezifischen Aufgabenstellung – notwendige Informationen systematisch zu erarbeiten. Im Anschluss werden geeignete Methoden und Instrumente des Controllings ausgewählt und angewendet, um die entsprechende Fragestellung zu bearbeiten. Jeder Teilnehmer muss zu einem von ihm ausgewählten Thema ein Projekt durchführen und die Ergebnisse in einem Projektbericht schriftlich präsentieren. Mögliche Fragestellungen und Projekte beziehen sich u. a. auf die folgenden Bereiche:

- Planungs-, Kontroll- und Steuersystem
- Organisation des Controllings
- Planungsprozess
- Strategisches Controlling
- Operatives Controlling
- Kennzahlensysteme als Steuerungsinstrument
- Ausgewählte Schwerpunkt-Themen des Controlling

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Barkalov, I. (2013): Effiziente Unternehmensplanung. Weniger Aufwand, mehr Flexibilität, mehr Geschäftserfolg Unternehmensplanung und –steuerung. Von der Strategie zum Cashflow. Springer, Wiesbaden.
- Ehrmann, H. (2013): Unternehmensplanung. (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft), 6. Auflage, NWB Verlag, Herne.
- Fischer, T. M./Möller, K./Schultze, M. (2015): Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, 2. Auflage, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Graumann, M. (2014): Fallstudien zum Controlling. 4. Auflage, NWB Verlag Herne.
- Hammer, R. (2015), Unternehmensplanung. Planung und Führung. 9. Auflage, Walter de Gruyter GmbH, Berlin.
- Horvath, P. (2015): Controlling. 13. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Krupp, A.D. (2013): Unternehmensplanung und Kontrolle. Kompakt. BoD Books on Demand, Norderstedt
- Troßmann, E./Baumeister, A./Werkmeister, C. (2013): Fallstudien im Controlling. Lösungsstrategien für die Praxis. 3. Auflage, Vahlen, München.
- Weber, J./Schäfer, U. (2016): Einführung in das Controlling. 15. Auflage, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Projekt
-----------------------------------	---------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

DLMCOPR01

Business Intelligence

Modulcode: DLMIWBI

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ DLMIWBI01 	MA	10	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence I) / Dr. Peter Poensgen (Business Intelligence II)

Kurse im Modul

- Business Intelligence I (DLMIWBI01)
- Business Intelligence II (DLMIWBI02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Business Intelligence I</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie <u>Business Intelligence II</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Business Intelligence I**

- Motivation und Begriffsbildung
- Datenbereitstellung
- Data Warehouse
- Modellierung multidimensionaler Datenräume
- Analysesysteme
- Distribution und Zugriff
- Zukünftige Anwendungsgebiete von Business Intelligence

Business Intelligence II

Dieser Kurs dient der Vertiefung eines Themengebietes aus dem Bereich Business Intelligence.

Qualifikationsziele des Moduls**Business Intelligence I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.
- relevante Datentypen zu erläutern.
- Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.
- Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.
- geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.
- zukünftige Anwendungsgebiete von Business Intelligence zu erläutern.

Business Intelligence II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.
- ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
- sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

Business Intelligence I

Kurscode: DLMIWBI01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Bei Business Intelligence geht es um die Generierung von Informationen auf Basis von Betriebsdaten. Sie dient dazu, zielorientierte Managementpraktiken sowie die Optimierung relevanter Geschäftsaktivitäten zu ermöglichen. Dieser Kurs stellt Techniken, Methoden und Modelle für die Datenbereitstellung und die Erzeugung, Analyse und Verbreitung von Informationen vor und diskutiert sie.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Motivationen und Anwendungsfälle für Business Intelligence sowie die Grundlagen von Business Intelligence zu verstehen.
- relevante Datentypen zu erläutern.
- Techniken und Methoden zur Modellierung und Verbreitung von Daten zu kennen und sich zu verdeutlichen.
- Techniken und Methoden zur Erzeugung und Speicherung von Informationen zu erläutern.
- geeignete Business-Intelligence-Methoden für die gegebenen Anforderungen auszuwählen.
- zukünftige Anwendungsgebiete von Business Intelligence zu erläutern.

Kursinhalt

1. Motivation und Einführung
 - 1.1 Motivation und historische Entwicklung des Feldes
 - 1.2 Business Intelligence als Framework
2. Datenbereitstellung
 - 2.1 Operative und dispositive Systeme
 - 2.2 Das Data-Warehouse-Konzept
 - 2.3 Architekturvarianten
3. Data Warehouse
 - 3.1 Der ETL-Prozess
 - 3.2 DWH- und Data-Mart-Konzepte
 - 3.3 ODS und Metadaten

4. Modellierung multidimensionaler Datenräume
 - 4.1 Datenmodellierung
 - 4.2 OLAP-Würfel
 - 4.3 Physikalische Speicherkonzepte
 - 4.4 Sternenschema und Schneeflockenschema
 - 4.5 Historisierung
5. Analytische Systeme
 - 5.1 Freiform-Datenanalyse und OLAP
 - 5.2 Berichtssysteme
 - 5.3 Modellbasierte Analysesysteme
 - 5.4 Konzeptorientierte Systeme
6. Verteilung und Zugriff
 - 6.1 Informationsverteilung
 - 6.2 Informationszugang
7. Aktuelle und zukünftige Anwendungsfelder von Business Intelligence
 - 7.1 Mobile Business Intelligence
 - 7.2 Predictive and Prescriptive Analytics
 - 7.3 Künstliche Intelligenz
 - 7.4 Agile Business Intelligence

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Grossmann, W./Rinderle-Ma, S. (2015): Fundamentals of Business Intelligence. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Kimball, R. (2013): The data warehouse toolkit: The definitive guide to dimensional modeling. 3rd edition, Wiley, Indianapolis, IN.
- Linstedt, D. / Olschimke, M. (2015): Building a scalable data warehouse with Data Vault 2.0. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Provost, F. (2013): Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. O'Reilly, Sebastopol, CA.
- Sherman, R. (2014): Business intelligence guidebook: From data integration to analytics. Morgan Kaufmann, Waltham, MA.
- Turban, E. et al (2010): Business intelligence. A managerial approach. 2nd edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Business Intelligence II

Kurscode: DLMIWBI02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	DLMIWBI01

Beschreibung des Kurses

Unter Anwendung und Vertiefung der im Kurs „Business Intelligence (I)“ vermittelten Inhalte erstellen die Studierenden in diesem Kurs selbstständig eine Seminararbeit. Dementsprechend werden die Studierenden mit der Methodik der Erarbeitung einer Seminararbeit vertraut gemacht. Dabei wird auf die Bereiche Recherche, Methodik und Analyse im Besonderen eingegangen. Die Studierenden wählen in Abstimmung mit dem Seminarleiter ein konkretes Thema aus dem bereitgestellten Themenkatalog aus und bearbeiten es in Form einer 7-10-seitigen Seminararbeit (unter Beachtung der Vorgaben im Leitfaden für Seminararbeiten). Hierbei sollen die Studierenden auch mit dem Thema Literaturrecherche vertraut gemacht werden. Zwischenschritte in der Entwicklung der Seminararbeit werden online oder in den Tutorien diskutiert. Bei diesen Diskussionen sollte auf die Logik der Methodik und auf die Analyse besonders eingegangen werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Fragestellungen aus dem Bereich Business Intelligence zu bearbeiten.
- ein aktuelles Thema aus dem Bereich Business Intelligence selbstständig unter Verwendung der aktuellen und relevanten Literatur (Monografien und Fachzeitschriften) zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.
- sich methodisch auf die Erstellung der abschließenden Master-Arbeit vorzubereiten und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zur Erstellung einer Seminararbeit zu beherrschen.

Kursinhalt

- In diesem Kurs wird ein ausgewähltes Themengebiet aus dem Bereich Business Intelligence. Ein aktueller und in der Online-Plattform des Moduls bereitgestellter Themenkatalog bietet die inhaltliche Basis und kann vom Seminarleiter ergänzt bzw. aktualisiert werden.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bachmann, R./Kemper, G. (2011): Raus aus der BI-Falle. Wie Business Intelligence zum Erfolg wird. 2. Auflage, mitp, Frechen.
- Bauer, H./Günzel, H. (Hrsg.) (2008): Data Warehouse Systeme. Architektur, Entwicklung, Anwendung. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Engels, C. (2008): Basiswissen Business Intelligence. W3L, Dortmund.
- Kemper, H.-G./Baars, H./Mehanna, W. (2010): Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung. 3. Auflage, Vieweg+Teubner, Wiesbaden.
- Turban, E. et al. (2010): Business Intelligence. A Managerial Approach. 2. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Stock, S./Gansor, T./Totok, A. (2010): Von der Strategie zum Business Intelligence Competency Center (BICC). Konzeption – Betrieb – Praxis. Hanser, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Seminar
-----------------------------------	---------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Angewandte Organisationsentwicklung

Modulcode: DLMANOEW

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefanie Rödel (Change Management und Organisationsentwicklung) / Prof. Dr. Margit Sarsted (Organisationsentwicklung)

Kurse im Modul

- Change Management und Organisationsentwicklung (DLMCMO01)
- Organisationsentwicklung (DLMOEW01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Change Management und
Organisationsentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur,
90 Minuten

Organisationsentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur,
90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Change Management und Organisationsentwicklung

- Grundlagen von Change Management und Organisationsentwicklung
- Theoretische (Prozess- und Phasen-)Modelle von Change Management und Organisationsentwicklung
- Instrumente und Methoden von Change Management und Organisationsentwicklung
- Organisatorische Implementierung von Change Management und Organisationsentwicklung
- Erfolgskontrolle von Change Management und Organisationsentwicklung
- Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen
- Anwendungsbeispiele und Best Practice zu Change Management und Organisationsentwicklung

Organisationsentwicklung

- Grundlagen der Organisationsentwicklung
- Institutionenökonomische Ansätze der Organisationstheorie
- Die innerbetriebliche Organisation eines Unternehmens
- Die zwischenbetriebliche Organisation eines Unternehmens
- Ansätze der Organisationsentwicklung
- Techniken der Organisationsentwicklung
- Management und Umsetzung von Organisationsprojekten
- Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern

Qualifikationsziele des Moduls**Change Management und Organisationsentwicklung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung zu verstehen.
- alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen und wissen, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen zu erläutern.

Organisationsentwicklung

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Themengebiet Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die verschiedenen grundlegenden Begrifflichkeiten der Organisationsentwicklung zu differenzieren und diese anlassbezogen anzuwenden.
- die institutionenökonomischen Ansätze der Organisationstheorie anzuwenden, um Organisationsprobleme zu analysieren und zu lösen.
- alternative Optionen der Binnen- und Außenorganisation eines Unternehmens zu nutzen und diese anhand betriebswirtschaftlicher Kennzahlen im Hinblick auf ihre Effektivität und Effizienz zu bewerten.
- Ansätze und Techniken der Organisationsentwicklung zu bewerten und zu implementieren sowie diese auf konkrete Anwendungsbeispiele anzuwenden.
- die Besonderheiten des Managements und der Umsetzung von Organisationsprojekten zu analysieren und dafür Lösungen zu finden.
- die Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern darzustellen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Change Management und Organisationsentwicklung

Kurscode: DLMCM001

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmen – sowohl Großunternehmen als auch KMUs - sind vor dem Hintergrund der aktuellen Rahmenbedingungen ständig mit der Notwendigkeit konfrontiert, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und die Organisation bzw. Struktur entsprechend anzupassen und zu verändern. Diese Transformationsprozesse werden insbesondere von den Mitarbeitern eines Unternehmens häufig als schmerzlich empfunden: Unsicherheiten, Widerstände und Ängste entstehen. Mithilfe von Konzepten und Methoden zu Change Management und Organisationsentwicklung lassen sich diese negativen Konsequenzen aus Veränderungsprozessen mildern. Im Rahmen des Kurses gilt es, dieses Verständnis den Studierenden zu präsentieren und ihnen das notwendige „Handwerkszeug“ zur Umsetzung von Aktivitäten im Hinblick auf Change Management und Organisationsentwicklung zu vermitteln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Bereiche Change Management und Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- Ziele, Methoden und Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu erläutern.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Change Management und Organisationsentwicklung zu verstehen.
- alternative Instrumente von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen und wissen, wie sich Change Management und Organisationsentwicklung umsetzen lassen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Change Management und Organisationsentwicklung zu benennen.
- die Besonderheiten von Change Management und Organisationsentwicklung in internationalen Unternehmen zu erläutern.

Kursinhalt

1. Grundlagen von Change Management und Organisationsentwicklung
 - 1.1 Externe und interne Rahmenbedingungen
 - 1.2 Definition und Ziele von Changemanagement und Organisationsentwicklung
 - 1.3 Ursachen und Hemmnisse des Wandels in Organisationen

2. Theoretische Modelle der Organisationsentwicklung
 - 2.1 Klassische Organisationsansätze
 - 2.2 Moderne Organisationsansätze
 - 2.3 Aktuelle Themen der Organisationsstrukturen
3. Theoretische Modelle des Changemanagements
 - 3.1 Vier Typen des organisatorischen Wandels
 - 3.2 Phasenmodell zum Changemanagement nach Lewin
 - 3.3 Ursache-Wirkungs-Modell für Performance und Veränderung nach Burke/ Litwin
 - 3.4 Zwei psychologische Modelle zum organisationalen Wandel
4. Instrumente und Methoden
 - 4.1 Vorgehensweise zur Implementierung von Change
 - 4.2 Kommunikation von Change
 - 4.3 Weitere Instrumente zur Implementierung von Change
5. Organisatorische Implementierung
 - 5.1 Organisationale Barrieren und Widerstände
 - 5.2 Struktur und Verantwortlichkeiten
 - 5.3 Konfliktmanagement: Kommunikation in Transformationsprozessen
6. Erfolgskontrolle von Change Management und Organisationsentwicklung
 - 6.1 Kennzahlen und KPIs
 - 6.2 Expansion und Kontraktion im Changemanagement / Kennzahlen im St. Galler Management-Modell nach Bleicher
 - 6.3 Weitere Themen bei der Erfolgskontrolle
7. Besonderheiten in internationalen Unternehmen
 - 7.1 Kulturelle Dimensionen nach Hofstede
 - 7.2 Kommunikation in internationalen Changeprojekten

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bücher:
 - Bea, F. X./Göbel, E. (2010): Organisation. Theorie und Gestaltung. 4. Auflage, UTB, Stuttgart.
 - Dessler, G. (2013): Human Resource Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Boston et al.
 - Frese, E./Graumann, M./Theuvsen, L. (2012): Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung. 10. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
 - Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (Hrsg.) (2013): Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte, Band 2. Springer VS, Wiesbaden.
 - Kesler, G./Kates, A. (2011): Leading Organization Design. How to Make Organization Design Decisions to Drive the Results You Want. Jossey-Bass, San Francisco (CA).
 - Kotter, J. P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München.
 - Kotter, J./Rathgeber, H. (2006): Das Pinguin-Prinzip. Wie Veränderung zum Erfolg führt. Droemer, München.
 - Mohr, N. et al. (Hrsg.) (2010): Herausforderung Transformation. Springer, Berlin/Heidelberg.
 - Rohm, A. (Hrsg.) (2012): Change-Tools. Erfahrene Prozessberater präsentieren wirksame Workshop-Interventionen. 5. Auflage, managerSeminare, Bonn.
 - Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2014): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 4. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.
 - Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
 - Vahs, D. (2015): Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 8. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Aufsätze:
 - Braun, G./Höhmann, I. (2012): Die Ausnahmen und die Regel. In: Harvard Business Manager, Heft 12/2012, S. 38–43.
 - Kotter, J. P. (2007): Leading Change. Why Transformation Efforts Fail. In: Harvard Business Review, Heft 01/2007, S. 92–107.
 - Kotter, J. P. (2012): Die Kraft der zwei Systeme. In: Harvard Business Manager, Heft 12/2012, S. 22–36.
- Handwörterbücher:
 - Gaugler, E./Oechsler, W. A./Weber, W. (Hrsg.) (2004): Handwörterbuch des Personalwesens. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 - Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (Hrsg.) (1995): Handwörterbuch der Führung. 2. Auflage, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Organisationsentwicklung

Kurscode: DLMOEW01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Unternehmen – sowohl Großunternehmen als auch KMUs – können nur dann funktionieren, wenn Sie den Bedürfnissen des Marktes entsprechend organisiert und konfiguriert werden. Da sich diese Rahmenbedingungen des Marktes kontinuierlich verändern, entsteht eine ständige Notwendigkeit der Anpassung und Neugestaltung von Organisationsstrukturen nach innen und außen. Mit Hilfe von Konzepten, Methoden, Ansätzen und Techniken der Organisationsentwicklung lässt sich diese Aufgabe bewältigen. Von großer Bedeutung ist dabei auch die Frage nach dem Management und der Umsetzung von Organisationsprojekten. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug für eine optimierte Organisationsentwicklung zu vermitteln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Themengebiet Organisationsentwicklung in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die verschiedenen grundlegenden Begrifflichkeiten der Organisationsentwicklung zu differenzieren und diese anlassbezogen anzuwenden.
- die institutionenökonomischen Ansätze der Organisationstheorie anzuwenden, um Organisationsprobleme zu analysieren und zu lösen.
- alternative Optionen der Binnen- und Außenorganisation eines Unternehmens zu nutzen und diese anhand betriebswirtschaftlicher Kennzahlen im Hinblick auf ihre Effektivität und Effizienz zu bewerten.
- Ansätze und Techniken der Organisationsentwicklung zu bewerten und zu implementieren sowie diese auf konkrete Anwendungsbeispiele anzuwenden.
- die Besonderheiten des Managements und der Umsetzung von Organisationsprojekten zu analysieren und dafür Lösungen zu finden.
- die Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern darzustellen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Organisationsentwicklung
 - 1.1 Der Begriff der Organisation
 - 1.2 Ziele und Management von Organisationen
 - 1.3 Definitionen und Funktionen der Organisationsentwicklung
 - 1.4 Überblick über die organisationstheoretischen Grundlagen
 - 1.5 Organisationsentwicklung als geplanter Wandel
2. Institutionenökonomische Ansätze der Organisationstheorie
 - 2.1 Property-Rights-Theorie
 - 2.2 Transaktionskostentheorie
 - 2.3 Principal-Agent-Theorie
3. Die innerbetriebliche Organisation eines Unternehmens
 - 3.1 Organisatorische Differenzierung: Aufgabenanalyse und -synthese
 - 3.2 Organisatorische Integration
 - 3.3 Formen der Primärorganisation
 - 3.4 Formen der Sekundärorganisation
 - 3.5 Prozessorientierte Organisationsgestaltung
 - 3.6 Unternehmensverfassung und Corporate Governance
4. Die zwischenbetriebliche Organisation eines Unternehmens
 - 4.1 Intensitätsstufen, Formen und rechtliche Aspekte der zwischenbetrieblichen Kooperation
 - 4.2 Marktmacht- und effizienzorientierte zwischenbetriebliche Kooperationsformen und Entwicklungsphasen der Kooperation
5. Ansätze der Organisationsentwicklung
 - 5.1 Lean Management
 - 5.2 Business Process Reengineering
 - 5.3 Outsourcing
 - 5.4 Shared Service Center (SSC)
 - 5.5 Virtuelle Organisation
 - 5.6 Lernende Organisation
 - 5.7 Agile Organisation

6. Techniken der Organisationsentwicklung
 - 6.1 Techniken der Informationsgewinnung
 - 6.2 Techniken der Situationsanalyse
 - 6.3 Techniken der Zielbildung
 - 6.4 Techniken der Alternativensuche und -bewertung
 - 6.5 Techniken der Dokumentation

7. Management und Umsetzung von Organisationsprojekten
 - 7.1 Projektmanagement und Projektorganisation
 - 7.2 Phasen der Organisationsentwicklung
 - 7.3 Realisierung von Organisationsprojekten

8. Aufgaben und Kompetenzen von Organisationsentwicklern
 - 8.1 Aufgabenfelder und Tätigkeiten von Organisationsentwicklern
 - 8.2 Handlungskompetenzen von Organisationsentwicklern
 - 8.3 Organisatorische Verankerung von Organisationsentwicklern

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bea, F. X./Göbel, E. (2010): Organisation. Theorie und Gestaltung 4. Auflage, Stuttgart.
- Dessler, G. (2013): Human Resource Management, 13. Auflage, Boston u.a.
- Frese, E./Graumann, M./Theuvsen, L. (2012): Grundlagen der Organisation. Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung, 10. Auflage.
- Grossmann, R./Mayer, K./Prammer, K. (2013): Organisationsentwicklung konkret. 11 Fallbeispiele für betriebliche Veränderungsprojekte, Band 2, Wiesbaden.
- Jahns, C. (2003): Organisationsentwicklung. St. Gallen.
- Kesler, G./Kates, A. (2011): Leading Organization Design. How to Make Organization Design Decisions to Drive the Results You Want.
- Kieser, A./Walgenbach, P. (2010): Organisation. 6. Auflage, Stuttgart.
- Lang, M./Bartel, D. (Hrsg.) (2015): Agiles Management. Innovative Methoden und Best Practices. Düsseldorf.
- Mohr, N. et al. (Hrsg.) (2010): Herausforderung Transformation. Berlin/Heidelberg.
- Oehlich, M. (2016): Organisation. Organisationsgestaltung, Principal-Agent-Theorie und Wandel von Organisationen. München.
- Picot, A. et al. (2015): Organisation. Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht. 7. Auflage, Stuttgart.
- Schiersmann, C./Thiel, H.-U. (2014): Organisationsentwicklung. Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen. 4. Auflage, Wiesbaden.
- Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. Wiesbaden.
- Schulte-Zurhausen, M. (2014): Organisation. 6. Auflage, München.
- Vahs, D. (2015): Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch. 9. Auflage, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Personalcontrolling

Modulcode: DLMCOWPC

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	keine	MA	5	300 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Michaela Moser (Human Resource Management I) / Prof. Dr. Michaela Moser (Compensation und Personalcontrolling)

Kurse im Modul

- Human Resource Management I (MWPM01-01)
- Compensation und Personalcontrolling (DLMCUP01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Human Resource Management I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten
- Studienformat "Kombistudium": Klausur, 90 Minuten

Compensation und Personalcontrolling

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Human Resource Management I

- HR-Strategie
- Strategisches und operatives Personalmanagement
- Personalplanung
- Personalanpassung
- Beurteilung, Entlohnung und Entwicklung von Personal

Compensation und Personalcontrolling

- Compensation and Benefits
- Rechtliche Aspekte der Vergütung
- Grundformen fixer und variabler Vergütungsmodelle
- Grundformen flexibler und individueller Zusatzleistungen
- Grundlagen des Personalcontrollings
- Personalcontrolling in der Praxis

Qualifikationsziele des Moduls**Human Resource Management I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das DGFP-Referenzmodell eines professionellen Personalmanagements zu erläutern.
- die Herausforderungen des strategischen Personalmanagements einzuschätzen.
- Grundfragen und Teilbereiche der Personalplanung zu erklären.
- Personalanpassung mit den Unterfällen Personalbeschaffung, -auswahl und -freisetzung zu erläutern.
- die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings zu erklären.
- Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung nachzuvollziehen.

Compensation und Personalcontrolling

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Compensation und Personalcontrolling in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die Ziele, Methoden und Instrumente von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Compensation und Personalcontrolling zu erfassen.
- alternative Möglichkeiten der Organisation von Compensation und Personalcontrolling zu benennen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die Besonderheiten von internationalen Vergütungsmodellen und Personalcontrolling in internationalen Unternehmen zu benennen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Human Resources und Planung & Controlling auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus den Bereichen Human Resources und Wirtschaft & Management

Human Resource Management I

Kurscode: MWPM01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Personal ist zu einem wesentlichen strategischen Erfolgsfaktor aller Unternehmen geworden. Der Studienschwerpunkt Human Resource Management erlaubt eine Vertiefung der betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in diesem für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens entscheidenden Bereich. In diesem Kurs werden Herausforderungen des modernen Personalmanagements in den Bereichen Personalstrategie, Personalplanung, Personalanpassung, Personalbeurteilung, Vergütung sowie Personalentwicklung vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das DGFP-Referenzmodell eines professionellen Personalmanagements zu erläutern.
- die Herausforderungen des strategischen Personalmanagements einzuschätzen.
- Grundfragen und Teilbereiche der Personalplanung zu erklären.
- Personalanpassung mit den Unterfällen Personalbeschaffung, -auswahl und -freisetzung zu erläutern.
- die Bedeutung des Employer Brandings und des Personalmarketings zu erklären.
- Anlässe und Verfahren der Personalbeurteilung, Vergütungsfragen sowie Gegenstand und Prozess der Personalentwicklung nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Personalmanagement und Human Resource Management
 - 1.1 Abgrenzung der verwendeten Begriffe
 - 1.2 Einflussfaktoren und Perspektiven des HRM
 - 1.3 Entwicklungslinien des HRM
2. Strategisches Personalmanagement
 - 2.1 Strategische Aspekte des HRM
 - 2.2 Theoriemodelle des strategischen HRM
 - 2.3 Strategisches HRM in der Unternehmenspraxis

3. Personalplanung
 - 3.1 Grundfragen der Personalplanung
 - 3.2 Personalbedarfsplanung
 - 3.3 Personaleinsatzplanung
 - 3.4 Personalkostenplanung
4. Personalanpassung
 - 4.1 Personalbeschaffung
 - 4.2 Personalauswahl
 - 4.3 Personalfreisetzung
5. Beurteilung, Entlohnung und Entwicklung von Personal
 - 5.1 Personalbeurteilung
 - 5.2 Anreiz und Vergütung
 - 5.3 Personalentwicklung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berthel, J./Becker, F. G. (2017): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 11. Auflage, Schäffer Poeschel, Stuttgart.
- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M. (2016): Arbeitsrecht. 19. Auflage, Kohlhammer, Stuttgart.
- Festing, M. et al. (2011): Internationales Personalmanagement. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Holtbrügge, D. (2015): Personalmanagement. 6. Auflage, Springer Gabler, Berlin/Heidelberg.
- Kanning, U. P. (2017): Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung. Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Scholz, C. (2014): Grundzüge des Personalmanagements. 2. Auflage, Vahlen, München.
- Stock-Homburg, R. (2013): Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente. 3. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Stock-Homburg, R. (Hrsg.) (2013): Handbuch Strategisches Personalmanagement. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Trost, A. (2010): Employer Branding. Arbeitgeber positionieren und präsentieren. Luchterhand, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Vorlesung
------------------------------------	-----------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Compensation und Personalcontrolling

Kurscode: DLMCUP01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Vergütungs- bzw. Entgeltmodelle für sämtliche Zielgruppen im Unternehmen sind ein wichtiges Instrument der Mitarbeitermotivation und -bindung. Sie dienen aber in Zeiten des Fach- und Führungskräftemangels auch schon zur Anwerbung von potenziellen Mitarbeitern. Zahlreiche Optionen der Ausgestaltung und Organisation stehen hierbei zur Verfügung, sodass die Implementierung eine professionelle Unterstützung im Personalmanagement benötigt. Das Personalcontrolling ist eng mit dem Thema der Vergütungsmodelle verbunden. So geht es hier auch schwerpunktmäßig um Budgets und Personalkosten. Die zunehmende Ökonomisierung und der zunehmende Kostendruck nicht zuletzt durch internationale Konkurrenz und einen verschärften Wettbewerb, zwingen Unternehmen dazu, sämtliche Aktivitäten des Personalmanagements durch ein effektives und effizientes Personalcontrolling zu begleiten und zu steuern. Dieses Verständnis gilt es den Studierenden im Rahmen des Kurses zu präsentieren und ihnen das notwendige Handwerkszeug zur Umsetzung von Vergütungsmodellen und Personalcontrolling-Aktivitäten zu vermitteln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bereiche Compensation und Personalcontrolling in den Gesamtkontext des Personalmanagements einzuordnen.
- die Ziele, Methoden und Instrumente von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die aktuellen Besonderheiten und den Wandel von Compensation und Personalcontrolling zu erfassen.
- alternative Möglichkeiten der Organisation von Compensation und Personalcontrolling zu benennen.
- die Instrumente und Probleme der Erfolgsmessung von Compensation und Personalcontrolling zu beschreiben.
- die Besonderheiten von internationalen Vergütungsmodellen und Personalcontrolling in internationalen Unternehmen zu benennen.

Kursinhalt

1. Compensation and Benefits
 - 1.1 Definitionen, Abgrenzungen und Einordnungen
 - 1.2 Strategische Aspekte von Compensation and Benefits (C&B)
 - 1.3 Ansätze und Organisation von Compensation and Benefits (C&B)
2. Rechtliche Aspekte der Vergütung
 - 2.1 Individualarbeitsrecht
 - 2.2 Kollektivarbeitsrecht
 - 2.3 Die Sicherung des Arbeitsentgelts
3. Grundformen fixer und variabler Vergütungsmodelle
 - 3.1 Anforderungsabhängige Vergütung
 - 3.2 Leistungsabhängige Vergütung
 - 3.3 Vergütung von Führungskräften
4. Grundformen flexibler und individueller Zusatzleistungen
 - 4.1 Zielvereinbarung
 - 4.2 Bestandteile der Zusatzvergütung
 - 4.3 Betriebliche Altersversorgung
 - 4.4 Weiterentwicklung: Cafeteria-System und immaterielle Anreize
5. Grundlagen des Personalcontrollings
 - 5.1 Einordnung des Personalcontrollings in die Controlling-Systematik
 - 5.2 Ebenen des Personalcontrollings
 - 5.3 Grenzen des Personalcontrollings
6. Personalcontrolling in der Praxis
 - 6.1 Kennzahlen und Kennzahlensysteme
 - 6.2 Strategisches Personalcontrolling
 - 6.3 Operatives Personalcontrolling
 - 6.4 Grundmodelle organisatorischer Einbindung des Personalcontrollings

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bücher:
 - Armstrong, M./Taylor, S. (2014): Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice. 13. Auflage, Kogan Page, London et al.
 - Berthel, J./Becker, F. G. (2010): Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 - Dessler, G. (2013): Human Resource Management. 13. Auflage, Prentice Hall, Boston et al.
 - DGFP e. V. (Hrsg.) (2009): Personalcontrolling für die Praxis. Konzept – Kennzahlen – Unternehmensbeispiele. Bertelsmann, Bielefeld.
 - Dilcher, B./Emminghaus, C. (Hrsg.) (2010): Leistungsorientierte Vergütung. Herausforderung für die Organisations- und Personalentwicklung. Umsetzung und Wirkung von Leistungsentgeltsystemen in der betrieblichen Praxis. Springer Gabler, Wiesbaden.
 - Eyer, E./Hausmann, T. (2011): Zielvereinbarung und variable Vergütung. Ein praktischer Leitfaden – nicht nur für Führungskräfte. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
 - Hafner, R./Polanski, A. (2009): Kennzahlen-Handbuch für das Personalwesen. Praxium, Zürich.
 - Horváth, P. (2011): Controlling. 12. Auflage, Vahlen, München.
 - Hummel, T. R. (2001): Erfolgreiches Bildungscontrolling. Praxis und Perspektiven. 2. Auflage, Sauer-Verlag, Heidelberg.
 - Klein, A. (2012): Controlling-Instrumente für modernes Human Resource Management. Haufe, Freiburg et al.
 - Schmeisser, W./Sobierajczyk, P./Zinn, A. (2014): Personalcontrolling. UTB, Konstanz et al.
 - Schneider, H. J./Fritz, S./Beyer, H. (2013): Erfolgs- und Kapitalbeteiligung. Vom Mitarbeiter zum Mitunternehmer. 7. Auflage, Symposion, Düsseldorf.
 - Scholz, C./Stein, V./Bechtel, R. (2005): Human Capital Management. Wege aus der Unverbindlichkeit. 2. Auflage, Luchterhand, Köln.
 - Wucknitz, U. D. (2009): Handbuch Personalbewertung. Messgrößen, Anwendungsfelder, Fallstudien für das Human Capital Management. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 - Wunderer, R./Jaritz, A. (2007): Unternehmerisches Personalcontrolling. Evaluation der Wertschöpfung für das Personalmanagement. 4. Auflage, Luchterhand, Köln.
 - Zdwomyslaw, N. (Hrsg.) (2007): Personalcontrolling. Der Mensch im Mittelpunkt. Erfahrungsberichte, Funktionen und Instrumente. Deutscher Betriebswirte-Verlag, Gernsbach.
- Handwörterbücher:
 - Gaugler, E./Oechsler, W. A./Weber, W. (Hrsg.) (2004): Handwörterbuch des Personalwesens. 3. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 - Kieser, A./Reber, G./Wunderer, R. (Hrsg.) (1995): Handwörterbuch der Führung. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

DLMCUP01

Immobilienwirtschaft

Modulcode: MWIM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sigrid Schaefer (Immobilieninvestition und -finanzierung) / Prof. Dr. Sigrid Schäfer (Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement)

Kurse im Modul

- Immobilieninvestition und -finanzierung (MWIM01)
- Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement (MWIM02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Immobilieninvestition und -finanzierung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Immobiliencontrolling und -
portfoliomanagement

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Immobilieninvestition und -finanzierung**

- Immobilien und Immobilienmärkte
- Immobilienspezifische Wirtschaftlichkeitsanalyse und Investitionsrechnung
- Wertermittlung von Immobilien
- Finanzierung von Immobilien und Projekten
- Immobilienanlageprodukte

Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement

- Grundlagen des Immobiliencontrollings
- Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
- Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument
- Ganzheitliches Portfoliomanagement

Qualifikationsziele des Moduls**Immobilieninvestition und -finanzierung**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Immobilienbranche zu verstehen.
- die unterschiedlichen Immobilienmärkte zu überblicken.
- Verfahren der Wirtschaftlichkeitsanalyse auf Immobilien zu übertragen.
- die verschiedenen Modelle und Methoden der Wertermittlung zu erläutern und diese anzuwenden.
- die Gestaltung verschiedener Immobilienanlageprodukte zu erläutern.
- die Arten der Immobilienfinanzierung aus Sicht von Projektentwickler, Investoren und Banken zu benennen.

Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Modelle und Ansätze des Immobiliencontrollings zu kategorisieren.
- die Instrumente der Planung und Prognose einzuordnen und situationsadäquat anzuwenden.
- Kennzahlensysteme zu strukturieren.
- Kennzahlen im Rahmen der ganzheitlichen Steuerung von Immobilienportfolios entscheidungsbezogen zu nutzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen im Bereich Immobilien auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Immobilieninvestition und -finanzierung

Kurscode: MWIM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Immobiliensektor hat traditionell eine hohe volkswirtschaftliche Bedeutung. Berufe wie die des Maklers und des Hausverwalters unterliegen bisher einer nur eingeschränkten Regulierung. Gleichzeitig hat sich der Immobiliensektor wesentlich professionalisiert und Akteure müssen heute über ein fundiertes rechtliches, finanzwissenschaftliches und betriebswirtschaftliches Fachwissen verfügen, um am Markt bestehen zu können. Zudem ist der Markt von professionellen Immobilieninvestoren und Projektentwicklern dadurch geprägt, dass hohe Investitions- und Finanzierungsbeträge nötig sind in einem Umfeld, das durch besondere Risiken geprägt ist. Der Kurs Immobilieninvestition und -finanzierung führt umfassend in den Themenbereich immobilienwirtschaftlicher Investitionen einschließlich deren Bewertung und Finanzierung ein. Die Studierenden werden an die Grundlagen des Fachbereiches herangeführt. Zunächst werden einführend die Besonderheiten der Immobilienbranche charakterisiert, wobei die unterschiedlichen Immobilienarten und -märkte besprochen werden. Dann geht der Kurs auf die wesentlichen rechtlichen Grundlagen der Wirtschaftlichkeitsanalyse ein, welche wiederum auch Grundlage der Immobilienbewertung im Sinne der Marktwertentwicklung ist. Schließlich vermittelt der Kurs die Gestaltungsmöglichkeiten für ganzheitliche Immobilienanlageprodukte. Nach Durcharbeit dieses Kurses wissen die Studierenden somit um die Besonderheiten der Immobilienmärkte und verfügen über vertiefte Kenntnisse der Immobilienanalyse und -bewertung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten der Immobilienbranche zu verstehen.
- die unterschiedlichen Immobilienmärkte zu überblicken.
- Verfahren der Wirtschaftlichkeitsanalyse auf Immobilien zu übertragen.
- die verschiedenen Modelle und Methoden der Wertermittlung zu erläutern und diese anzuwenden.
- die Gestaltung verschiedener Immobilienanlageprodukte zu erläutern.
- die Arten der Immobilienfinanzierung aus Sicht von Projektentwickler, Investoren und Banken zu benennen.

Kursinhalt

1. Standort- und Marktanalyse
 - 1.1 Grundsätzliche Aufgaben der Standort- und Marktanalyse
 - 1.2 Untersuchungsbereiche der Standortanalyse
 - 1.3 Untersuchungsbereiche der Marktanalyse
2. Immobilienspezifische Wirtschaftlichkeitsanalyse und Investitionsrechnung
 - 2.1 Grundlagen der Wirtschaftlichkeitsanalyse
 - 2.2 Statische Kosten- und Gewinnvergleichsrechnung
 - 2.3 Statische Renditevergleichsrechnung
 - 2.4 Barwertprinzip als Grundlage dynamischer Methoden
 - 2.5 Absolute Bewertung mittels Discounted Cash Flow (DCF) und Kapitalwert
 - 2.6 Relative Bewertung mittels Internem Zinsfuß
3. Wertermittlung von Immobilien
 - 3.1 Anlässe, Begriffe, Rechtsgrundlagen
 - 3.2 Vergleichswertverfahren
 - 3.3 Sachwertverfahren
 - 3.4 Ertragswertverfahren
4. Finanzierung von Immobilien und Projekten
 - 4.1 Bedarf und Kriterien der Immobilienfinanzierung
 - 4.2 Grundsätzliche Quellen der Immobilienfinanzierung
 - 4.3 Klassische Darlehensfinanzierung
 - 4.4 Mezzanines Kapital
 - 4.5 Komplexe Finanzierungsvarianten im institutionellen Immobiliengeschäft
5. Immobilienanlageprodukte
 - 5.1 Anlageprodukte als Erweiterung der Immobiliendirektanlage
 - 5.2 Geschlossene Immobilienfonds
 - 5.3 Offene Immobilienfonds
 - 5.4 Immobilien-Aktiengesellschaften

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Gesetzestexte: (u. a.) Wohnungseigentumsgesetz, Bürgerliches Gesetzbuch, BauGB, Landesbauordnungen, ImmoWerV, WertR, PfandbriefG.
- Kleiber, W. (2010): Verkehrswertermittlung von Grundstücken. 6. Auflage, Bundesanzeiger Verlag, Berlin.
- Rottke, N./Thomas, M. (Hrsg.) (2011): Immobilienwirtschaftslehre, Band 1. Management. IMV, Köln.
- Schmoll, F. (2008) Basiswissen Immobilienwirtschaft. 2. Auflage, Grundeigentum Verlag, Berlin.
- Schulte, K.-W. (2008): Immobilienökonomie, Band 1. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 4. Auflage, Oldenbourg, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement

Kurscode: MWIM02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Immobiliensektor hat traditionell eine hohe volkswirtschaftliche Bedeutung. Bei Immobiliengeschäften geht es meistens um hohe finanzielle Beträge, was moderne Immobilienmanagement-Methoden und Managementansätzen sowie eine fundierte Wertermittlung erfordert. Zudem wird Fachexpertise moderner Analysemethoden benötigt, um Märkte und Standorte einschätzen und darauf aufbauend Investitionsentscheidungen treffen zu können. Der Kurs Immobiliencontrolling und -portfoliomanagement vertieft die Fragen der wirtschaftlichen, ergebnisorientierten Steuerung von Immobilienportfolios mittels analytischer Techniken des Immobiliencontrollings und -portfoliomanagements. Dazu werden grundlegende Tools wie Kennzahlen und Kennzahlensysteme besprochen. Diese werden weitergehend mit Techniken der Planung und Prognose verknüpft. Als Instrumente der ganzheitlichen Steuerung werden schließlich Balanced Scorecards und Portfoliomanagementtechniken vorgestellt. Nach Durcharbeit dieses Kurses können die Studierenden auf der Grundlage verschiedener theoretischer Ansätze die unterschiedlichen Steuerungsinstrumente im Immobilienmanagement einschätzen und anwenden. Außerdem werden sie befähigt, das Management von Transaktionen zu planen und umzusetzen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Modelle und Ansätze des Immobiliencontrollings zu kategorisieren.
- die Instrumente der Planung und Prognose einzuordnen und situationsadäquat anzuwenden.
- Kennzahlensysteme zu strukturieren.
- Kennzahlen im Rahmen der ganzheitlichen Steuerung von Immobilienportfolios entscheidungsbezogen zu nutzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Immobiliencontrollings
 - 1.1 Management- und Informationsdefizite als Ausgangsbasis des Immobiliencontrollings
 - 1.2 Allgemeine Aufgaben des Controllings
 - 1.3 Ableitung eines branchenspezifischen Immobiliencontrollings
 - 1.4 Instrumente des Immobiliencontrollings
 - 1.5 Wirtschaftlichkeit des Immobiliencontrollings durch Nutzung geeigneter Schnittstellen

2. Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
 - 2.1 Kennzahlen als Analysewerkzeug
 - 2.2 Von Kennzahlen zu Kennzahlensystemen
 - 2.3 Multidimensionale Kennzahlensysteme im Immobiliencontrolling
 - 2.4 Standardreports direkt aus dem Kennzahlensystem
3. Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument
 - 3.1 Grundkonzept einer „Ausbalancierten Kennzahlentafel“
 - 3.2 Ableitung von Balanced Scorecards für Immobilien
 - 3.3 Beispiel: Balanced Scorecard für ein vermietetes Mehrfamilienhaus
4. Ganzheitliches Portfoliomanagement
 - 4.1 Rendite-Risiko-Kombinationen im Modell der Portfolio Selection nach Markowitz
 - 4.2 Ermittlung des Diversifikationseffekts
 - 4.3 Interpretation der Effizienzkurve
 - 4.4 Auswahl eines effizienten Immobilienportfolios
 - 4.5 Praxisbezogene Umsetzung eines effizienten Immobilienportfolios

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Metzner, S. (2001): Immobiliencontrolling. Strategische Analyse und Steuerung von Immobilienergebnissen auf Basis von Informationssystemen. Books on Demand, Norderstedt.
- Metzner, S. (2013): Immobilienökonomische Methoden zur Entscheidungsunterstützung und Planung. Mosenstein und Vannerdat, Münster.
- Rottke, N./Thomas, M. (Hrsg.) (2011): Immobilienwirtschaftslehre, Band 1. Management. IMV, Köln.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWIM02

Supply Chain Management

Modulcode: MWCH

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Sebastian Stütz (Globales Supply Chain Management) / Prof. Dr. Sebastian Stütz (Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain)

Kurse im Modul

- Globales Supply Chain Management (MWCH01)
- Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain (MWCH02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Globales Supply Chain Management

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Globales Supply Chain Management

- Wertschöpfungsnetzwerke – Motive, Typologien, Ziele
- Stoßrichtungen von SCM-Strategien

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

- SCM-Instrumente
- Controlling-Systeme in Wertschöpfungsnetzwerken
- Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken

Qualifikationsziele des Moduls

Globales Supply Chain Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Transport & Logistik auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Transport & Logistik

Globales Supply Chain Management

Kurscode: MWCH01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ein problemadäquates Verständnis global agierender Wertschöpfungsnetzwerke setzt die Kenntnis über deren Entstehungsmotive und Ziele voraus. Ferner erscheint es angesichts der dazu ersichtlichen Vielfalt überaus nützlich, diese in bestimmten Typologien zu systematisieren. Auf der Grundlage solcher Systematisierungen ist es dann möglich, das Spektrum von strategisch relevanten Fragestellungen und Gestaltungsoptionen im Bereich des SCM in differenzierter Form zu systematisieren. Außerdem wird damit auch die Möglichkeit geschaffen, die in diesem Zusammenhang besonders einschlägigen instrumentellen Kategorien des SCM darzustellen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Ziele und Aufgaben des Supply Chain Management anzugeben und wie es sich vom reinen Logistikmanagement unterscheidet.
- die Werkzeuge und Instrumentarien zur Gestaltung von SCM anzugeben.
- mögliche Maßnahmen zur Vermeidung von Hindernissen bei der Implementierung und dem Betrieb von Supply Chains aufzuführen.
- die mögliche Auswirkung der Koordination von Kooperationen auf das Supply Chain Management zu beurteilen.
- die grundsätzlichen Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien zu benennen und ihre Inhalte anzugeben.
- die Motive für Qualitätsmanagement im SCM und die Methoden und Instrumente die zum Einsatz kommen anzugeben.
- zu beurteilen, welche betriebswirtschaftliche Software die Funktionen der Supply Chain unterstützen und steuern kann.

Kursinhalt

1. Motive und Wirkungseffekte von logistischen Wertschöpfungsnetzwerken
 - 1.1 Was bedeutet Supply Chain Management?
 - 1.2 Was ist Logistikmanagement?
 - 1.3 Dienstleister in der Supply Chain
 - 1.4 Bedeutung des Supply Chain Managements

2. Typologien von SCM und Gestaltungsmodelle
 - 2.1 Supply Chain-Strategie
 - 2.2 Instrumente für Supply Chain-Strategien
 - 2.3 Bestandsreduzierung im Lagermanagement
 - 2.4 Frachtkostenreduzierung im Rahmen der Transportkostenpolitik
 - 2.5 Efficient Replenishment
3. Problemnahe Konzepte und korrespondierende Führungskonzepte
 - 3.1 Probleme im Rahmen der Supply Chain
 - 3.2 Schnittstellen in der Supply Chain
 - 3.3 Der Bullwhip-Effekt
 - 3.4 Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR)
4. Aufgaben und Ziele des SCM
 - 4.1 Aufgaben im Supply Chain Management
 - 4.2 Ziele des Supply Chain Managements
 - 4.3 Sustainable Supply Chain Management (SSCM)
5. Kooperation und Koordination
 - 5.1 Die Unternehmensstrategie
 - 5.2 Sinnvolle Unternehmensstrategien: Instrumente und Methoden
 - 5.3 Strategische Allianzen im Kontext des Supply Chain Managements
 - 5.4 Voraussetzungen für erfolgreiche Kooperationen
 - 5.5 Bündelung von Aktivitäten und Prozessanpassungen in Kooperationen
6. Ver-, Entsorgungs- und Wiederverwertungsstrategien
 - 6.1 Versorgungsstrategien
 - 6.2 Entsorgungsstrategien
 - 6.3 Die Wiederverwertung, Wieder-/ Weiterverwendung und die entsprechenden Strategien
7. Qualitätssicherung
 - 7.1 Qualitätsmanagementsysteme
 - 7.2 Qualitätssicherung im Supply Chain Management
 - 7.3 Methoden im Qualitätsmanagement
 - 7.4 Instrumente in der Organisationsgestaltung

- | |
|--|
| 8. Informationsgewinnung |
| 8.1 Informationstechnologie im Supply Chain Management |
| 8.2 Betriebswirtschaftliche Software |
| 8.3 Die Balanced Scorecard als Steuerungsinstrument |

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur
<ul style="list-style-type: none">Arndt, H. (2010): Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse. 5. Auflage, Gabler, Wiesbaden.Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8 Auflage, Springer, Berlin.Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.Werner, H. (2010): Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling. 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Kurscode: MWCH02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Globale Wertschöpfungsnetzwerke erweisen sich als überaus dynamische und teilweise auch fragile Konstruktionen. Diese Beobachtung lenkt den Blick auf zwei wichtige Aspekte des SCM: Einerseits auf das Erfordernis der Entwicklung eines effektiven und effizienten Controllings-Systems für solche Supply Chains. Die dort über Kennzahlensysteme generierten Steuerungsinformationen vermögen wichtige Beiträge zur Stabilisierung und Optimierung des Wertschöpfungsnetzwerks leisten. Andererseits auf die Notwendigkeit eines systematischen Risikomanagements, in dessen Mittelpunkt eine möglichst frühzeitige Identifikation, Prognose, Steuerung und Überwachung von „Sollbruchstellen“ im Wertschöpfungsnetzwerk steht.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einzuschätzen, welche Aufgaben das Controlling hat und welche Problematiken bei der Implementierung von Controllingsystemen in Supply Chains entstehen können.
- die Bedeutung der Kennzahlen im Supply Chain Controlling einzuschätzen und zu wissen, wie diese eingesetzt werden.
- die Instrumente des SC-Controllings wiederzugeben und zu folgern, warum eine Kombination von klassischen und innovativen Controllinginstrumenten erfolgt.
- zu bestimmen, wann SCM-Software im Controlling eingesetzt wird und was bei ihrer Implementierung zu beachten ist.
- die Hilfsmittel des Controllings zu erläutern und in der Praxis anzuwenden.
- die Risiken, die den Erfolg einer Supply Chain beeinflussen, zu benennen und zu erläutern, warum Risikomanagement innerhalb von Supply Chains betrieben wird bzw. welche Strategien es hierzu gibt.
- die Organisationsgestaltung mit System Dynamics zu und den Einsatz im Supply Chain Management zu erläutern.

Kursinhalt

1. Grundsätzliches zum Controlling in und von Supply Chains
 - 1.1 Konzeptionierung des Controllings in Supply Chain Management-Systemen
 - 1.2 Die Bedeutung des Controllings in der Supply Chain
 - 1.3 Cost Tracking
 - 1.4 Verschiedene Arten des Supply Chain Controllings
2. Kennzahlensysteme in der Supply Chain
 - 2.1 Bedeutungen von Kennzahlen
 - 2.2 Arten von Kennzahlen in der Supply Chain
 - 2.3 Visualisierung von Kennzahlen
3. Instrumente im Supply Chain Controlling
 - 3.1 SCOR-Modelle als Steuerungsinstrumente
 - 3.2 Von den traditionellen zu den innovativen Instrumenten
4. Controlling der Supply Chain im Zusammenhang mit Informationstechnik
 - 4.1 ERP-Systeme
 - 4.2 CRM- und SCM-Systeme
 - 4.3 Fallbeispiel zur Implementierung eines SCM-Systems
 - 4.4 Erfolgsfaktoren für die Nutzung von SCM-Software
5. Hilfsmittel des Controllings in der Supply Chain
 - 5.1 Prozesskostenrechnung
 - 5.2 Benchmarking
6. Risikomanagement in der Supply Chain
 - 6.1 Risiken in der Supply Chain
 - 6.2 Risikoquellen in der Supply Chain
 - 6.3 Risiken und Unternehmenserfolg
7. Risikopolitische Strategien in der Supply Chain
 - 7.1 Risikomanagement innerhalb der Supply Chain
 - 7.2 Risikoanalyse
 - 7.3 Risikobewertung
 - 7.4 Risikovorsorge

8. Organisationsgestaltung durch Systemdenken und Simulationsansätze
 - 8.1 Grundlagen der Organisationsgestaltung
 - 8.2 System Dynamics: Systemdenken und -simulation
 - 8.3 Das Active Data Warehousing als technologischer Ansatz für Supply Chain Controlling und Risikomanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Chopra, S./Meindl, P. (2007): Supply Chain Management. Strategy, Planning and Operation. 3. Auflage, Pearson, New Jersey.
- Cohen, S./Roussel, J. (2006): Strategisches Supply Chain Management. Springer, Berlin/Heidelberg.
- Corsten, H./Gössinger, R. (2008): Einführung in das Supply Chain Management. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Handfield, R. B./Nichols, E. L. (2008): Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Petry, T. (2006): Netzwerkstrategie. Kern eines integrierten Managements von Unternehmungsnetzwerken. Gabler, Wiesbaden.
- Pfohl, H. C. (2009): Logistiksysteme. Betriebswirtschaftliche Grundlagen. 8. Auflage, Springer, Berlin.
- Schulte, C. (2009): Logistik. Wege zur Optimierung der Supply Chain. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Simchi-Levi, D./Kaminsky, P./Simchi-Levi, E. (2008): Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Case Studies. 3. Auflage, McGraw-Hill, Boston.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWCH02

Strategisches Finanzmanagement

Modulcode: MWFI

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stefan Tilch (Strategisches Finanzmanagement I) / Prof. Dr. Stefan Tilch (Strategisches Finanzmanagement II)

Kurse im Modul

- Strategisches Finanzmanagement I (MWFI01)
- Strategisches Finanzmanagement II (MWFI02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Strategisches Finanzmanagement I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Strategisches Finanzmanagement II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Strategisches Finanzmanagement I**

- Grundlagen des Finanzmanagements
- Beteiligungsfinanzierung
- Fremdfinanzierung
- Innenfinanzierung
- Alternative Finanzierungsinstrumente

Strategisches Finanzmanagement II

- Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
- Investitionsrechnung
- Finanzcontrolling

Qualifikationsziele des Moduls**Strategisches Finanzmanagement I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

Strategisches Finanzmanagement II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Finanzen & Steuern auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Strategisches Finanzmanagement I

Kurscode: MWFI01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Aufgabe des strategischen Finanzmanagements lautet, den langfristigen Erfolg eines Unternehmens finanzwirtschaftlich abzusichern. Dabei fällt der Finanzierung und Steuerung von Investitionen eine zentrale Rolle zu. Zur Finanzierung kommen unterschiedliche Möglichkeiten der Beschaffung von Eigen- und/oder Fremdkapital in Betracht, letzteres typischerweise in Form von zinstragenden Schulden. Sonderformen der Finanzierung, z. B. die Projektfinanzierung, werden gesondert und ausführlich behandelt. Dieser Kurs bietet eine Einführung in die Grundlagen der Unternehmensfinanzierung. Studierende erhalten einen praxisorientierten Überblick über die vielfältigen Möglichkeiten bei der Kapitalbeschaffung von Unternehmen, deren Besonderheiten sowie deren Vor- und Nachteile.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Merkmale und Funktionsweisen der Innen- und Außenfinanzierung der Unternehmen durch Eigen- oder Fremdkapital zu erläutern.
- das Zusammenspiel von Unternehmen, Finanzintermediären und Kapitalmärkten bei der Unternehmensfinanzierung nachzuvollziehen.
- das Spektrum der Möglichkeiten der Kapitalbeschaffung zu erfassen.
- die relative Vorteilhaftigkeit der Finanzierungsformen im jeweiligen Unternehmenszusammenhang zu erörtern.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Finanzmanagements
 - 1.1 Ziele und Funktionen
 - 1.2 Eigenkapital versus Fremdkapital
 - 1.3 Externe versus interne Finanzierungsquellen
 - 1.4 Finanzierung und Wachstum

2. Beteiligungsfinanzierung
 - 2.1 Merkmale emissionsfähiger Unternehmen
 - 2.2 Beteiligungsfinanzierung emissionsfähiger Unternehmen
 - 2.3 Börsenplätze- und segmente
 - 2.4 Merkmale nicht-emissionsfähiger Unternehmen
 - 2.5 Venture Capital
 - 2.6 Buy-outs
3. Fremdfinanzierung
 - 3.1 Emission eines festverzinslichen Wertpapiers
 - 3.2 Rating
 - 3.3 Private versus öffentliche Platzierung
4. Innenfinanzierung
 - 4.1 Selbstfinanzierung
 - 4.2 Finanzierung aus Abschreibungen
 - 4.3 Finanzierung aus Rückstellungen
 - 4.4 Finanzierung aus Veräußerung von Vermögen
5. Alternative Finanzierungsinstrumente
 - 5.1 Asset Backed Securities
 - 5.2 Factoring
 - 5.3 Leasing
 - 5.4 Projektfinanzierung
 - 5.5 Mezzanine Capital

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2. Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Strategisches Finanzmanagement II

Kurscode: MWFI02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden zunächst die Möglichkeiten der Optimierung von Finanzierungsentscheidungen durch Derivate dargestellt. Swaps, Futures und Optionen stellen dabei die wesentlichen Instrumente zur Risikosteuerung und der Verbesserung der Finanzierungskosten dar. Daran anschließend folgen die wesentlichen Verfahren der Investitionsrechnung zur Ermittlung der Rendite von Investitionsvorhaben. Auf Basis der dabei gewonnenen Kenntnisse über Verzinsungsmaße werden die Funktionen des strategischen Finanzcontrollings dargestellt. Dieses liefert dem Management die Instrumente zur Steuerung und Koordination von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen sowie zur Konzeption und Integration verschiedener Planungsrechnungen und der Gestaltung von Anreiz- und Kontrollsystemen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Unternehmensentscheidungen des CFO (Chief Financial Officer) nachzuvollziehen.
- die Vorteilhaftigkeit und Vergleichbarkeit von Investitionsprojekten zu erklären.
- den Zusammenhang von Finanzierungsentscheidungen mit dem Einsatz von Derivaten nachzuvollziehen.
- Planrechnungen, Budgets und Kapitalbedarfsrechnungen im Finanzcontrolling zusammenzuführen und diese als Entscheidungsgrundlage für das strategische Finanzmanagement zu nutzen.

Kursinhalt

1. Optimierung des Finanzmanagements durch Derivate
 - 1.1 Forward Rate Agreements
 - 1.2 Futures
 - 1.3 Swaps
 - 1.4 Optionen
2. Investitionsrechnung unter Sicherheit
 - 2.1 Grundlagen
 - 2.2 Einführung in die dynamische Investitionsrechnung
 - 2.3 Methoden der dynamischen Investitionsrechnung

3. Weitere Methoden der Investitionsrechnung
 - 3.1 Investitionsrechnung unter Unsicherheit
 - 3.2 Projektlaufzeitentscheidungen
 - 3.3 Unternehmensbewertung
4. Kapital- und Finanzplanung
 - 4.1 Kapitalbedarfsplanung
 - 4.2 Finanzplanung
 - 4.3 Kapitalflussrechnung
5. Finanzcontrolling
 - 5.1 Finanzanalyse und -steuerung
 - 5.2 Wertorientiertes Controlling
 - 5.3 Riskomanagement und Risikocontrolling

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Brealey, R. A./Myers, S. C./Allen, F. (2010): Principles of Corporate Finance. 10. Auflage, McGraw-Hill, London.
- Copeland, T. E./Weston, J. F./Shastri, K. (2008): Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik. Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung. 4. Auflage, Pearson, München.
- Hillier, D. et al. (2010): Corporate Finance. McGraw-Hill, London.
- Mensch, G. (2008): Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle. 2.Auflage, Oldenbourg, München.
- Olfert, K. (2008): Finanzierung. 14. Auflage, Kiehl, Ludwigshafen.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2009): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 15. Auflage, Vahlen, München.
- Prätsch, J./Schikorra, U./Ludwig, E. (2012): Finanzmanagement. Lehr- und Praxisbuch für Investition, Finanzierung und Finanzcontrolling. 4. Auflage, Springer, Berlin.
- Volkart, R. (2008): Corporate Finance. Grundlagen von Finanzierung und Investition. 4. Auflage, Versus, Zürich.
- Wöhe G. et al. (2009): Grundzüge der Unternehmensfinanzierung. 10. Auflage, Vahlen, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWFI02

Management Consulting

Modulcode: MWBC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting I) / Prof. Dr. Andreas Herrmann (Management Consulting II)

Kurse im Modul

- Management Consulting I (MWBC01)
- Management Consulting II (MWBC02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Management Consulting I

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Management Consulting II

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Management Consulting I**

- Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung und im Fokus der Wissenschaft
- Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
- Consulting im betrieblichen Kontext
- IT-Beratung und Personalberatung
- Strategieberatung
- Organisations- und Transformationsberatung

Management Consulting II

- Rechtsfragen der Unternehmensberatung
- Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
- Normatives und strategisches Management des Beratungsbetriebes
- Marketingmanagement der Unternehmensberatung
- Beziehungsmarketing und Reputation Management

Qualifikationsziele des Moduls**Management Consulting I**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

Management Consulting II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich
Betriebswirtschaft & Management auf

**Bezüge zu anderen Studiengängen der
Hochschule**

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft
& Management

Management Consulting I

Kurscode: MWBC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die hohe Bedeutung der Unternehmensberatung auf betriebsindividueller sowie gesamtwirtschaftlicher Ebene wird heute nicht mehr bestritten. Beratungsleistungen steigern die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Beschäftigungs- und Wachstumseffekte der Beratungsindustrie sind für das Wachstum moderner Volkswirtschaften unverzichtbar. Zugleich steigt der Professionalisierungsbedarf in den beratenden Berufen sowie im Management der Beratungsprojekte und damit einhergehender Berater-Klienten-Beziehungen. Im Mittelpunkt der Unternehmensberatung steht die Erbringung professioneller Beratungsdienstleistungen. Von Unternehmensberatern wird erwartet, dass sie die betriebliche sowie marktliche Situation eines Unternehmens verstehen, bewerten und auf Basis problemlösungsorientierter Empfehlungen verbessern können. Dafür benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil aus fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Fachliche Kompetenzen umfassen die betriebswirtschaftlichen Grund- und Spezialkenntnisse der Unternehmensführung und des strategischen Managements sowie ein profundes Verständnis von Märkten und gesellschaftlichen sowie wirtschaftlichen Entwicklungen. Das Tätigkeitsprofil des Unternehmensberaters erfordert analytische Kompetenzen zur Erfassung und Bewertung von Unternehmens- und Marktsituationen. Berater müssen in der Lage sein, aufgrund strategischer Konzepte Beratungsprojekte zur nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung zu planen, zu implementieren und einer Erfolgskontrolle zu unterziehen. Persönliche und soziale Kompetenzen ergänzen ihre fachlich-methodischen Fähigkeiten. Durch sie werden Unternehmensberater befähigt, Klientenerwartungen zu verstehen, Beratungskonzepte individuell auf den Beratungsbedarf abzustimmen und Berater-Klienten-Beziehungen aktiv i. S. einer wertschöpfenden Leistungspartnerschaft zu gestalten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- auf Basis aktueller Methoden und Konzepte der Unternehmensberatung, den Problemlösungsbedarf in Unternehmen zu erkennen und gemeinsam mit den Klienten kundenindividuelle Lösungsstrategien zu entwickeln.
- durch den beratungsspezifischen Kompetenzerwerb zum Contract- und Projektmanagement, den vertraglichen und projektspezifischen Rahmen zu definieren, der erst eine klientenorientierte Problemlösung im Unternehmen ermöglicht.
- das vermittelte klientenzentrierte Beratungsverständnis als Grundlage für eine vertrauensvolle Berater-Klienten-Beziehung in Praxis anzuwenden.

Kursinhalt

1. Unternehmensberatung als professionelle Dienstleistung
 - 1.1 Unternehmensberatung, Management und Business Consulting
 - 1.2 Erscheinungsformen der Unternehmensberatung
 - 1.3 Ist Unternehmensberater ein Beruf?
2. Entwicklung und Bedeutung der Consulting-Branche
 - 2.1 Geschichte der Unternehmensberatung
 - 2.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung der Consulting-Branche
 - 2.3 Branchenstruktur und Trends
3. Unternehmensberatung im Fokus der Wissenschaft
 - 3.1 Stand der Diskussion um ein „Consulting Research“
 - 3.2 Ausgewählte sozialwissenschaftliche Aspekte der Unternehmensberatung
 - 3.3 Ausgewählte wirtschaftswissenschaftliche Beiträge
4. Consulting im betrieblichen Kontext
 - 4.1 Consulting-Funktionen
 - 4.2 Rollen im Berater-Klienten-Verhältnis
 - 4.3 Die Alternative: Inhouse Consulting
5. IT-Beratung und Personalberatung
 - 5.1 IT-Beratung
 - 5.2 HRM-Beratung
 - 5.3 Executive Search und Outplacement-Beratung
6. Strategieberatung
 - 6.1 Gegenstand und Anlässe der Strategieberatung
 - 6.2 Strategieberatung auf Unternehmensebene
 - 6.3 Strategieberatung auf Geschäftsfeld- und Stakeholder-Ebene
7. Organisations- und Transformationsberatung
 - 7.1 Organisations- und Prozessberatung
 - 7.2 Change Management und Transformationsberatung

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bund Deutscher Unternehmensberater (BDU) (Hrsg.) (2009): Facts and Figures zum Beratermarkt. Bonn.
- Fink, D. (2009): Strategische Unternehmensberatung. Vahlen, München.
- Kieser, A. (2002): Wissenschaft und Beratung. Winter, Heidelberg.
- Kieser, A. (1998): Unternehmensberater – Händler in Problemen, Praktiken und Sinn. In: Glaser, H./Schröder, E. F./Werder, A. v. (Hrsg.): Organisation im Wandel der Märkte. Gabler, Wiesbaden, S. 191–226.
- Königswieser, R./Exner, A. (1999): Systemische Intervention. Architekturen und Designs für Berater und Veränderungsmanager. 2. Auflage, Klett-Cotta, Stuttgart.
- Kubr, M. (Hrsg.) (2002): Management Consulting. A Guide to the Profession. 4. Auflage, International Labor Office, Genf.
- Mohe, M. (2003): Klientenprofessionalisierung. Strategien und Perspektiven eines professionellen Umgangs mit Unternehmensberatung. Metropolis, Marburg.
- Mohe, M./Heinecke, H. J./Pfriehm, R. (Hrsg.) (2002): Consulting. Problemlösung als Geschäftsmodell. Theorie, Praxis, Markt. Klett-Cotta, Stuttgart.
- Moscho, A.(Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting in Deutschland. Markt, Strukturen, Strategien. Gabler, Wiesbaden.
- Niedereichholz, C./Niedereichholz, J. (Hrsg.) (2010): Inhouse Consulting. Oldenbourg/ München.
- Nissen, V. (Hrsg.) (2007): Consulting Research. Unternehmensberatung aus wissenschaftlicher Perspektive. Gabler, Wiesbaden.
- Sommerlatte, T. et al. (Hrsg.) (2009): Handbuch der Unternehmensberatung. Organisationen führen und entwickeln. ESV, Berlin.
- Wolf, G. (2000): Die Krisis der Unternehmensberatung

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Management Consulting II

Kurscode: MWBC02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Beratungsunternehmen sind einem intensiven Wettbewerb ausgesetzt. Neben der wachsenden Ausdifferenzierung von internen und externen Beratungsangeboten für verschiedenste betriebliche Beratungsanlässe stehen Unternehmensberater zunehmend professionalisierten Klienten gegenüber. Ein dauerhafter Erfolg auf Beratungsmärkten setzt demnach ein professionelles Management der Beratungsunternehmung voraus. Die Besonderheiten von Beratungsunternehmen, professionelle Dienstleistungen zu entwickeln und zu vermarkten, aber auch die dynamischen Veränderungen der Beratungsmärkte erfordern ein besonderes Profil für das Management der Beratungsunternehmen. Beratungsunternehmen müssen hochflexibel, anpassungsfähig, kommunikativ und innovativ gestaltet und geführt werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die fachlich-methodischen Kernkompetenzen zu den Besonderheiten der Unternehmensberatung als „professional service firm“ wiederzugeben.
- den Aufbau und die Organisation von Beratungsunternehmen, die Strategieentwicklung für wettbewerbsintensive Beratungsmärkte und v. a. den professionellen Umgang mit der wichtigsten Ressource im Beratungsunternehmen – den Mitarbeitern – zu erläutern und die Kenntnisse in der Praxis anzuwenden.
- Organisations- und Führungskonzepte zu erklären und ihre eigenen persönlich-sozialen Kompetenzen für den erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Beratungsunternehmen vor diesem Hintergrund kritisch zu reflektieren.

Kursinhalt

1. Rechtsfragen der Unternehmensberatung
 - 1.1 Rechtsformen der Unternehmensberatung
 - 1.2 Beraterverträge
 - 1.3 Beraterhaftung
2. Das Geschäftsmodell der Unternehmensberatung
 - 2.1 Bestandteile des Geschäftsmodells
 - 2.2 Die Honorierung der Berater
 - 2.3 Organisation des Beratungsunternehmens

3. Normatives Management des Beratungsbetriebes
 - 3.1 Ethische Konfliktpotenziale in der Unternehmensberatung
 - 3.2 Handlungsfelder normativen Managements
4. Strategisches Management des Beratungsbetriebes
 - 4.1 Kernfragen und Rahmenbedingungen strategischen Managements
 - 4.2 Branchenstrukturanalyse der Beraterbranche
 - 4.3 Ein Modell zur Ableitung operativer Ziele aus der Strategie
5. Marketingmanagement der Unternehmensberatung
 - 5.1 Besonderheiten des Dienstleistungsmarketings
 - 5.2 Strategisches Beratungs-Marketing
 - 5.3 Operatives Dienstleistungsmarketing von Unternehmensberatungen
6. Beziehungsmarketing und Reputation Management
 - 6.1 Beziehungsmarketing von Beratungsunternehmen
 - 6.2 Instrumente des Beziehungsmarketings
 - 6.3 Beratungserfolg als Basis für Reputation
 - 6.4 Lebenszyklus und Reputation – ein Gesamtmodell

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bamberger, I./Wrona, T. (Hrsg.) (2012): Strategische Unternehmensberatung. Konzeptionen – Prozesse – Methoden. 6. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- Bürger, B. (2005): Aspekte der Führung und der strategischen Entwicklung von Professional Service Firms. Der Leverage von Ressource als Ausgangspunkt einer differenzierten Betrachtung. DUV, Wiesbaden.
- Jeschke, K. (2004): Marketingmanagement der Unternehmensberatung. Gabler, Wiesbaden.
- Kriegmeier, J. (2005): Professional Service Firms. Gabler, Wiesbaden.
- Höck, M./Keuper, F. (2001): Empirische Untersuchung zur Auswahl und Kompetenz von Beratungsgesellschaften. In: Die Betriebswirtschaft (DBW), 61. Jg., Heft 4, S. 427-442.
- Maister, D. (2000): True Professionalism. The Courage to Care About Your People, Your Clients, And Your Career. Touchstone, New York.
- Maister, D./Green, C./Galford, R. (2002): The Trusted Advisor. The Free Press, London.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

International Management

Module Code: DLMWINT-02

Module Type see curriculum	Admission Requirements <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine ▪ none 	Study Level BA MA	CP 10	Student Workload 300 h
--------------------------------------	---	-----------------------------	-----------------	----------------------------------

Semester / Term see curriculum	Duration Minimaldauer: 1 Semester	Regularly offered in WiSe/SoSe	Language of Instruction and Examination English
--	--	--	---

Module Coordinator

Prof. Dr. Jürgen Matthias Seeler (Managing in a Global Economy) / Prof. Dr. Regina Cordes (Zertifikatskurs Englisch)

Contributing Courses to Module

- Managing in a Global Economy (DLMBGE01)
- Zertifikatskurs Englisch (DLFSWE01)

Module Exam Type

Module Exam	Split Exam <u>Managing in a Global Economy</u> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "myStudies": Exam, 90 Minutes • Study Format "Distance Learning": Exam, 90 Minutes <u>Zertifikatskurs Englisch</u> <ul style="list-style-type: none"> • Study Format "Fernstudium": Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)
--------------------	---

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Managing in a Global Economy

- The nature of international business and multinational enterprises
- Strategic management and globalization
- International business operations management
- Organizational structures of international business
- Cultural diversity and international business

Zertifikatskurs Englisch

Erlernen und vertiefen von Englisch als Fremdsprache auf dem gewählten GERS-Niveau mit Hinblick auf die jeweiligen qualitativen Aspekte Spektrum, Korrektheit, Flüssigkeit, Interaktion und Kohärenz. Das Modul umfasst eine Kombination aus Hör-, Verstehens-, Schreib- und Sprechübungen sowie verschiedenem Kursmaterial.

Learning Outcomes**Managing in a Global Economy**

On successful completion, students will be able to

- Recognize and explain the cultural, social, economic, historical, and political differences that affect strategic decision making on an international/global scale.
- Gather specific information and conduct reliable assessments of the opportunities and risks related to business activities in different geographical market regions and specific national markets.
- Describe the impact of culture on international business activities.
- Identify different options for market entry and market development and participate in strategic planning activities that address these issues.
- Design and evaluate different organizational structures for international businesses and design measures to optimize organizational structures for international operations.
- Design, evaluate, and optimize human resource management practices for global and multinational companies.
- Explain options for international marketing and select an appropriate marketing mix relative to specific products/services and the target market.
- Plan multinational or global supply chains.
- Oversee strategic decisions regarding international accounting practices and the remuneration of expatriate staff.
- Identify and manage challenges associated with operating in an international/global business environment, such as the procurement and coordination of resources and human resource management.
- Develop business plans that implement specific organizational, marketing, and distribution strategies in selected regions/countries.

Zertifikatskurs Englisch

On successful completion, students will be able to

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Links to other Modules within the Study Program

Baut auf Modulen aus den Bereichen Betriebswirtschaft & Management und Sprachen auf

Links to other Study Programs of the University

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Managing in a Global Economy

Course Code: DLMBGE01

Study Level	Language of Instruction and Examination	Contact Hours	CP	Admission Requirements
MA	English		5	none

Course Description

The internationalization and globalization of product and service markets has meant that industries and economies worldwide are increasingly subject to competition and change. Nowadays, it is essential for the viability and profitability of companies that they adopt a global mindset. Establishing a business and operating in an international context offers a company many unique opportunities, but importantly, multiple diverse threats emerge in this context. An elevated level of international competition, increasing client mobility in a globalized marketplace, discriminatory practices of foreign governments, and subtle cultural differences mean that running an efficient and profitable international business is exceedingly challenging and the likelihood of failure is high. The course is designed to cover the economic, organizational, and cultural underpinnings that students need to grasp in order to better understand the managerial challenges that global organizations of all types and sizes have to cope with. Participants will gain the detailed knowledge and practical experiences they require to understand how organizations can achieve a competitive advantage in a globalized world. This course includes an optional international field trip (Note: special conditions apply - availability depends on demand, special conditions apply). This course will enable students to describe and contrast a set of sustainable corporate and functional strategies in the context of globalization. They will have a detailed understanding of the extent to which globalization and internationalization strategies affect the organizational structures and value creation of global firms.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- Recognize and explain the cultural, social, economic, historical, and political differences that affect strategic decision making on an international/global scale.
- Gather specific information and conduct reliable assessments of the opportunities and risks related to business activities in different geographical market regions and specific national markets.
- Describe the impact of culture on international business activities.
- Identify different options for market entry and market development and participate in strategic planning activities that address these issues.
- Design and evaluate different organizational structures for international businesses and design measures to optimize organizational structures for international operations.
- Design, evaluate, and optimize human resource management practices for global and multinational companies.
- Explain options for international marketing and select an appropriate marketing mix relative to specific products/services and the target market.
- Plan multinational or global supply chains.
- Oversee strategic decisions regarding international accounting practices and the remuneration of expatriate staff.
- Identify and manage challenges associated with operating in an international/global business environment, such as the procurement and coordination of resources and human resource management.
- Develop business plans that implement specific organizational, marketing, and distribution strategies in selected regions/countries.

Contents

1. Introduction to Managing in a Global Economy
 - 1.1 What is Globalization?
 - 1.2 Facts on Globalization and the Global Economy
 - 1.3 Theoretical Explanations for Globalization
2. The International Company and its Environment
 - 2.1 International Companies and their Operations
 - 2.2 Operational Patterns in International Markets
 - 2.3 Assessment of the Environment for Internationalization
3. Culture and International Business
 - 3.1 A Generic Perspective on Culture
 - 3.2 Organizational Culture
 - 3.3 Cultural Diversity and the Contemporary Manager

4. Strategy Development in International Business
 - 4.1 Strategy in Globalized Business Operations
 - 4.2 Strategy Concepts and Strategic Options
 - 4.3 Managing Strategy
5. International Human Resource Management
 - 5.1 Characteristics of International Human Resource Management
 - 5.2 The Global Manager
 - 5.3 Instruments in International Human Resource Management
6. Organization in International Business
 - 6.1 Traditional Perspectives on Business Organization
 - 6.2 Modern Views on Business Organization
 - 6.3 Coordination and Control of Intra-Organizational Collaboration
7. International Marketing
 - 7.1 Marketing in International Business
 - 7.2 Strategic Choices in International Marketing
 - 7.3 Marketing Mix Choices in International Marketing
8. Supply Chain Management and Accountancy in International Business
 - 8.1 Supply Chain Management and International Business
 - 8.2 Quality, Supplier Networks, and Inventory in Supply Chain Management
 - 8.3 Accounting in International Business

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Beamish, P. W., Morrison, A., Inkpen, A., & Rosenzweig, P. (2003). *International management: Text and cases* (International student ed.). London: McGraw-Hill Education.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2010). *International business: Environments and operations* (13th ed.). Essex: Pearson Education.
- Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2016). *International business: Competing in the global marketplace* (11th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regnér, P. (2014). *Exploring strategy* (10th ed.). Essex: Pearson Education.
- Wall, S., Minocha, S., & Rees, B. (2015). *International business* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.

Study Format myStudies

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

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	BOLK: yes
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 type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <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
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 type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Slides

Zertifikatskurs Englisch

Kurscode: DLFSWE01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
BA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Qualifikationsziele entsprechen dem Level A1, A2, B1, B2 und C1 nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GERS). Anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen wird die Verwendung der Fremdsprache Englisch nach einem GERS Einstufungstest gelehrt und praktiziert. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Studierenden ein Zertifikat entsprechend des gewählten Levels.

Kursziele

On successful completion, students will be able to

- die Qualifikationsziele entsprechend dem gewählten Level (A1, A2, B1, B2 oder C1) nach den Kriterien des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens Sprachen (GERS) zu erbringen.
- anhand alltäglicher Themenbereiche, gewählter Spezialgebiete und unter Verwendung grundlegender und fortgeschrittener grammatischer Strukturen auf dem ihnen beim Abschlusstest bestätigten Sprachniveau GERS der Fremdsprache Englisch zu bedienen.

Kursinhalt

- Je nach GERS-Einstufung werden die Studierenden befähigt,
 - vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze zu verstehen und zu verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Sie können sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und sie können auf Fragen dieser Art Antwort geben. Sie können sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. (Niveau A1)
 - Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke zu verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Sie können sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Sie können mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. (Niveau A2)

- die Hauptpunkte zu verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Sie können die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Sie können sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Sie können über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben. (Niveau B1)
- die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen zu verstehen; und im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen zu verstehen. Sie können sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Sie können sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. (Niveau B2)
- ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte zu verstehen und auch implizite Bedeutungen zu erfassen. Sie können sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Sie können die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Sie können sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. (Niveau C1)
- Grammatik:
 - Niveau A1 – unter anderem Zeitformen der Gegenwart und Vergangenheit, Satzbau, Präpositionen
 - Niveau A2 – unter anderem Zeitformen der Vergangenheit, Unterschiede bei den Vergangenheitszeiten, Imperativ, Nebensätze, Pronomen (Dativ, Akkusativ)
 - Niveau B1 – unter anderem Einführung Plusquamperfekt, Konjunktionen, Einführung Passiv, Adverbien, Adjektive (Unterschied), Zukunft
 - Niveau B2 – unter anderem Verbkonstruktionen, Bedingungssätze, indirekte Rede
 - Niveau C1 - Übungen zur Festigung und Wiederholung des Gelernten. Unregelmäßige Verben, „phrasal verbs“, Kollokationen und Redewendungen. Unterschiede zwischen britischem und amerikanischem Englisch

Literatur
Pfichtliteratur
Weiterführende Literatur
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siehe Angaben im Online-Kurs speexx

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Sprachkurs
-----------------------------------	------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja
Prüfungsleistung	Teilnahmenachweis (best. / nicht best.)

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden
Lehrmethoden werden vom externen Dienstleister zur Verfügung gestellt

DLFSWE01

Projektmanagement

Modulcode: DLMPRWPM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Margit Sarstedt (Angewandtes Projektmanagement) / Prof. Dr. Margit Sarstedt (Online Projektsimulation)

Kurse im Modul

- Angewandtes Projektmanagement (DLMPRAPM01_D)
- Online Projektsimulation (DLMPRWOPS02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Angewandtes Projektmanagement</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Fachpräsentation <u>Online Projektsimulation</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht (50)

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Angewandtes Projektmanagement

- Angewandtes Projektmanagement
- Die Projektmanagementlandschaft
- Der Projektkontext
- Standardisierte Vorgehensweisen im Projektmanagement
- Agile Ansätze für das Projekt-/Prozessmanagement
- Variationen von Standardmethoden und agilen Methoden
- Tools für Projektmanager

Online Projektsimulation

Im Rahmen des Kurses „Online Projektsimulation“ werden die theoretischen Kenntnisse in einem online simulierten Projekt mit realem Hintergrund praktisch angewendet und diskutiert und bewertet.

Qualifikationsziele des Moduls**Angewandtes Projektmanagement**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle des Projektmanagements in Organisationen verstehen und erklären zu können.
- einen Überblick über die Projektmanagementinstitutionen weltweit geben zu können.
- die unterschiedlichen Ansätze der wichtigsten standardisierten und agilen Methoden des Projektmanagements zu erklären.
- die Vor- und Nachteile jeder dieser Methoden kritisch zu diskutieren.
- die Vielfalt der hilfreichen Tools, die die Arbeit eines Projektmanagers unterstützen, zu kennen und anzuwenden.
- die passende Projektmanagementmethode für die jeweilige Situation auszuwählen.

Online Projektsimulation

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einen Projektbericht unter Berücksichtigung der Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit anzufertigen.
- Planungen von Strategien für Projekte auf verschiedenen Ebenen zu verstehen und mit Blick auf die Projekt-Konzeption in der Praxis zu bewerten.
- erlerntes Wissen im Bereich Projektmanagement anhand eines konkreten Projekts in der eigenen Unternehmenspraxis ein- und umzusetzen.
- im Rahmen der Online Simulation ihre Diskursfähigkeit weiterzuentwickeln und ihre soziale und kreative Kompetenz auszubauen.
- Praxissituationen und -fragestellungen zu analysieren und projektbasiert Lösungswege zu entwickeln, kritisch zu hinterfragen und zielorientiert umzusetzen.
- die für die Arbeit in Projekten notwendigen Kommunikationsmethoden in der Online-Praxis anzuwenden.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert im Unternehmen zum Erfolg führen können.
- Zeitpläne für Projektabläufe im Projekt zu erkennen und eigenständig umzusetzen.
- Unwägbarkeiten innerhalb eines Projektes zu erkennen und selbstständig Lösungswege zu entwickeln.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Projektmanagement auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Angewandtes Projektmanagement

Kurscode: DLMPRAPM01_D

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Seit vielen Jahrzehnten spielt der Ansatz des Projektmanagements eine wichtige Rolle weltweit, sowohl in der Privatwirtschaft als auch in der öffentlichen Verwaltung. Im Laufe der Jahre hat sich eine weit verbreitete und gebräuchliche Terminologie herausgebildet. Nationale und internationale Projektmanagementorganisationen haben verschiedene Methoden entwickelt, um komplexe Projekte in strukturierter Weise zu managen. Diese lassen sich in zwei Hauptkategorien unterteilen. Die traditionellen standardisierten Methoden haben gemeinsam, dass sie Projekte geplant und strukturiert angehen. Die agilen Methoden hingegen zeichnen sich durch ein systematisches, aber offenes Vorgehen aus, das viel Spielraum für Veränderungen lässt. In diesem Kurs werden die einzelnen Methoden detailliert vorgestellt, die jeweiligen Grundideen erläutert und die Vorteile und Beschränkungen jeder dieser Methoden aufgezeigt. Für jede Methode wird das typische Einsatzgebiet beschrieben, sodass der Studierende in der Lage ist, die für eine bestimmte Situation am besten geeignete Methode auszuwählen. Zusätzlich werden eine Reihe von praktischen Tools vermittelt, die den Projektmanager dabei unterstützen, ein beliebiges Projekt auf das Projektziel hinzusteuern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rolle des Projektmanagements in Organisationen verstehen und erklären zu können.
- einen Überblick über die Projektmanagementinstitutionen weltweit geben zu können.
- die unterschiedlichen Ansätze der wichtigsten standardisierten und agilen Methoden des Projektmanagements zu erklären.
- die Vor- und Nachteile jeder dieser Methoden kritisch zu diskutieren.
- die Vielfalt der hilfreichen Tools, die die Arbeit eines Projektmanagers unterstützen, zu kennen und anzuwenden.
- die passende Projektmanagementmethode für die jeweilige Situation auszuwählen.

Kursinhalt

1. Die Projektmanagementlandschaft
 - 1.1 Geschichte des Projektmanagements
 - 1.2 Definition von Projekten, Programmen und Prozessen
 - 1.3 Bereiche und Beispiele von Projekten in der heutigen Zeit
 - 1.4 Internationale Projektmanagementinstitutionen
 - 1.5 Optionen zur weiteren Spezialisierung und Zertifizierung
2. Der Projektkontext
 - 2.1 Analyse des Umfeldes und der Projektziele
 - 2.2 Unterscheidung von Projekttypen und -kategorien
 - 2.3 Projektkultur und Organisationsmodelle
 - 2.4 Die Rolle von Mitarbeiter und Teamführung
 - 2.5 Den richtigen Ansatz finden - Auswahlkriterien
3. Standardisierte Vorgehensweisen im Projektmanagement
 - 3.1 Projektmanagement nach DIN
 - 3.2 Projektmanagement nach dem PMBOK 6 des PMI
 - 3.3 Das IPMA-System
 - 3.4 Die Organisation von Projekten mit PRINCE2®
 - 3.5 Vorteile und Beschränkungen von Standardmethoden
4. Agile Ansätze für das Projekt-/Prozessmanagement
 - 4.1 Das Agile Manifest
 - 4.2 Grundlagen von Scrum und Skalierungsmethoden
 - 4.3 Kanban und Design Thinking
 - 4.4 Vorteile und Beschränkungen der agilen Methoden
5. Varianten der Standardmethoden und agilen Methoden
 - 5.1 Das Critical-Chain-Projektmanagement
 - 5.2 Prince2® Agile
 - 5.3 Das PMBOK 7 des PMI
 - 5.4 Übersicht über weitere Varianten

6. Tools für Projektmanager
 - 6.1 Zielsetzung, Meilensteinplanung und Arbeitspakete
 - 6.2 Budgetierung, Ressourcenplanung und Terminierung mit Balkendiagrammen
 - 6.3 Analysieren von Projektrisiken (FMEA) und Meilensteintrends (MTA)
 - 6.4 Taskboards und andere kleine Tricks
 - 6.5 Stakeholdermanagement und Management-Reporting

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Kerzner, H. (2022). Project Management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling (13. Aufl.). Wiley.
- Kuster, J., Huber, E., Lippmann, R., Schmid, A., Schneider, E., Witschi, U. & Wüst, R. (2019). Handbuch Projektmanagement (4. Aufl.). Springer Gabler.
- Madauss, B.-J. (2020). Projektmanagement (8. Aufl.). Springer Vieweg.
- Patzak, G. & Rattay, G. (2018). Projektmanagement (7. Aufl.). Linde.
- Timinger, H. (2017). Modernes Projektmanagement. Wiley.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Online Projektsimulation

Kurscode: DLMPRWOPS02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs beschäftigt sich mit der Erweiterung der grundlegenden Kenntnisse über die Methoden des Projektmanagements und deren Anwendung. Diese erfolgt im Rahmen einer Online-Simulation. Dabei werden die Kenntnisse in Bezug auf die Prozesse innerhalb des Projektes vertieft und Methoden praktisch im online simulierten Projekt angewendet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- einen Projektbericht unter Berücksichtigung der Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit anzufertigen.
- Planungen von Strategien für Projekte auf verschiedenen Ebenen zu verstehen und mit Blick auf die Projekt-Konzeption in der Praxis zu bewerten.
- erlerntes Wissen im Bereich Projektmanagement anhand eines konkreten Projekts in der eigenen Unternehmenspraxis ein- und umzusetzen.
- im Rahmen der Online Simulation ihre Diskursfähigkeit weiterzuentwickeln und ihre soziale und kreative Kompetenz auszubauen.
- Praxissituationen und -fragestellungen zu analysieren und projektbasiert Lösungswege zu entwickeln, kritisch zu hinterfragen und zielorientiert umzusetzen.
- die für die Arbeit in Projekten notwendigen Kommunikationsmethoden in der Online-Praxis anzuwenden.
- sich eigene Hilfsmittel abzuleiten, mit deren Einsatz sie ein Projekt strukturiert im Unternehmen zum Erfolg führen können.
- Zeitpläne für Projektabläufe im Projekt zu erkennen und eigenständig umzusetzen.
- Unwägbarkeiten innerhalb eines Projektes zu erkennen und selbstständig Lösungswege zu entwickeln.

Kursinhalt

- Der Kurs beschäftigt sich mit der Erweiterung der Kombination der Kenntnisse und Fähigkeiten aus dem Projektmanagement und dem strategischen Management. Auf der Basis des Wissens über Methoden und Verfahren zur Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensstrategien werden diese nun in Verbindung mit einem konkreten Projekt, welches im Rahmen einer Online-Simulation gestellt und bearbeitet werden soll, angewendet. Die Ergebnisse werden auf zwei unterschiedlichen Wegen ausgewertet. Erstens in Form eines unmittelbaren Feedbacks nach Beendigung der Online Simulation durch eine

schriftliche zur Verfügung gestellte Beschreibung, der durch den Studierenden vorgenommenen Maßnahmen während der Simulation und deren Einordnung in das simulierte Projektgeschehen. Damit werden die selbst gewählten Maßnahmen zur Erfüllung der projektbasierten Vorgaben und zur Problemlösung vor dem Hintergrund der Anforderungen verdeutlicht. Und der Studierende ist damit in der Lage seine eigenen Entscheidungen zu reflektieren. Zweitens in Form eines ausführlichen schriftlichen Berichts. Hierbei kombinieren die Studierenden ihr erlerntes und erfahrenes Fachwissen in diesen Bereichen mit dem Transfer anhand des konkreten Online-Projekts, und beschreiben und diskutieren, wie das Fachwissen praktisch umgesetzt wurde. In der Ausarbeitung geht es darum, die generellen Ansätze und Vorgehensweisen auf der Basis vorgegebener Standards in einem online vorgegebenen Projekt mit eingespielten Problemsituationen einzusetzen und kritisch zu reflektieren. Der Bericht muss wissenschaftlichen Kriterien genügen, was insbesondere neben den formalen Anforderungen auch eine Literaturrecherche und die wissenschaftlich-methodische Fundierung der Online Projektsimulation beinhaltet. Die hierfür notwendigen unternehmerischen Fragestellungen sollen auf Basis wissenschaftlicher Methoden erkannt, analysiert und bearbeitet werden. Damit reflektieren die Studierenden bei der Bearbeitung des online simulierten Projekts die Anwendung des erlernten Fachwissens und können die Beziehungen zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen, komplexen Handlungssituationen und der eigenen Person bei der Verschriftlichung kritisch diskutieren.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Bea, F.X./Haas, J. (2009): Strategisches Management. 5. Neubearb. Auflage, Pöschl, Stuttgart.
- Bergmann, R. (2008): Organisation und Projektmanagement (Ba Kompakt) (German Edition). Auflage 2008, Physica-Verlag HD.
- Borgert, S. (2012): Holistisches Projektmanagement. Vom Umgang mit Menschen, Systemen und Veränderung. Springer-Verlag.
- Harvard Business School Essentials (2006): The Essentials of Strategy. Harvard Business School Press, Boston.
- Huber, A./Kuhnt, B./Diener, M. (2011): Projektmanagement. Erfolgreicher Umgang mit Soft Factors. vdf Hochschulverlag AG an der ETH.
- Kerzner, H. (2008): Projektmanagement. Ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung (mitp Business). 2. Auflage, mitp Business.
- Majer, C./Stabauer, L. (2010): social competence im Projektmanagement. Projektteams führen, entwickeln, motivieren. Goldegg Verlag.
- Project Management Institute (2013): A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide). 5. Auflage.
- Project Management Institute (2013): Certified Associate in Project Management, Exam Content Outline. Newtown Square.
- Schelle, H. (2010): Projekte zum Erfolg führen. 6. Auflage, dtv.
- Spitzcok, N./Vollmer, G. (2010): Pragmatisches IT-Projektmanagement. Softwareentwicklungsprojekte auf Basis des PMBOK Guide führen. 1. Auflage, dpunkt.verlag.
- Tiemeyer, E. (Hrsg.) (2010): Handbuch IT-Projektmanagement. Vorgehensmodelle, Managementinstrumente, Good Practices. Carl Hanser Verlag.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Projekt
-----------------------------------	---------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
120 h	0 h	30 h	0 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien

DLMPRWOPS02

Kommunikation und Public Relations

Modulcode: DLMWKPR

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Caterina Fox (Kommunikation und Public Relations I) / Caterina Fox (Kommunikation und Public Relations II)

Kurse im Modul

- Kommunikation und Public Relations I (DLMWKB01)
- Kommunikation und Public Relations II (DLMWKB02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Kommunikation und Public Relations I</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie <u>Kommunikation und Public Relations II</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Kommunikation und Public Relations I

- Rahmenbedingungen und strategische Zielsetzung von Kommunikation und Public Relations
- Darstellung, kritische Würdigung und Anwendungsfelder der einzelnen Instrumente des Kommunikationsmix
- Strategische und operative Planung der Kommunikations- und Public Relations Maßnahmen inkl. Agentursteuerung und Budgetplanung

Kommunikation und Public Relations II

- Einführung in die grundlegenden Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozesse auf Seiten der Zielgruppen
- Ableitung zentraler Umsetzungsanforderungen an die Gestaltung wirksamer Kommunikation und Identifikation von Handlungsempfehlungen zur Gestaltung von Kommunikationsbotschaften
- Darstellung zentraler Ansätze und Instrumente zur Messung von Kommunikationswirkung

Qualifikationsziele des Moduls

Kommunikation und Public Relations I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rahmenbedingungen der Kommunikation zu erläutern und die hieraus entstehenden Konsequenzen für die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen einzuschätzen.
- mit dem Zielsystem der Kommunikation vertraut zu sein.
- alternative Strategien der Kommunikationspolitik zu identifizieren, zu bewerten und im Kontext der eigenen Zielvorstellungen weiterzuentwickeln.
- die zentralen Kommunikationsinstrumente wiederzugeben und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahmen zu beurteilen.
- über die Kompetenz zur Umsetzung von Kommunikationsstrategien in Form der Gestaltung von konkreten Maßnahmen und Instrumenten insbesondere in Form einer integrierten Kommunikation zu verfügen.
- die wesentlichen Aspekte der strategischen und operativen Kommunikationsplanung zu kategorisieren und Ansätze und Möglichkeiten zur Budgetierung und Mediaplanung sowie zur Agentursteuerung zu benennen.
- den neuesten Zukunftstrends der Kommunikations- und Markenpolitik zu überblicken.

Kommunikation und Public Relations II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse der Kommunikation einzuschätzen.
- Konsequenzen hieraus für die Entwicklung von Kommunikationsbotschaften zu ziehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Steigerung der Kommunikationswirkung entwickeln zu können.
- unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Wirkung beim Rezipienten zu beurteilen und Optimierungsmöglichkeiten entwickeln zu können.
- alternative Instrumente zur Messung der Wirkung Kommunikation zu benennen, deren Vor- und Nachteile einzuschätzen und selber diese Instrumente im Unternehmensalltag einsetzen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Public Relations Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Kommunikation und Public Relations I

Kurscode: DLMWKB01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden lernen die Rahmenbedingungen der Kommunikation im Kontext der vergangenen, aktuellen und künftigen Entwicklung der Medienlandschaft einzuschätzen. Auf Basis des Zielsystems der Kommunikation werden hierauf aufbauend grundsätzliche Strategieoptionen der Kommunikation gemeinsam theoretisch fundiert erarbeitet. Mithilfe dieser wissenschaftlichen Grundlage werden die alternativen Instrumente des Kommunikationsmix kritisch gewürdigt und hinsichtlich ihrer Eignung zur Erreichung alternativer Kommunikationsziele beurteilt.

Praxisbeispiele und die Diskussion unterschiedlicher Anwendungsmöglichkeiten ergänzen die Betrachtungen. Darüber hinaus werden die Grundlagen der Kommunikations- und Medienplanung, der Kommunikationsbudgetbestimmung und Agenturauswahl und -steuerung vermittelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Rahmenbedingungen der Kommunikation zu erläutern und die hieraus entstehenden Konsequenzen für die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen einzuschätzen.
- mit dem Zielsystem der Kommunikation vertraut zu sein.
- alternative Strategien der Kommunikationspolitik zu identifizieren, zu bewerten und im Kontext der eigenen Zielvorstellungen weiterzuentwickeln.
- die zentralen Kommunikationsinstrumente wiederzugeben und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Maßnahmen zu beurteilen.
- über die Kompetenz zur Umsetzung von Kommunikationsstrategien in Form der Gestaltung von konkreten Maßnahmen und Instrumenten insbesondere in Form einer integrierten Kommunikation zu verfügen.
- die wesentlichen Aspekte der strategischen und operativen Kommunikationsplanung zu kategorisieren und Ansätze und Möglichkeiten zur Budgetierung und Mediaplanung sowie zur Agentursteuerung zu benennen.
- den neuesten Zukunftstrends der Kommunikations- und Markenpolitik zu überblicken.

Kursinhalt

1. Grundlagen Kommunikation und PR
 - 1.1 Kommunikation
 - 1.2 Ebenen der Kommunikation
 - 1.3 Public Relations

2. Rahmenbedingungen der Kommunikation
 - 2.1 Entwicklungsphasen der Kommunikation
 - 2.2 Die Medienlandschaft
 - 2.3 Informationsüberflutung
 - 2.4 Paradigmenwechsel
3. Kommunikationspolitik 48
 - 3.1 Kommunikation und PR im Unternehmen
 - 3.2 Ziele und Anspruchsgruppen
 - 3.3 Integrierte Kommunikation
4. Kommunikationsstrategien
 - 4.1 Markt und Positionierung
 - 4.2 Zielgruppenplanung
 - 4.3 Kommunikationsstrategien
5. Kommunikationsinstrumente
 - 5.1 Strukturierung der Kommunikationsinstrumente
 - 5.2 Werbung
 - 5.3 Social Media und Web 2.0
 - 5.4 Public Relations
6. Organisation der Kommunikation I
 - 6.1 Kommunikationspraxis
 - 6.2 Der Planungsprozess
7. Organisation der Kommunikation II
 - 7.1 Agenturen: Auswahl und Briefing
 - 7.2 Budgetierung
8. Entwicklungen
 - 8.1 Unternehmenskommunikation heute und morgen
 - 8.2 Neuromarketing
 - 8.3 Storytelling
 - 8.4 Mobile Marketing
 - 8.5 Weitere Entwicklungen

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London.
- Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München.
- Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München.
- Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien.
- Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart.
- Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York.
- Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Kommunikation und Public Relations II

Kurscode: DLMWKB02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs erweitert und fundiert das Verständnis der Kommunikations- und Public Relationspolitik um zentrale Erkenntnisse der Konsumentenwahrnehmung. Die Studierenden lernen, grundlegende Wahrnehmungs- und Wirkmechanismen von Kommunikation aus Sicht der Zielgruppen einzuschätzen. Zentrale Anforderungen zur Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen und -inhalten werden auf Basis dieser Erkenntnisse abgeleitet und identifiziert. Techniken und Handlungsempfehlungen zur Erzielung von Werbeaufmerksamkeit, zur Informations- und Erlebnisvermittlung und zur Steigerung der Lernwirkung der Kommunikation können so erarbeitet und anhand von Praxisbeispielen vertieft werden. Darüber hinaus lernen die Studierenden die unterschiedlichen Ansätze und Instrumente zur Erfolgs- und Wirkungsmessung von Kommunikation kennen und verstehen, welches Instrument für welche Fragestellung und unter welchen Voraussetzungen das jeweils geeignete ist.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die grundlegenden Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse der Kommunikation einzuschätzen.
- Konsequenzen hieraus für die Entwicklung von Kommunikationsbotschaften zu ziehen und Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten zur Steigerung der Kommunikationswirkung entwickeln zu können.
- unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen hinsichtlich ihrer Wirkung beim Rezipienten zu beurteilen und Optimierungsmöglichkeiten entwickeln zu können.
- alternative Instrumente zur Messung der Wirkung Kommunikation zu benennen, deren Vor- und Nachteile einzuschätzen und selber diese Instrumente im Unternehmensalltag einsetzen zu können.

Kursinhalt

1. Wahrnehmung der Kommunikation
 - 1.1 Die Wirkung von Kommunikation
 - 1.2 Psychologische und neurowissenschaftliche Erkenntnisse
 - 1.3 Bild, Text und Ton in der Kommunikation

2. Umsetzungsanforderungen: Organisation und Positionierung
 - 2.1 Integrierte Kommunikation
 - 2.2 Positionierung
3. Umsetzungsanforderungen: Ausgangssituation, Ziele und Zielgruppen
 - 3.1 Kommunikative Ausgangssituation
 - 3.2 Ziele und Zielplanung
 - 3.3 Zielgruppen
4. Planung, Konzeption und Inszenierung
 - 4.1 Strategie und Planung
 - 4.2 Konzeptionsarbeit
 - 4.3 Dramaturgie und Inszenierung
5. Der Medienmix – Praxisbeispiele
 - 5.1 Fernsehwerbung
 - 5.2 Livekommunikation
 - 5.3 Public Relations
6. Social Media im Kommunikationsmix
 - 6.1 Owned, Paid and Earned Media
 - 6.2 Social Media und Unternehmenskommunikation
7. Kommunikations-Controlling
 - 7.1 Wertschöpfung durch Kommunikation
 - 7.2 Strategisches und operatives Kommunikations-Controlling
 - 7.3 Instrumente
8. Kommunikation verpflichtet
 - 8.1 Gesellschaftsorientierte Kommunikation
 - 8.2 Corporate Social Responsibility (CSR)
 - 8.3 Rechtliche Grundlagen

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Belch, G. E./Belch, M. A. (2011): Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill, London.
- Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. VS Verlag, Wiesbaden.
- Bruhn, M. (2009): Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung. 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Bruhn, M. (2009): Übungsbuch zur Kommunikationspolitik. Vahlen, München.
- Bruhn, M. (2013): Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 7. Auflage, Vahlen, München.
- Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R. (2011): Strategie und Technik der Werbung. Verhaltenswissenschaftliche und neurowissenschaftliche Erkenntnisse. 7. Auflage, Kohlhammer, München.
- Kunczik, M. (2002): Public Relations. Konzepte und Theorien. Böhlau UTB, Köln/Weimar/Wien.
- Mast, C. (2002): Unternehmenskommunikation. UTB, Stuttgart.
- Rossiter, J. R./Bellman, S. (2005): Marketing Communications. Theory and Applications. Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Ruler, B. v./Vercic, D. (Hrsg.) (2004). Public Relations and Communication Management in Europe. De Gruyter, Berlin/New York.
- Schweiger, G./Schrattenecker, G. (2013): Werbung. 8. Auflage, UTB Konstanz/München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

DLMWKB02

E-Commerce

Modulcode: MWEC-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thomas Bolz (E-Commerce I) / Prof. Dr. Thomas Bolz (E-Commerce II)

Kurse im Modul

- E-Commerce I (MWEC01-01)
- E-Commerce II (MWEC02-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>E-Commerce I</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>E-Commerce II</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
Anteil der Modulnote an der Gesamtnote	
s. Curriculum	

Lehrinhalt des Moduls

E-Commerce I

- Grundlagen des E-Business und E-Commerce
- Formen des E-Commerce
- Strategische Optionen im E-Commerce
- Entwicklung einer E-Commerce-Strategie
- Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im E-Commerce
- Risk Benefit im E-Commerce
- E-Commerce in ausgewählten Sektoren

E-Commerce II

- Grundlagen Online-Marketing und E-Commerce
- Web Usability
- Netzbasierte Zahlungssysteme
- Rechtsgrundlagen
- Shopsysteme – Tools – Logistik
- Social Media Marketing im E-Commerce
- Monitoring und Analyse

Qualifikationsziele des Moduls

E-Commerce I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des E-Commerce wiederzugeben.
- Analysemethoden zur wirtschaftlichen Steuerung des E-Commerce zu erläutern.
- die Begriffe E-Commerce und E-Business thematisch einzuordnen
- alternative Strategien und Instrumente des E-Commerce zu erklären und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.
- Chancen und Möglichkeiten im Internet im Zusammenhang mit E-Commerce wahrzunehmen.
- die gängigen Geschäftsmodelle zu erläutern und mit diesem Wissen zusätzliche Vertriebswege zu finden.
- E-Commerce aus der Managementperspektive zu analysieren und fundierte Entscheidungsunterlagen vorzubereiten.
- die sektoralen Besonderheiten im E-Commerce zu erklären, v. a. wie E-Commerce im B2B- und Investitionsgüterbereich strukturiert ist und einzuschätzen, was in der Konsumgüterbranche (B2C) beachtet werden muss.

E-Commerce II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Potenziale eines Webshops einzuschätzen, um erfolgreich Produkte und Dienstleistungen über das Internet zu vertreiben.
- die konzeptionellen, technischen und rechtlichen Aspekte beim E-Commerce zu erläutern.
- die wichtigsten Erfolgsvoraussetzungen des E-Commerce wie Sortimentsdarstellung, Checkout- und Payment-Prozesse, Conversion Rate usw. zu überblicken.
- die Auswahlkriterien für Shopsysteme zu erklären und die wichtigsten (Hybris, Magento usw.) zu benennen.
- aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu überblicken, um selbst E-Shop- und E-Commerce-Projekte realisieren zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich E-Commerce auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

E-Commerce I

Kurscode: MWEC01-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Der Kurs E-Commerce I behandelt die strategische Auseinandersetzung mit dem Thema E-Commerce. Neben grundlegenden Fachbegriffen, Konzepten, Geschäftsmodellen und Akteuren werden auch die Chancen und Risiken des elektronischen Geschäftsverkehrs innerhalb marktbezogener und rechtlicher Rahmenbedingungen behandelt. Darauf aufbauend werden die möglichen strategischen Optionen im E-Commerce ausführlich dargestellt, auf Basis derer sich eine eigene E-Commerce-Strategie ableiten lässt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen und theoretischen Erklärungsansätze des E-Commerce wiederzugeben.
- Analysemethoden zur wirtschaftlichen Steuerung des E-Commerce zu erläutern.
- die Begriffe E-Commerce und E-Business thematisch einzuordnen
- alternative Strategien und Instrumente des E-Commerce zu erklären und diese zu implementieren sowie deren Erfolgswirkung zu überprüfen.
- Chancen und Möglichkeiten im Internet im Zusammenhang mit E-Commerce wahrzunehmen.
- die gängigen Geschäftsmodelle zu erläutern und mit diesem Wissen zusätzliche Vertriebswege zu finden.
- E-Commerce aus der Managementperspektive zu analysieren und fundierte Entscheidungsunterlagen vorzubereiten.
- die sektoralen Besonderheiten im E-Commerce zu erklären, v. a. wie E-Commerce im B2B- und Investitionsgüterbereich strukturiert ist und einzuschätzen, was in der Konsumgüterbranche (B2C) beachtet werden muss.

Kursinhalt

1. Grundlagen des E-Business und E-Commerce
 - 1.1 Begriffsdefinition, Abgrenzungen und Zusammenhänge
 - 1.2 Mobile Commerce
 - 1.3 Entwicklungstendenzen und Möglichkeiten
 - 1.4 Ökonomische Rahmenbedingungen im E-Commerce
 - 1.5 Wertschöpfung und Geschäftsmodelle
 - 1.6 Akteure/Marktteilnehmer und Geschäftsbeziehungen

2. Formen des E-Commerce
 - 2.1 Betriebstypen des E-Commerce
 - 2.2 Innovative Formen des interaktiven E-Commerce
3. Strategische Optionen im E-Commerce
 - 3.1 Sortimentspolitik
 - 3.2 Preispolitik
 - 3.3 Distributionspolitik
 - 3.4 Kommunikationspolitik
 - 3.5 IT-Systemlandschaft und interne Organisation des E-Commerce
 - 3.6 Kundenbindung, Vertrauen und Reputation
4. Entwicklung einer E-Commerce-Strategie
 - 4.1 Konzeptioneller Rahmen
 - 4.2 Zielplanung
 - 4.3 E-Business-Analyse
 - 4.4 E-Business-Strategieformulierung
 - 4.5 E-Business-Strategieimplementierung und Strategieaudit
5. Erfolgsmessung und Erfolgsfaktoren im E-Commerce
 - 5.1 Erfolgsmessen im E-Commerce
 - 5.2 Erfolgsfaktoren im E-Commerce
6. Chancen und Risiken im E-Commerce
 - 6.1 Rechtliche Risiken im E-Commerce (B2C)
 - 6.2 Chancen und Risiken für Pure-Player
 - 6.3 Chancen und Risiken für Multi-Channel-Player
7. E-Commerce in ausgewählten Sektoren
 - 7.1 E-Commerce im Konsumgüterbereich (B2C) – E-Shop
 - 7.2 E-Commerce im Investitionsgüterbereich (B2C) – E-Procurement

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Graf, A./Schneider, H. (2016): Das E-Commerce Buch. Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. Business. Technology. Society. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 3. Auflage, Springer, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

E-Commerce II

Kurscode: MWEC02-01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs erweitert und vertieft das Verständnis des elektronischen Geschäftsverkehrs um Elemente operativen Marketings, besonders der Markenkommunikation und interaktiven Produkt-/Service- und Preisgestaltung, ergänzt um vertiefende Aspekte der wachsenden Bedeutung von Bezahlssystemen und von Mobile Commerce-Systemen. Basierend auf dem Verständnis des Verhaltens von Online-Kunden werden Online-Werbung, -Preisbildung und -Kommunikation, sowie PR-Aktivitäten, beispielsweise im Bereich der sozialen Netze, diskutiert. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die technischen Voraussetzungen für erfolgreiches E-Commerce wie Usability, Auswahl von Shop- und Bezahlssystemen. Ergänzt wird das Kursprogramm um rechtliche Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Kundeneinbindung. Nach Abschluss des Kurses hat der Studierende ein vertieftes Verständnis für die Marketingimplikation von E-Commerce.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Potenziale eines Webshops einzuschätzen, um erfolgreich Produkte und Dienstleistungen über das Internet zu vertreiben.
- die konzeptionellen, technischen und rechtlichen Aspekte beim E-Commerce zu erläutern.
- die wichtigsten Erfolgsvoraussetzungen des E-Commerce wie Sortimentsdarstellung, Checkout- und Payment-Prozesse, Conversion Rate usw. zu überblicken.
- die Auswahlkriterien für Shopsysteme zu erklären und die wichtigsten (Hybris, Magento usw.) zu benennen.
- aktuelle und zukünftige Herausforderungen zu überblicken, um selbst E-Shop- und E-Commerce-Projekte realisieren zu können.

Kursinhalt

1. Grundlagen Online-Marketing und E-Commerce
 - 1.1 Das Verhalten von Online-Kunden
 - 1.2 Formen des Online-Marketings
 - 1.3 Bedeutung, Funktion und Wirkung von Online-Marketing im E-Commerce
 - 1.4 Online-Vertriebskanäle, Mobile Marketing und Apps
 - 1.5 Umsetzung: Entscheidungskriterien, Lastenheft und Projektmanagement

2. Web Usability
 - 2.1 Kriterien guter Web Usability
 - 2.2 Barrierearmes Design und Responsive Design
 - 2.3 Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing
3. Netzbasierte Zahlungssysteme
 - 3.1 Kriterien webbasierter Zahlungssysteme
 - 3.2 Prepaid-Systeme, Pay-now-Systeme und Pay-later-Systeme
 - 3.3 Mobile Payment
 - 3.4 Scoring
4. Rechtsgrundlagen
 - 4.1 Rechtliche Aspekte bei Bestell- und Liefervorgang
 - 4.2 AGB, Handels- und Widerrufsrecht
 - 4.3 Bildrechte, Markenschutz und Datenschutz
 - 4.4 Haftung des Shop- und Webseitenbetreibers
5. Shopsysteme – Tools – Logistik
 - 5.1 Erfolgsfaktoren und Auswahlkriterien eines guten Onlineshops
 - 5.2 Gütesiegel/Zertifizierung
 - 5.3 Warenangebot und Bestellvorgang
 - 5.4 Abwicklung und Logistik
 - 5.5 Inkasso- und Forderungsmanagement
6. Social Media Marketing im E-Commerce
 - 6.1 Crossmediale Vermarktung von Onlineshops
 - 6.2 Kundenbindung und Erzielung von Reichweite
 - 6.3 Konfliktmanagement in sozialen Netzwerken
 - 6.4 Social Media-Werbung und -Werbenetzwerke
7. Monitoring und Analyse
 - 7.1 Erfolgsmessung: Ziele, Methoden und Mittel
 - 7.2 Targeting und KPI-Definitionen
 - 7.3 Web Controlling
 - 7.4 Besucheranalyse

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Fost, M. (2014): E-Commerce-Strategien für produzierende Unternehmen. Mit stationären Handelsstrukturen am Wachstum partizipieren. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Graf, A./Schneider, H. (2016): Das E-Commerce Buch. Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien. 2. Auflage, dfv, Frankfurt a. M.
- Hanson, W./Kalyanam, K. (2007): Internet Marketing and e-Commerce. 2. Auflage, Cengage, Boston.
- Heinemann, G. (2017): Der neue Online-Handel. Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Laudon, K./Traver, C. G. (2011): E-Commerce. Business. Technology. Society. 7. Auflage, Prentice Hall, Upper Saddle River (NJ).
- Meier, A./Stormer, H. (2012): eBusiness & eCommerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette. 3. Auflage, Springer, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
110 h	0 h	20 h	20 h	0 h	150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium	<input type="checkbox"/> Sprint
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab	<input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden	
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed	
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader	
<input type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

MWEC02-01

IT-Management

Modulcode: MWIT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. André Köhler (Management von IT-Projekten) / Prof. Dr. André Köhler (Management von IT-Services und IT-Architekturen)

Kurse im Modul

- Management von IT-Projekten (MWIT01)
- Management von IT-Services und IT-Architekturen (MWIT02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung	Teilmodulprüfung
	<u>Management von IT-Projekten</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten <u>Management von IT-Services und IT-Architekturen</u> <ul style="list-style-type: none"> • Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Management von IT-Projekten

- Grundprinzipien und Aufgaben im IT-Projektmanagement
- SW-Lebenszyklus: Von Planung bis Ablösung
- Rollen, deren typische Aktivitäten sowie Schnittstellen zu anderen Rollen
- Phasen im SW-Prozess, sowie beteiligte Rollen, typische Aktivitäten
- Vorgehensmodelle bei der SW-Entwicklung
- Agile Management- und -Kommunikationstechniken

Management von IT-Services und IT-Architekturen

- Grundlagen IT-Service Management und Begriffsbildung
- IT Infrastructure Library (ITIL)
- IT-Outsourcing
- IT-Architekturmanagement
- IT-Anwendungsportfolio-Management
- Aufbauorganisation der IT- und Architektur-Governance

Qualifikationsziele des Moduls**Management von IT-Projekten**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Wissensstand über IT-Projektmanagement kritisch widerzuspiegeln.
- verschiedene IT-Projektmanagementformate (kleine, mittlere und große Projekte) aufzustellen und die Methoden zur professionellen Durchführung dieser verschiedenen IT-Projekte zu kennen.
- ein IT-Management-Angebots als Grundlage für ein professionelles IT-Projektmanagement-Konzept zu erstellen.
- verschiedene IT-Management-Projektpläne (z.B. Zeit-, Kosten-, Ressourcen- und Risikoplan) zu verstehen und zu integrieren und diese Pläne in einem integrativen IT-Projektplanungs- und Controllingsystem zu verwenden.
- ein IT-Projektteam und seine Kern- und/oder erweiterten Teammitglieder zu organisieren und anzuleiten.

Management von IT-Services und IT-Architekturen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundprinzipien von IT-Strategie, IT-Governance und IT-Architekturmanagement zu benennen, zu erläutern und voneinander abzugrenzen .
- die typischen Aktivitäten des IT-Architekturmanagements, deren Zusammenhänge und deren Abhängigkeiten zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- die Grundlagen und Herausforderungen des IT-Service Managements zu erläutern.
- die Motivation und den Aufbau der IT Infrastructure Library (ITIL) zu beschreiben, die Hauptelemente zu erläutern und konkrete Aktivitäten im Service Lifecycle zu verorten.
- die Aktivitäten der ITIL-Governance und ITIL-Operational-Prozesse zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Informatik & Software-Entwicklung auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich IT & Technik

Management von IT-Projekten

Kurscode: MWIT01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ziel dieses Kurses ist es, die Teilnehmer mit den Konzepten des IT-Projektmanagements vertraut zu machen. Dies wird durch die Entwicklung eines Verständnisses der grundlegenden Prinzipien des Projektmanagements erreicht, das die Fähigkeit der Studenten verbessert, ihre Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen bei der Analyse und Lösung von IT-Projektmanagementproblemen anzuwenden. Ein besonderer Fokus liegt auf den Besonderheiten der IT-Projektorganisation, des Kostenmanagements und des Faktors Mensch in IT-Projekten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Wissensstand über IT-Projektmanagement kritisch widerzuspiegeln.
- verschiedene IT-Projektmanagementformate (kleine, mittlere und große Projekte) aufzustellen und die Methoden zur professionellen Durchführung dieser verschiedenen IT-Projekte zu kennen.
- ein IT-Management-Angebots als Grundlage für ein professionelles IT-Projektmanagement-Konzept zu erstellen.
- verschiedene IT-Management-Projektpläne (z.B. Zeit-, Kosten-, Ressourcen- und Risikoplan) zu verstehen und zu integrieren und diese Pläne in einem integrativen IT-Projektplanungs- und Controllingsystem zu verwenden.
- ein IT-Projektteam und seine Kern- und/oder erweiterten Teammitglieder zu organisieren und anzuleiten.

Kursinhalt

1. Einführung: Merkmale von IT-Projekten
 - 1.1 Definition von IT-Projekten
 - 1.2 Überblick über typische Rollen und Phasen von IT-Projekten
 - 1.3 Risiken und Herausforderungen von IT-Projekten
 - 1.4 Rolle eines IT-Projektmanagers

2. Organisation der Arbeit
 - 2.1 Projektstrukturplan, Arbeitspakete
 - 2.2 Priorisierung
 - 2.3 Zeitplanung, Meilensteine, Gantt-Diagramm
 - 2.4 Definition des Erledigten
3. Kostenschätzung und Controlling
 - 3.1 Herausforderungen der Kostenschätzung in IT-Projekten
 - 3.2 Schätzverfahren: 3-Punkte-Schätzung, doppelte blinde Expertenschätzung, Funktionspunkte
 - 3.3 Kostenkontrolle mit Hilfe der Fortschrittsanalyse
 - 3.4 Risikomanagement
4. Der menschliche Faktor
 - 4.1 Visionserhaltung
 - 4.2 Stakeholder-Management
 - 4.3 Konfliktmanagement
5. Organisation von kleinen und mittleren Projekten
 - 5.1 Rational Unified Process (RUP)
 - 5.2 Agile Software-Prozesse
 - 5.3 Scrum
 - 5.4 Plangetriebenes Projektmanagement in kleinen Projekten
6. Organisation von Großprojekten
 - 6.1 PMBOK Leitfaden
 - 6.2 Prinz2
 - 6.3 Multi-Projektmanagement
 - 6.4 Agile Softwareprozesse in Großprojekten
 - 6.5 Auswahl der geeigneten Projektmanagementmethode

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Balzert, H. (2011): Lehrbuch der Softwaretechnik: Entwurf, Implementierung, Installation und Betrieb. 3. Auflage, Spektrum, Heidelberg.
- Essigkrug, A./Mey, T. (2009): Rational Unified Process. 2. Auflage, Spektrum, Heidelberg, S. 16–23.
- Stellman, A./Greene, J. (2014): Learning Agile: Understanding Scrum, XP, Lean, and Kanban. O'Reilly Media.
- Ludewig, J./Lichter, H. (2013): Software Engineering: Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken. 3. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg.
- Sommerville, I. (2018): Software engineering. 10. Auflage, Pearson.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Management von IT-Services und IT-Architekturen

Kurscode: MWIT02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

IT-Servicemanagement ist ein Ansatz, die IT eines Unternehmens als Dienstleister und Unterstützer der betrieblichen und geschäftlichen Prozesse auszurichten und zu verstehen. Hierbei stehen Qualitätsmanagement und Handhabung des täglichen Betriebs im Vordergrund. Neben konkreten IT-Projekten, z. B. die Neuentwicklung eines IT-Systems oder die Einführung einer Standardsoftware, muss für die organisationsweite IT-Infrastruktur – also die Menge aller eingesetzter IT-Hardware und -Softwaresysteme – ein strategisches Management eingesetzt werden. Die Aufgabe des IT-Architekturmanagements ist die strategische Ausrichtung der IT-Infrastruktur an die Geschäfts- und IT-Strategie der Organisation. Dieser Kurs vermittelt typische Konzepte, Methoden, Vorgehensweisen und Modelle für die Aufgaben im Rahmen des IT-Architekturmanagements.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundprinzipien von IT-Strategie, IT-Governance und IT-Architekturmanagement zu benennen, zu erläutern und voneinander abzugrenzen .
- die typischen Aktivitäten des IT-Architekturmanagements, deren Zusammenhänge und deren Abhängigkeiten zu erläutern und voneinander abzugrenzen.
- die Grundlagen und Herausforderungen des IT-Service Managements zu erläutern.
- die Motivation und den Aufbau der IT Infrastructure Library (ITIL) zu beschreiben, die Hauptelemente zu erläutern und konkrete Aktivitäten im Service Lifecycle zu verorten.
- die Aktivitäten der ITIL-Governance und ITIL-Operational-Prozesse zu beschreiben und voneinander abzugrenzen.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Begriffe zum IT-Servicemanagement
 - 1.1 IT-Dienstleistungen (auch: IT-Services, engl.: IT services)
 - 1.2 IT-Servicemanagement
2. IT Infrastructure Library (ITIL)
 - 2.1 Service Lifecycle und Prozessgruppen in ITIL
 - 2.2 Service Strategy
 - 2.3 Continual Service Improvement

3. ITIL – Service Design
 - 3.1 Service Level Management
 - 3.2 Service Catalog Management
 - 3.3 Availability Management
 - 3.4 Weitere Prozesse im Service Design
4. ITIL – Service Transition
 - 4.1 Transition Planning and Support
 - 4.2 Change Management
 - 4.3 Service Asset and Configuration Management (SACM)
 - 4.4 Weitere Prozesse in der Service Transition
5. ITIL – Service Operation
 - 5.1 Event Management
 - 5.2 Incident Management
 - 5.3 Problem Management
 - 5.4 Weitere Prozesse in der Service Operation
6. Grundlagen und Begriffe zum IT-Architekturmanagement
 - 6.1 IT-Unternehmensarchitektur
 - 6.2 Ziele von Enterprise Architecture Management
 - 6.3 Prozesse im Management von IT-Unternehmensarchitekturen
7. IT-Anwendungsportfoliomanagement
 - 7.1 Überblick über das IT-Anwendungsportfoliomanagement
 - 7.2 Anwendungshandbuch
 - 7.3 Portfolioanalyse
 - 7.4 Bebauungsplanung
8. Architektur-Governance
 - 8.1 Aufbauorganisation
 - 8.2 Entwicklung und Durchsetzung von Richtlinien
 - 8.3 Projektbegleitung

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Beims, M. (2014): IT-Service Management in der Praxis mit ITIL. 4. Auflage, Carl Hanser, München.
- Böttcher, R. (2013): IT-Service Management mit ITIL – 2011 Edition. Einführung, Zusammenfassung und Übersicht der elementaren Empfehlungen. Heise, dpunkt, Heidelberg.
- Keller, W. (2012): IT-Unternehmensarchitektur. Von der Geschäftsstrategie zur optimalen IT-Unterstützung. 2. Auflage, dpunkt, Heidelberg.
- Kleiner, F. (2013): IT Service Management. Aus der Praxis für die Praxis. Springer Vieweg, Heidelberg.
- Scholderer, R. (2016): Management von Service-Level-Agreements. Methodische Grundlagen und Praxislösungen mit COBIT, ISO 20000 und ITIL. 2. Auflage, dpunkt, Heidelberg.
- Ward, J./Peppard, J. (2002): Strategic Planning for Information Systems. 3. Auflage, Wiley, Hoboken, NJ.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

MWIT02

Health Care Management A

Modulcode: MWHC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 10	Zeitaufwand Studierende 300 h
----------------------------------	--	---------------------	-------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Melanie Görgmaier (Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes) /
Melanie Görgmaier (Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen)

Kurse im Modul

- Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes (MWHC01)
- Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen (MWHC02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes**

- Das Gesundheitswesen in D, A und der CH
- Gesundheits-, Sozial- und Wohlfahrtspolitik in Deutschland
- Die private Krankenversicherung
- Gesundheitsmanagement und Managed Care
- Betrug und Korruption im Gesundheitswesen
- Reformansätze

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

- Besonderheiten von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen als Arbeitgeber
- Besonderheiten der Beschäftigungsstruktur im Gesundheits- und Sozialwesen
- Interdisziplinarität des Personaleinsatzes
- Demografische Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf das Personalmanagement
- Die Bedeutung von Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit
- Internationale Personalbeschaffung
- Die wachsende Bedeutung der Personalentwicklung

Qualifikationsziele des Moduls**Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements zu analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten zu können.
- die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einzuschätzen und nutzen zu können.
- die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter nachzuvollziehen.

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten des Personalmanagements im Gesundheits- und Sozialwesen zu kennen.
- die Kernaufgaben dieser besonderen Personalarbeit überblicken zu können und dadurch typische Handlungsfelder wie Personalplanung, Personaleinsatz, Personalmarketing und Personalentwicklung steuern zu können.
- aus der Analyse äußerer und innerer Rahmenbedingungen Entscheidungen für das Personalmanagement treffen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus dem Bereich Gesundheitsmanagement auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Gesundheit

Gesundheitsmanagement und Bedingungen des Gesundheitsmarktes

Kurscode: MWHC01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Ausgehend von einer Darstellung der verschiedenen Gesundheitssysteme werden die Spezifika des Gesundheitsmarktes vertiefend dargestellt. Der Schwerpunkt liegt hier bei den Versicherungssystemen der deutschsprachigen Länder. Die gegenwärtigen Prozesse im Zusammenspiel von Regulierung und Deregulierung des Gesundheitsmarktes, von Marktwirtschaft und Sicherstellungsbedürfnissen werden diskutiert. Wesentlichen Anteil wird die Darstellung des Widerspruchs zwischen wachsender Nachfrage, steigenden Möglichkeiten und limitierten Ressourcen im Gesundheitsmarkt, insbesondere im Bereich der Sozialversicherungssysteme, ausmachen. Daraus ableitend werden Lösungsansätze für eigenes wirtschaftliches Handeln und Managementstrategien entwickelt. Anbieter- und Nachfragerseite werden gleichberechtigt behandelt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Prozesse des Gesundheitsmarktes und -managements zu analysieren und im Hinblick auf Perspektiven und Risiken für eigene Entscheidungen bewerten zu können.
- die Dynamiken des Gesundheitsmarktes für eigene Managemententscheidungen einzuschätzen und nutzen zu können.
- die Zusammenhänge im Gesundheitsmarkt an der Schnittstelle jeweils öffentlicher und privater Nachfrager bzw. öffentlicher und privater Anbieter nachzuvollziehen.

Kursinhalt

1. Entwicklung der Gesundheitsausgaben
 - 1.1 Ursachen steigender Gesundheitskosten
 - 1.2 Zwischenbilanz: Stellenwert von Gesundheit
2. Das Gesundheitswesen in Deutschland
 - 2.1 Strukturen und Akteure
 - 2.2 Versicherte und Leistungen
 - 2.3 Finanzierung
 - 2.4 Künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in Deutschland

3. Das Gesundheitswesen in Österreich
 - 3.1 Strukturen und Akteure
 - 3.2 Versicherte und Leistungen
 - 3.3 Finanzierung
 - 3.4 Künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in Österreich
4. Das Gesundheitswesen in der Schweiz
 - 4.1 Strukturen und Akteure
 - 4.2 Versicherte und Leistungen
 - 4.3 Finanzierung
 - 4.4 Historische und künftige Entwicklung des Gesundheitswesens in der Schweiz
5. Gesundheits-, Sozial- und Wohlfahrtspolitik in Deutschland
 - 5.1 Allgemeines
 - 5.2 Freie Wohlfahrtspflege
6. Die private Krankenversicherung
 - 6.1 Allgemeines
 - 6.2 Versicherungsprinzipien
 - 6.3 Solidarität versus Kapitaldeckungsverfahren?
7. Gesundheitsmanagement und Managed Care
 - 7.1 Gesundheitsmanagement
 - 7.2 Aufgabenbereiche des Gesundheitsmanagements
 - 7.3 Managed Care
 - 7.4 Fördernde und hemmende Entwicklungen von Managed Care
8. Betrug und Korruption im Gesundheitswesen
 - 8.1 Daten und Fakten
 - 8.2 Erscheinungsformen und Täter
 - 8.3 Problem
 - 8.4 Folgen und Lösungsansätze
9. Reformansätze
 - 9.1 Bürgerversicherung und Prämienmodell
 - 9.2 Das Präventionsgesetz
 - 9.3 Pflege-Bahr

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Amelung, V. E. (2012): Managed Care. Neue Wege im Gesundheitsmanagement. 5. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Lauterbach, K. W./Stock, S./Brunner, H. (Hrsg.) (2013): Gesundheitsökonomie. Lehrbuch für Mediziner und andere Lehrberufe. 3. Auflage, Huber, Bern.
- Simon, M. (2013): Das Gesundheitssystem in Deutschland. Eine Einführung in Struktur und Funktionsweise. 4. Auflage, Huber, Bern.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Personalmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen

Kurscode: MWHC02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

Gesundheits- und Sozialeinrichtungen stehen infolge der gegenwärtigen gesellschaftlichen und ökonomischen Entwicklungen vor großen Herausforderungen. Das Personalmanagement nimmt hier eine ganz besondere Schlüsselfunktion ein, um diese Herausforderungen zu meistern und somit die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Dazu wird in diesem Kurs zunächst auf die Besonderheiten der Personalarbeit bzw. der Beschäftigungsstruktur im Gesundheits- und Sozialwesen eingegangen. Anschließend wird die Bedeutung interdisziplinärer Arbeitsprozesse erörtert sowie der Einfluss demografischer Veränderungsprozesse diskutiert. Des Weiteren wird dargelegt, wie man Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit steuern kann und warum beides unmittelbar miteinander in Zusammenhang steht. Abschließend wird dargelegt, welche aktuelle Rolle die Personalentwicklung in diesem besonderen Bereich einnimmt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Besonderheiten des Personalmanagements im Gesundheits- und Sozialwesen zu kennen.
- die Kernaufgaben dieser besonderen Personalarbeit überblicken zu können und dadurch typische Handlungsfelder wie Personalplanung, Personaleinsatz, Personalmarketing und Personalentwicklung steuern zu können.
- aus der Analyse äußerer und innerer Rahmenbedingungen Entscheidungen für das Personalmanagement treffen zu können.

Kursinhalt

1. Besonderheiten von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen als Arbeitgeber
 - 1.1 Grundlegende Arbeitsmarktbedingungen
 - 1.2 Besonderheiten aus dem Blickwinkel des Arbeitgebers
 - 1.3 Besonderheiten aus dem Blickwinkel des Arbeitnehmers
 - 1.4 Exkurs: Betriebliche Gesundheitsförderung

2. Besonderheiten der Beschäftigungsstruktur im Gesundheits- und Sozialwesen
 - 2.1 Motivation von Beschäftigten
 - 2.2 Honorar- und Zeitarbeit
 - 2.3 Feminisierung in Gesundheits- und Pflegeberufen
3. Interdisziplinarität des Personaleinsatzes
 - 3.1 Delegationsfähigkeit als Voraussetzung
 - 3.2 Delegation medizinischer Leistungen
 - 3.3 Delegation nicht-medizinischer Leistungen
4. Der Einfluss demografischer Entwicklungen auf das Personalmanagement
 - 4.1 Eckdaten zur demografischen Entwicklung
 - 4.2 Auswirkungen auf Gesundheits- und Sozialeinrichtungen
 - 4.3 Alters- und Generationenmanagement
5. Die Bedeutung von Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit
 - 5.1 Mitarbeiterzufriedenheit und die Bedeutung flexiblen Arbeitseinsatzes
 - 5.2 Patientenzufriedenheit und die Bedeutung individualisierter Medizin
 - 5.3 Zusammenhänge zwischen Mitarbeiter- und Patientenzufriedenheit
 - 5.4 Exkurs: Employer Branding
6. Internationale Personalbeschaffung
 - 6.1 Möglichkeiten der Steuerung und Überwachung von Migrationsaktivitäten
 - 6.2 Vor- und Nachteile von Migrationsbewegungen
 - 6.3 Rechtliche Herausforderungen für ausländische Arbeitskräfte in Deutschland
7. Die wachsende Bedeutung der Personalentwicklung
 - 7.1 Personalbedarfs- und Personaleinsatzplanung
 - 7.2 Personal- und Organisationsentwicklung

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Achterfeld, C. (2014). Aufgabenverteilung im Gesundheitswesen. Rechtliche Rahmenbedingungen der Delegation ärztlicher Leistungen. Springer Verlag.
- Esslinger, A.S./ Emmert, M./ Schöffski, O. (2010): Betriebliches Gesundheitsmanagement. Mit gesunden Mitarbeitern zu unternehmerischem Erfolg. Springer Gabler Verlag.
- Holtbrügge, D. (2018): Personalmanagement. 7., überarbeitete und erweiterte Auflage. Springer Gabler Verlag.
- Holz, M./ Da-Cruz, P. (Hrsg.) (2007): Demografischer Wandel in Unternehmen. Herausforderung für die strategische Personalplanung. Gabler, Wiesbaden.
- Naegeler, H. (2011): Personalmanagement im Krankenhaus. Grundlagen und Praxis. 2. Auflage, MWV, Berlin.
- Schafmeister, S. (2019): Personalmanagement im Gesundheitswesen. UVK Verlag, München.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

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

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	30 h	30 h	0 h	150 h

Lehrmethoden	
<input type="checkbox"/> Learning Sprints®	<input type="checkbox"/> Repetitorium
<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input type="checkbox"/> Creative Lab
<input checked="" type="checkbox"/> Vodcast	<input type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input type="checkbox"/> Shortcast	<input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed
<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input type="checkbox"/> Reader
<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input checked="" type="checkbox"/> Folien

Digitale Business-Modelle

Modulcode: DLMIDBM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	ECTS 5	Zeitaufwand Studierende 150 h
----------------------------------	--	---------------------	------------------	---

Semester s. Curriculum	Dauer Minimaldauer: 1 Semester	Regulär angeboten im WiSe/SoSe	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch
----------------------------------	---	--	---

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Mario Boßlau (Digitale Business-Modelle)

Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung:
Fallstudie, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Geschichte und Erfolgsfaktoren des Digital Business
- Trends im Digital Business
- Kenntnis und Bewertung alternativer Geschäftsmodelle im Digital Business
- Vorgehen zur Erarbeitung der strategischen Unternehmenspositionierung im Digital Business
- Kenntnis alternativer Finanzierungsmodelle
- Ziele und Vorgehen zur Erstellung des Business Plans für Digitale Business Modelle

Qualifikationsziele des Moduls**Digitale Business-Modelle**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

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

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLMIDBM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		5	keine

Beschreibung des Kurses

IT-getriebene Unternehmensgründungen und Geschäftsmodelle sind Gegenstand des Kurses „Digitale Business-Modelle“. Ausgehend von der Diskussion der historischen Entwicklung und der Rahmenbedingungen des Digital Business werden alternative Geschäftsmodelle im Digital Business systematisch dargestellt und hinsichtlich der jeweiligen Stärken- und Schwächen analysiert sowie bewertet. Die Studierenden lernen die zentralen Ansätze zur Entwicklung einer eigenständigen Unternehmenspositionierung und werden in die Lage versetzt, eigenständig die zentralen Einflussfaktoren auf den Unternehmenserfolg im digitalen Business zu prüfen und zu bewerten. Abschließend werden alternative Finanzierungskonzepte für digitale Geschäftsmodelle dargestellt und kritisch gewürdigt sowie die zentralen Bestandteile eines Business Plans detailliert. Darüber hinaus wird der gesamte Prozess zur Erstellung und Definition eines Business Plans im Detail dargestellt und an Praxisbeispielen erprobt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Geschichte und Rahmenbedingungen digitaler Business Modelle wiederzugeben.
- die Grundzüge des Innovationsmanagements nachvollziehen zu können.
- unterschiedliche Geschäftsmodelle der digitalen Wirtschaft zu erläutern und deren Vor- und Nachteile zu bewerten.
- die Grundlagen der strategischen und operativen Business-Modell-Planung im E-Commerce zu erklären.
- eigenständig einen Business-Plan für ein digitales Business-Modell erstellen zu können.

Kursinhalt

1. Innovationsmanagement und Geschäftsmodelldefinitionen
 - 1.1 Grundbegriffe des Innovationsmanagements und Zusammenhang mit digitalen Geschäftsmodellen
 - 1.2 Geschäftsmodelle: Genese – Definition – Bezug zu Innovation
 - 1.3 Spezifika digitaler Geschäftsmodelle im Vergleich zu traditionellen Betrachtungen

2. Digitale Geschäftsmodelle: Definition und Elemente
 - 2.1 Neue Elemente digitaler Geschäftsmodelle
 - 2.2 Redefinition und Kernelemente digitaler Geschäftsmodelle
 - 2.3 Wertearchitektur und Wertemechanik
3. Basisarchitekturen, Standardmuster und Netzwerkintegration
 - 3.1 Grundlegende digitale Geschäftsmodellarchitekturen
 - 3.2 Standardmuster nach Geschäftsmodellelementen
 - 3.3 Netzwerke und Differenzierungsstrategien
4. Erfolgsfaktoren und Strategie
 - 4.1 Zusammenhänge zwischen den Konzepten: Geschäftsmodell, Erfolgsfaktoren und Strategie
 - 4.2 Relevante Erfolgsfaktoren digitaler Geschäftsmodelle
 - 4.3 Strategieebenen und Strategiebeispiele im Rahmen digitaler Geschäftsmodelle und deren Elemente
5. Business Case und Besonderheiten bei der Investitionsplanung
 - 5.1 Elemente des Business Case und Zusammenhang zu den bisherigen Konzepten
 - 5.2 Erlösmechanik, Umsatzplanung und Erfolgsgrößen
 - 5.3 Besonderheiten bei der Investitionsplanung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Carl Hanser, München.
- Hoffmeister, C. (2013): Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen. Carl Hanser, München.
- Hoffmeister, C. (2015): Digital Business Modelling. Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern. Carl Hanser, München.
- Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus, Frankfurt/M.
- Stähler, P. (2002): Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie. Josef Eul, Lohmar.
- Stähler, P. (2019): Das Richtige gründen. Werkzeugkasten für Unternehmer. 4. Auflage, Murmann Publishers, Hamburg.
- Wirtz, B. W. (2020): Electronic Business. 7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Online-Vorlesung
-----------------------------------	------------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
<input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur	<input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input type="checkbox"/> Sprint <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung

DLMIDBM01

4. Semester

Masterarbeit

Modulcode: MMTH

Modultyp	Zugangsvoraussetzungen	Niveau	ECTS	Zeitaufwand Studierende
s. Curriculum	Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	MA	30	900 h

Semester	Dauer	Regulär angeboten im	Kurs- und Prüfungssprache
s. Curriculum	Minimaldauer: 1 Semester	WiSe/SoSe	Deutsch

Modulverantwortliche(r)

Studiengangsleiter (SGL) (Masterarbeit) / Studiengangsleiter (SGL) (Kolloquium)

Kurse im Modul

- Masterarbeit (MMTH01)
- Kolloquium (MMTH02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Masterarbeit

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

Kolloquium

- Studienformat "Fernstudium": Kolloquium

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Masterarbeit**

- Masterarbeit

Kolloquium

- Kolloquium zur Masterarbeit

Qualifikationsziele des Moduls**Masterarbeit**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

Kolloquium

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Alle Module im Masterprogramm

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Masterprogramme im Fernstudium

Masterarbeit

Kurscode: MMTH01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		27	keine

Beschreibung des Kurses

Ziel und Zweck der Masterarbeit ist es, die im Verlauf des Studiums erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen in Form einer akademischen Abschlussarbeit mit thematischem Bezug zum Studienschwerpunkt erfolgreich anzuwenden. Inhalt der Masterarbeit kann eine praktisch-empirische oder aber theoretisch-wissenschaftliche Problemstellung sein. Studierende sollen unter Beweis stellen, dass sie eigenständig unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers eine ausgewählte Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren, kritisch bewerten und Lösungsvorschläge erarbeiten können. Das von dem Studierenden zu wählende Thema aus dem jeweiligen Studienschwerpunkt soll nicht nur die erworbenen wissenschaftlichen Kompetenzen unter Beweis stellen, sondern auch das akademische Wissen des Studierenden vertiefen und abrunden, um seine Berufsfähigkeiten und -fertigkeiten optimal auf die Bedürfnisse des zukünftigen Tätigkeitsfeldes auszurichten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Anwendung der fachlichen und methodischen Kompetenzen, die sie im Studium erworben haben, zu bearbeiten.
- eigenständig – unter fachlich-methodischer Anleitung eines akademischen Betreuers – ausgewählte Aufgabenstellungen mit wissenschaftlichen Methoden zu analysieren, kritisch zu bewerten sowie entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- eine dem Thema der Masterarbeit angemessene Erfassung und Analyse vorhandener (Forschungs-)Literatur vorzunehmen.
- eine ausführliche schriftliche Ausarbeitung unter Einhaltung wissenschaftlicher Methoden zu erstellen.

Kursinhalt

- Im Rahmen der Masterarbeit muss die Problemstellung sowie das wissenschaftliche Untersuchungsziel klar herausgestellt werden. Die Arbeit muss über eine angemessene Literaturanalyse den aktuellen Wissensstand des zu untersuchenden Themas widerspiegeln. Der Studierende muss seine Fähigkeit unter Beweis stellen, das erarbeitete Wissen in Form einer eigenständigen und problemlösungsorientierten Anwendung theoretisch und/oder empirisch zu verwerten.

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
810 h	0 h	0 h	0 h	0 h	810 h

Lehrmethoden
Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eine akademischen Betreuers.

Kolloquium

Kurscode: MMTH02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	ECTS	Zugangsvoraussetzungen
MA	Deutsch		3	keine

Beschreibung des Kurses

Das Kolloquium wird nach Einreichung der Masterarbeit durchgeführt. Es erfolgt auf Einladung der Gutachter. Im Rahmen des Kolloquiums müssen die Studierenden unter Beweis stellen, dass sie den Inhalt und die Ergebnisse der schriftlichen Arbeit in vollem Umfang eigenständig erbracht haben. Inhalt des Kolloquiums ist eine Präsentation der wichtigsten Arbeitsinhalte und Untersuchungsergebnisse durch den Studierenden, und die Beantwortung von Fragen der Gutachter.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen.
- das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen.
- themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten.

Kursinhalt

- Das Kolloquium umfasst eine Präsentation der wichtigsten Ergebnisse der Masterarbeit, gefolgt von der Beantwortung von Fachfragen der Gutachter durch den Studierenden.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Renz, K.-C. (2016): Das 1 x 1 der Präsentation. Für Schule, Studium und Beruf. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Thesis-Kurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	BOLK: Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
90 h	0 h	0 h	0 h	0 h	90 h

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.