

MODULHANDBUCH

Master of Arts

Master Controlling (FS-MACO-120-01)

120 CP

Fernstudium

Stand: 27.März 2024

Klassifizierung: konsekutiv

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DLMCOUC: Unternehmenscontrolling

Modulbeschreibung	10
Kurs DLMCOUC01: Unternehmenscontrolling	12

Modul DLMFATRLB: Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Modulbeschreibung	16
Kurs DLMBACCE02_D: Rechnungslegung und Bilanzpolitik	18

Modul DLMCOFBIDA: Financial Business Intelligence und Data Analytics

Modulbeschreibung	23
Kurs DLMCOFBIDA01: Financial Business Intelligence und Data Analytics	25

Modul DLMSMN-01: Strategisches Management

Modulbeschreibung	28
Kurs MMAN01-01: Strategisches Management	30

Modul DLMMET-02: Forschungsmethodik

Modulbeschreibung	34
Kurs MMET01-02: Forschungsmethodik	36

Modul DLMGMWECG: Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Modulbeschreibung	41
Kurs DLMGMWECG01: Wirtschaftsethik und Corporate Governance	43

2. Semester

Modul DLMNMNB: Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre

Modulbeschreibung	47
Kurs DLMNMNB01: Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre	49

Modul MWFI1: Strategisches Finanzmanagement I

Modulbeschreibung	52
Kurs MWFI01: Strategisches Finanzmanagement I	54

Modul DLMCOUP-01: Unternehmensplanung

Modulbeschreibung	58
Kurs DLMCOUP01-01: Unternehmensplanung	60

Modul DLMMWCR1: Integriertes Controlling

Modulbeschreibung	64
Kurs DLMMWCR01: Integriertes Controlling	66

Modul DLMCODIC: Digitalisierung im Controlling

Modulbeschreibung	69
Kurs DLMCODIC01: Digitalisierung im Controlling	71

Modul DLMCOSCIC: Seminar Current Issues in Controlling

Modulbeschreibung	75
Kurs DLMCOSCIC01: Seminar Current Issues in Controlling	77

3. Semester**Modul DLMCOBCST: Business Communication und Storytelling**

Modulbeschreibung	81
Kurs DLMCOBCST01: Business Communication und Storytelling	83

Modul DLMCOPR: Controlling Projekt

Modulbeschreibung	86
Kurs DLMCOPR01: Controlling Projekt	88

Modul DLMBDSA-01: Data Science and Analytics

Modulbeschreibung	91
Kurs DLMBDSA01-01: Data Science	94
Kurs DLMBDSA02: Analytical Software and Frameworks	99

Modul DLMCOWEV: Entscheiden und Verhandeln

Modulbeschreibung	104
Kurs DLMBWELM01: Entscheidungslehre und -modelle	107
Kurs DLMNEGE01_D: Verhandlungstechniken	110

Modul DLMCOWCMUE: Change Management und Unternehmensentwicklung

Modulbeschreibung	113
Kurs DLMCMO01: Change Management und Organisationsentwicklung	115
Kurs DLMGMSCM01: Seminar: Change Management	119

Modul DLMIWBI: Business Intelligence

Modulbeschreibung	122
Kurs DLMIWBI01: Business Intelligence I	124
Kurs DLMIWBI02: Business Intelligence II	127

Modul DLMBWWDDBE: Digital Business und Entrepreneurship

Modulbeschreibung	130
-------------------------	-----

Kurs DLMIDBM01: Digitale Business-Modelle	133
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship	136
Modul DLMCOWNUE: Nachhaltige Unternehmensentwicklung	
Modulbeschreibung	141
Kurs DLMNMZGM01: Zukunftsfähige Geschäftsmodelle	143
Kurs DLMNMPEGM01: Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells	146
Modul DLMNMWIP: Internationale Perspektiven	
Modulbeschreibung	149
Kurs DLMINTMAB01_D: Management in einer globalisierten Welt	152
Kurs DLMNMSERM01: Seminar: Ethische Reflexion im Management	155
Modul DLMBAWKAKA: Kommunikation, Agilität und kreative Arbeitsmethoden	
Modulbeschreibung	158
Kurs DLMWPGUK01: Gesprächsführung und Kommunikationstechniken	162
Kurs DLMWPAKAM01: Agilität und kreative Arbeitsmethoden	167
Modul DLMCOWAFM: Advanced Financial Management	
Modulbeschreibung	172
Kurs MINR02: Corporate Finance	175
Kurs DLMFATSAACF01: Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance	179
Modul DLMBWWRMDT: Risikomanagement und Digitale Transformation	
Modulbeschreibung	182
Kurs DLMFATRM01: Risikomanagement	185
Kurs DLMFATDT01: Digitale Transformation im Finanzwesen	188
Modul DLMCOWPC: Personalcontrolling	
Modulbeschreibung	192
Kurs MWPM01-01: Human Resource Management I	195
Kurs DLMCUP01: Compensation und Personalcontrolling	199
Modul MWCH: Supply Chain Management	
Modulbeschreibung	203
Kurs MWCH01: Globales Supply Chain Management	206
Kurs MWCH02: Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain	210
Modul DLMPRWPM: Projektmanagement	
Modulbeschreibung	214
Kurs DLMPRAPM01_D: Angewandtes Projektmanagement	217
Kurs DLMPRWOPS02: Online Projektsimulation	221
Modul MWIT: IT-Management	
Modulbeschreibung	225

Kurs MWIT01: Management von IT-Projekten	228
Kurs MWIT02: Management von IT-Services und IT-Architekturen	232
Modul DLMBDSA-01: Data Science and Analytics	
Modulbeschreibung	236
Kurs DLMBDSA01-01: Data Science	239
Kurs DLMBDSA02: Analytical Software and Frameworks	244
Modul DLMCOWEV: Entscheiden und Verhandeln	
Modulbeschreibung	249
Kurs DLMBWELM01: Entscheidungslehre und -modelle	252
Kurs DLMNEGE01_D: Verhandlungstechniken	255
Modul DLMCOWCMUE: Change Management und Unternehmensentwicklung	
Modulbeschreibung	258
Kurs DLMCMO01: Change Management und Organisationsentwicklung	260
Kurs DLMGMSCM01: Seminar: Change Management	264
Modul DLMIWBI: Business Intelligence	
Modulbeschreibung	267
Kurs DLMIWBI01: Business Intelligence I	269
Kurs DLMIWBI02: Business Intelligence II	272
Modul DLMBWWDDBE: Digital Business und Entrepreneurship	
Modulbeschreibung	275
Kurs DLMIDBM01: Digitale Business-Modelle	278
Kurs DLMBIED01-01: Innovation und Entrepreneurship	281
Modul DLMCOWNUE: Nachhaltige Unternehmensentwicklung	
Modulbeschreibung	286
Kurs DLMNMZGM01: Zukunftsfähige Geschäftsmodelle	288
Kurs DLMNMPEGM01: Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells	291
Modul DLMNMWIP: Internationale Perspektiven	
Modulbeschreibung	294
Kurs DLMINTMAB01_D: Management in einer globalisierten Welt	297
Kurs DLMNMSERM01: Seminar: Ethische Reflexion im Management	300
Modul DLMBAWKAKA: Kommunikation, Agilität und kreative Arbeitsmethoden	
Modulbeschreibung	303
Kurs DLMWPGUK01: Gesprächsführung und Kommunikationstechniken	307
Kurs DLMWPAKAM01: Agilität und kreative Arbeitsmethoden	312
Modul DLMCOWAFM: Advanced Financial Management	
Modulbeschreibung	317

Kurs MINR02: Corporate Finance	320
Kurs DLMFATSAACF01: Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance	324

Modul DLMBWWRMDT: Risikomanagement und Digitale Transformation

Modulbeschreibung	327
Kurs DLMFATRM01: Risikomanagement	330
Kurs DLMFATDT01: Digitale Transformation im Finanzwesen	333

Modul DLMCOWPC: Personalcontrolling

Modulbeschreibung	337
Kurs MWPM01-01: Human Resource Management I	340
Kurs DLMCUP01: Compensation und Personalcontrolling	344

Modul MWCH: Supply Chain Management

Modulbeschreibung	348
Kurs MWCH01: Globales Supply Chain Management	351
Kurs MWCH02: Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain	355

Modul DLMPRWPM: Projektmanagement

Modulbeschreibung	359
Kurs DLMPRAPM01_D: Angewandtes Projektmanagement	362
Kurs DLMPRWOPS02: Online Projektsimulation	366

Modul MWIT: IT-Management

Modulbeschreibung	370
Kurs MWIT01: Management von IT-Projekten	373
Kurs MWIT02: Management von IT-Services und IT-Architekturen	377

Modul DLMEAIMAIP: AI and Mastering AI Prompting

Modulbeschreibung	381
Kurs DLMAIAI01: Artificial Intelligence	383
Kurs DLMPAIECPT01: Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques	387

Modul MWBC-01: Management Consulting

Modulbeschreibung	390
Kurs MWBC01-01: Management Consulting I	393
Kurs MWBC02-01: Management Consulting II	397

4. Semester

Modul MMTH: Masterarbeit

Modulbeschreibung	402
Kurs MMTH01: Masterarbeit	404

Kurs MMTH02: Kolloquium 407

1. Semester

Unternehmenscontrolling

Modulcode: DLMCOUC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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 (Unternehmenscontrolling)

Kurse im Modul

- Unternehmenscontrolling (DLMCOUC01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Unternehmenscontrollings
- Informationsressourcen und -grundlagen des Controllings
- Operative Planung und Kontrolle
- Taktische Planung und Kontrolle
- Strategische Planung und Kontrolle
- Aktuelle Themen im Unternehmenscontrolling

Qualifikationsziele des Moduls

Unternehmenscontrolling

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten, aktuellen Entwicklungen im Controlling und den dahinterliegenden Prozessen zu berücksichtigen und im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- in der fachlichen Diskussion um die Anwendung moderner Controllinginstrumente und dazugehöriger unternehmerischer Strukturen verschiedene Aussagen kritisch zu beleuchten und divergierende Lösungsansätze zu entwickeln.
- Auswirkungen aus der Anwendung von Controllinginstrumenten und dem Durchlaufen dazugehöriger Controllingprozesse einzuschätzen, die Motivation- und Interessenslage beteiligter Akteure zu antizipieren sowie geeignete Maßnahmen für eine möglichst kosten- und zeiteffiziente Implementierung abzuleiten.
- ausgewählte Controllinginstrumente und dahinterliegende Prozesse selbstständig zu erforschen, zu innovieren und die Ergebnisse auf geeignete, wissenschaftliche Weise darzustellen.
- konkrete praxisnahe Problemstellungen im Zusammenhang mit Controlling und dazugehöriger Prozesse innerhalb eines vorgegebenen Zeitplanes zu lösen.
- das konkrete berufliche Handeln in konkreten Handlungskontexten des Controllings zu erproben und systematisch zu reflektieren sowie intersubjektiv nachvollziehbar zu evaluieren.

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

Unternehmenscontrolling

Kurscode: DLMCOUC01

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

Beschreibung des Kurses

Controlling ist eines der betriebswirtschaftlichen Kernkompetenzfelder und Dreh- und Angelpunkt unternehmerischen Handelns. Von daher überrascht es auch nicht, dass Controlling nicht nur ein Instrumentarium an Mess-, Steuerungs- und Kontrollinstrumenten bereithält, sondern auch Schnittstellen mit weiteren betriebswirtschaftlichen Bereichen und damit verbundener Fachabteilungen in Unternehmen aufweist, bis hin beispielweise zur Unternehmensorganisation, Marketing und Vertrieb sowie Compliance und Wirtschaftsinformatik. Dieser Kurs soll zum einen das zentrale Instrumentarium des Controllings erläutern und zum anderen eben jenes Instrumentarium in die konkreten Prozesse operativer (u.a. Kostenvergleichs- und Deckungsbeitragsrechnung, Budgeting und Forecasting), taktischer (u.a. Target Costing, Benchmarking und Balanced Scorecard) sowie strategischer (u.a. Erfolgsfaktorenanalyse, SWOT-Analyse, Produktlebenszyklusanalyse) Planung und Kontrolle in Unternehmen einbetten. Dieses Instrumentarium des Controllings sowie die Schnittstellen zu anderen betriebswirtschaftlichen Teilgebieten sowie Fachabteilungen in Unternehmen werden abschließend unter dem Eindruck aktueller Entwicklungen beleuchtet.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten, aktuellen Entwicklungen im Controlling und den dahinterliegenden Prozessen zu berücksichtigen und im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- in der fachlichen Diskussion um die Anwendung moderner Controllinginstrumente und dazugehöriger unternehmerischer Strukturen verschiedene Aussagen kritisch zu beleuchten und divergierende Lösungsansätze zu entwickeln.
- Auswirkungen aus der Anwendung von Controllinginstrumenten und dem Durchlaufen dazugehöriger Controllingprozesse einzuschätzen, die Motivation- und Interessenslage beteiligter Akteure zu antizipieren sowie geeignete Maßnahmen für eine möglichst kosten- und zeiteffiziente Implementierung abzuleiten.
- ausgewählte Controllinginstrumente und dahinterliegende Prozesse selbstständig zu erforschen, zu innovieren und die Ergebnisse auf geeignete, wissenschaftliche Weise darzustellen.
- konkrete praxisnahe Problemstellungen im Zusammenhang mit Controlling und dazugehöriger Prozesse innerhalb eines vorgegebenen Zeitplanes zu lösen.
- das konkrete berufliche Handeln in konkreten Handlungskontexten des Controllings zu erproben und systematisch zu reflektieren sowie intersubjektiv nachvollziehbar zu evaluieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Unternehmenscontrollings
 - 1.1 Definition und konzeptionelle Ansätze des Controllings
 - 1.2 Entwicklung und Wandel des Controllers und der Controlling-Funktion
 - 1.3 Controlling als Führungsunterstützung und Rationalitätssicherung
 - 1.4 Digitalisierung im Controlling
2. Informationsressourcen und -grundlagen des Controllings
 - 2.1 Differenzierung internes und externes Rechnungswesen
 - 2.2 Systeme des internen Rechnungswesens
 - 2.3 Kennzahlen als Instrument der Unternehmenssteuerung
 - 2.4 Relevante Schnittstellen des Controllings zu unternehmensinternen Bereichen
3. Operative Planung und Kontrolle
 - 3.1 Grundlagen der operativen Planung und Kontrolle
 - 3.2 Ansätze zu Budgetierung und Forecasting
 - 3.3 Weitere ausgewählte Instrumente der operativen Planung und Kontrolle
4. Taktische Planung und Kontrolle
 - 4.1 Mittelfristige Planung als Grundlage der taktischen Planung und Kontrolle
 - 4.2 Praxisrelevante Methoden der Investitionsrechnung

4.3	Weitere ausgewählte Instrumente der taktischen Planung und Kontrolle
5.	Strategische Planung und Kontrolle
5.1	Grundlagen der strategischen Planung und Kontrolle
5.2	Ausgewählte Instrumente der strategischen Planung und Kontrolle
6.	Aktuelle Themen im Unternehmenscontrolling
6.1	Unternehmenscontrolling im Kontext agiler Organisation
6.2	Nachhaltigkeit und Unternehmenscontrolling
6.3	Die Rolle des Unternehmenscontrollings in der Corporate Governance und im Risikomanagement
6.4	Besonderheiten des Controllings digitaler Geschäftsmodelle

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

- Horváth, P., Gleich, R., & Seiter, M. (2019). Controlling (14. Auflage). Vahlen.
- Weber, J., & Schäffer, U. (2020). Einführung in das Controlling (16. Auflage). Schäffer-Poeschel.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Modulcode: DLMFATRLB

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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 (Rechnungslegung und Bilanzpolitik)

Kurse im Modul

- Rechnungslegung und Bilanzpolitik (DLMBACCE02_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen der Rechnungslegung und Bilanzierung
- Bilanzierung von Aktiva
- Bilanzierung von Passiva
- International Financial Reporting Standards (IFRS)
- Rechnungslegung und Bewertung
- Investitionsrechnung
- Financial Modeling und Unternehmensbewertung

Qualifikationsziele des Moduls

Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Fragen und Grundsätze der Jahresabschlusserstellung und -analyse zu erklären.
- bilanzpolitische Spielräume des Managements bei der Bilanzierung nach HGB bzw. IFRS zu identifizieren und zu bewerten.
- Aktiva und Passiva in der Bilanz von Unternehmen zu bewerten und – mit Blick auf die zunehmende Bedeutung cash-orientierter Unternehmensführung - zu optimieren.
- die Grundlagen und Prinzipien der International Financial Reporting Standards (IFRS) und wichtige Unterschiede zur Bilanzierung nach HGB zu verstehen und IFRS Standards in der Praxis anzuwenden.
- die Bewertung von Unternehmen auf Grundlage von Finanzberichten mit Hilfe unterschiedlicher Methoden und Ansätze durchzuführen und kritisch zu beurteilen.
- mit Hilfe investitionsrechnerischer Verfahren unternehmerische Entscheidungen mit bilanzieller Tragweite methodisch korrekt vorzubereiten.
- selbständig unter Berücksichtigung anzuwendender Rechnungslegungsstandards eine GuV, Bilanz und Cash-Flow Rechnung mit Hilfe von Microsoft Excel zu modellieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

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

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Rechnungslegung und Bilanzpolitik

Kurscode: DLMBACCE02_D

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

Beschreibung des Kurses

Die externe Rechnungslegung ist für die verschiedenen Stakeholder von Unternehmen (u.a. Aktionäre bzw. Investoren, Gläubiger, Kunden oder Mitarbeiter) eine wichtige Informations- und Entscheidungsgrundlage. Durch nationale Rechnungslegungsstandards (sog. ‚GAAP‘ [Generally Accepted Accounting Principles], in Deutschland: HGB) ist die externe Rechnungslegung dabei stark reguliert. Dennoch bieten sich dem Management auch in der externen Rechnungslegung erhebliche bilanzpolitische Spielräume, die zielgerichtet im Rahmen der Bilanzierung genutzt werden können. Da Unternehmen auf ihren jeweiligen Beschaffungs- und Absatzmärkten und Investoren auf den Kapitalmärkten zunehmend international ausgerichtet sind kommt zudem der Internationalen Rechnungslegung eine immer größere Bedeutung zu, um die Vergleichbarkeit der Jahresabschlüsse von Unternehmen zu ermöglichen. Vor diesem Hintergrund vermittelt dieser Kurs zunächst die Grundlagen der Erstellung und Analyse des handelsrechtlichen Jahresabschlusses. Grundfragen der Bilanzierung von Aktiva und Passiva werden dabei auch mit Blick auf die jeweiligen bilanzpolitischen Spielräume erörtert. Anschließend werden die wesentlichen Ziele, Grundprinzipien und Standards der Internationalen Rechnungslegung (IFRS) eingeführt und ihre bilanzpolitischen Implikationen im Vergleich zum HGB gewürdigt. Darüber hinaus führt der Kurs in Methoden und Ansätze der Unternehmensbewertung auf Basis von Finanzberichten ein und stellt die zentralen investitionsrechnerischen Verfahren dar, mit denen unternehmerische Entscheidungen von bilanzieller Tragweite systematisch vorbereitet werden. Der Kurs schließt mit einer anwendungs- und praxisorientierten Fallstudie zum Financial Modeling ab. Die Studierenden lernen dabei, die grundlegenden Bausteine der Rechnungslegung (GuV, Bilanz und Cash-Flow) in einer integrierten Planung mit Hilfe von Microsoft Excel zu modellieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ausgewählte Fragen und Grundsätze der Jahresabschlusserstellung und -analyse zu erklären.
- bilanzpolitische Spielräume des Managements bei der Bilanzierung nach HGB bzw. IFRS zu identifizieren und zu bewerten.
- Aktiva und Passiva in der Bilanz von Unternehmen zu bewerten und – mit Blick auf die zunehmende Bedeutung cash-orientierter Unternehmensführung - zu optimieren.
- die Grundlagen und Prinzipien der International Financial Reporting Standards (IFRS) und wichtige Unterschiede zur Bilanzierung nach HGB zu verstehen und IFRS Standards in der Praxis anzuwenden.
- die Bewertung von Unternehmen auf Grundlage von Finanzberichten mit Hilfe unterschiedlicher Methoden und Ansätze durchzuführen und kritisch zu beurteilen.
- mit Hilfe investitionsrechnerischer Verfahren unternehmerische Entscheidungen mit bilanzieller Tragweite methodisch korrekt vorzubereiten.
- selbständig unter Berücksichtigung anzuwendender Rechnungslegungsstandards eine GuV, Bilanz und Cash-Flow Rechnung mit Hilfe von Microsoft Excel zu modellieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Rechnungslegung und Bilanzierung
 - 1.1 Zielsetzung und Bausteine der Rechnungslegung
 - 1.2 Grundsätze der Rechnungslegung nach HGB und BilMoG
 - 1.3 Vom Geschäftsvorfall zum Jahresabschluss – ein Beispiel
 - 1.4 Kennzahlenbasierte Bilanzanalyse
 - 1.5 Rechnungslegung und Bilanzpolitik
2. Bilanzierung von Aktiva
 - 2.1 Abgrenzung und Wertansätze von Aktiva
 - 2.2 Bilanzpolitische Spielräume bei der Bilanzierung von Aktiva
 - 2.3 Bilanzierung des Vorratsvermögens
 - 2.4 Bilanzierung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
 - 2.5 Kennzahlen zur Steuerung und Optimierung des Umlaufvermögens
3. Bilanzierung von Passiva
 - 3.1 Bilanzierung des Eigenkapitals
 - 3.2 Bilanzierung des Fremdkapitals
 - 3.3 Finanzierungsstruktur und Gewinn pro Aktie
 - 3.4 Bilanzanalyse anhand des Kurs-Gewinn-Verhältnisses
 - 3.5 Strategisch orientierte Bilanzpolitik
4. International Financial Reporting Standards (IFRS)

- 4.1 Ziel, Aufbau und Bestandteile der IFRS-Rechnungslegung
- 4.2 Grundsätze der Rechnungslegung nach IFRS
- 4.3 Ausgewählte Fragen der Bilanzierung von Aktiva nach IFRS
- 4.4 Ausgewählte Fragen der Bilanzierung von Passiva nach IFRS
- 4.5 Bilanzierung von Erlösen nach IFRS 15
- 4.6 Bilanzpolitik in der IFRS-Rechnungslegung
5. Rechnungslegung und Bewertung
 - 5.1 Finanzberichte und Unternehmensbewertung
 - 5.2 Bewertung und Analyse mittels Kurs-Buchwert-Relation
 - 5.3 Bewertung und Analyse mittels Kurs-Gewinn-Relation
 - 5.4 Cash-Orientierung bei Unternehmenssteuerung und -bewertung
 - 5.5 Bewertung und Analyse mittels diskontierter Cashflows
6. Investitionsrechnung
 - 6.1 Entscheidungen über Investitionsprojekte
 - 6.2 Statische Verfahren der Investitionsrechnung: Amortisationsrechnung und Rentabilitätsrechnung
 - 6.3 Dynamische Investitionsrechnung: Kapitalwert und interner Zinsfuß
 - 6.4 Mehrdeutigkeit von Kapitalwert und internem Zinsfuß
 - 6.5 Modellierung von Investitionsentscheidungen und -budgets
7. Financial Modeling und Unternehmensbewertung
 - 7.1 Fallstudie ‚Mountain Lodge AG‘
 - 7.2 Analyse von Kennzahlen und Unternehmensbewertung

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

- Berk, J./DeMarzo, P. (2016): Grundlagen der Finanzwirtschaft – Analyse, Entscheidung und Umsetzung. 3. Auflage, Pearson. München.
- Ernst, D., Häcker, J. (2016): Financial Modeling. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Guserl, R./Pernsteiner, H. (2015): Finanzmanagement: Grundlagen, Konzepte, Umsetzung. 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hansen, D. R./Mowen, M. M. (2015): Cornerstones of cost management. 3. Auflage, Cengage, Boston.
- Needles, B. E./Powers, M. (2013): International financial reporting standards: An introduction. 3. Auflage, Cengage, Boston.
- Penman, S. H. (2012): Financial statement analysis and security valuation. 5. Auflage, McGraw Hill Education, New York.
- Poggensee, K. (2015): Investitionsrechnung – Grundlagen, Aufgaben, Lösungen. 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schuster, T./ Collenberg, L. R. v. (2017): Investitionsrechnung: Kapitalwert, Zinsfuß, Annuität, Amortisation. Springer Gabler. Wiesbaden.
- Warren, C. S. (2017): Survey of accounting. 8. Auflage, Cengage, Boston.
- Weber, J./Weißenberger, B. E. (2015): Einführung in das Rechnungswesen – Bilanzierung und Kostenrechnung. 9. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Zimmermann, J./Werner, J. R./Hitz, J.-M. (2019): Buchführung und Bilanzierung nach IFRS und HGB – Eine Einführung mit praxisnahen Fällen. 4. Auflage, Pearson Verlag, Hallbergmoos.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Financial Business Intelligence und Data Analytics

Modulcode: DLMCOFBIDA

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

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

Modulverantwortliche(r)

Sergej Samoilov (Financial Business Intelligence und Data Analytics)

Kurse im Modul

- Financial Business Intelligence und Data Analytics (DLMCOFBIDA01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen Financial Business Intelligence und Data Analytics
- Descriptive, Predictive und Prescriptive Analytics
- Datenvisualisierung und Information Dashboards
- Treiberbasierte Simulationen
- Big Data: Konzepte und Tools

Qualifikationsziele des Moduls

Financial Business Intelligence und Data Analytics

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Digital und Data Literacy im Controlling zu verstehen.
- Grundlagen, Einsatzmöglichkeiten und Anwendungsfälle von BI im Finanzbereich und Controlling zu verstehen.
- Methoden und Prinzipien der Datenvisualisierung und Gestaltung von Dashboards zu verstehen und praktisch anzuwenden.
- Predictive und Prescriptive Analytics zu verstehen und anwenden zu können.
- Treiberbasierte Simulationen im Controlling einzusetzen.
- Grundlagen von Big Data Analytics und Data Mining zu verstehen.

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

Financial Business Intelligence und Data Analytics

Kurscode: DLMCOFBIDA01

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

Beschreibung des Kurses

Business Intelligence (BI) umfasst die Methoden, Prozesse und Anwendungen auf der Grundlage von Daten entscheidungsrelevante Information zu generieren, um den Unternehmenswert zu steigern. Im Rahmen der digitalen Transformation im Finanzbereich und Controlling werden Grundkenntnisse in Financial BI und Data Analytics als fundamentale digitale Kompetenzen in der Praxis angesehen. Ziel des Kurses ist es, den Studierenden Grundlagen, Einsatzmöglichkeiten und Anwendungsfälle von Financial BI und Data Analytics zu vermitteln. Schwerpunkte sind dabei Datenvisualisierung und Information Dashboards, Data- und Text Mining, treiberbasierte Simulation, sowie Big Data Konzepte und Tools.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung von Digital und Data Literacy im Controlling zu verstehen.
- Grundlagen, Einsatzmöglichkeiten und Anwendungsfälle von BI im Finanzbereich und Controlling zu verstehen.
- Methoden und Prinzipien der Datenvisualisierung und Gestaltung von Dashboards zu verstehen und praktisch anzuwenden.
- Predictive und Prescriptive Analytics zu verstehen und anwenden zu können.
- Treiberbasierte Simulationen im Controlling einzusetzen.
- Grundlagen von Big Data Analytics und Data Mining zu verstehen.

Kursinhalt

1. Grundlagen Financial Business Intelligence und Data Analytics
 - 1.1 Begriff und Gegenstand
 - 1.2 Relevanz im Finanzbereich und Controlling
2. Descriptive Analytics
 - 2.1 Datentypen und Datenaufbereitung
 - 2.2 Statistische Modellierung
 - 2.3 Datenvisualisierung
 - 2.4 Information Dashboards
3. Predictive Analytics

- 3.1 Data Mining: Anwendungen, Prozesse und Methoden
- 3.2 Text Mining und Natural Language Processing
4. Prescriptive Analytics
 - 4.1 Modell-basierte Entscheidungsunterstützung
 - 4.2 Treiberbasierte Simulation
 - 4.3 Künstliche Intelligenz und Maschinelles Lernen
5. Big Data: Konzepte und Tools
 - 5.1 Big Data Definition
 - 5.2 Big Data Business Anwendungen und Analytics
 - 5.3 Big Data Technologien
6. Zukünftige Trends und Ausblick
 - 6.1 Anwendungsszenarien
 - 6.2 Explainable AI und Automatisiertes Maschinelles Lernen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Provost, F., & Fawcett, T. (2013). Data Science for Business. O'Reilly Media.
- Schöning, S., Mendel, V., & Hornstein, S. (2021). Digitale Kompetenzen gezielt entwickeln. Controlling & Management Review, 65, 56–61. <https://doi.org/10.1007/s12176-020-0355-4>
- Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2018). Business Intelligence, Analytics, and Data Science: A Managerial Perspective. Pearson Education.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Strategisches Management

Modulcode: DLMSMN-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Lena Bernhofer (Strategisches Management)

Kurse im Modul

- Strategisches Management (MMAN01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- 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

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.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Betriebswirtschaft & Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Strategisches Management

Kurscode: MMAN01-01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Forschungsmethodik

Modulcode: DLMMET-02

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Julia Pitters (Forschungsmethodik)

Kurse im Modul

- Forschungsmethodik (MMET01-02)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit
Studienformat: *Studienformat*
Prüfungsart

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

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

Qualifikationsziele des Moduls

Forschungsmethodik

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen qualitativer und quantitativer Forschung zu differenzieren.
- 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 unterscheiden und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsfrage, Forschungsansatz, Darstellung und ethischen Aspekten zu bewerten.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module im Bereich Methoden

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Forschungsmethodik

Kurscode: MMET01-02

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

Beschreibung des Kurses

Auf Basis eines wissenschaftstheoretischen Hintergrunds erlernen die Studierenden zunächst sowohl die Terminologie als auch die forschungstheoretischen Paradigmen kennen. Anschließend geht es um die Differenzierung von klassischen quantitativen versus qualitativen Forschungsmethoden mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen sowie um die Betrachtung der Gütekriterien. Auf den Annahmen der klassischen sowie der probabilistischen Testtheorie beruhend, werden die Voraussetzungen für die Konstruktion einer quantitativen Studie besprochen, die wichtigsten Forschungsmethoden vorgestellt und die einzelnen Schritte eines Forschungsprojekts nachvollzogen. Des Weiteren erfolgt die Befassung mit den relevantesten qualitativen Forschungs- und Auswertungsmethoden. Den Abschluss bildet eine kritische Auseinandersetzung hinsichtlich ethischer und datenschutzrechtlicher Aspekte empirischer (digitaler) Forschung.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zwischen qualitativer und quantitativer Forschung zu differenzieren.
- 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 unterscheiden und in eigener Forschung anzuwenden.
- spezielle Probleme bei der Durchführung von Forschungsstudien zu analysieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
- die Qualität von Forschungsvorhaben hinsichtlich quantitativer und qualitativer Gütekriterien bewerten zu können.
- Konzeptionen der Forschung im Hinblick auf Forschungsphilosophie, Forschungsfrage, Forschungsansatz, Darstellung und ethischen Aspekten zu bewerten.

Kursinhalt

1. Wissenschaftliche Grundlagen
 - 1.1 Grundlegende Vorstellungen in der Wissenschaft
 - 1.2 Erklärungsansätze in der Wissenschaft
 - 1.3 Perspektiven in der Wissenschaft

2. Forschungsrichtungen und Gütekriterien
 - 2.1 Quantitative versus qualitative Forschung
 - 2.2 Gütekriterien in der quantitativen und qualitativen Forschung
3. Test- und Fragebogenkonstruktion
 - 3.1 Skalenniveaus und die Unterscheidung manifester und latenter Merkmale
 - 3.2 Klassische Testtheorie
 - 3.3 Probabilistische Testtheorie
 - 3.4 Grundlegende Konzepte der Itembildung
 - 3.5 Skalierungsverfahren und Indexbildung
4. Quantitatives Forschungsdesign
 - 4.1 Die Befragung
 - 4.2 Das Experiment
 - 4.3 Die Beobachtung
5. Qualitatives Forschungsdesign
 - 5.1 Das Interview
 - 5.2 Die Fokusgruppe
 - 5.3 Grounded Theory
6. Umsetzung, Darstellung und Reflexion
 - 6.1 Forschungsplan/Exposé
 - 6.2 Dokumentation des Forschungsprozesses
 - 6.3 Darstellung von Forschungsergebnissen
 - 6.4 Interpretation von Forschungsergebnissen
 - 6.5 Ethische Aspekte, digitale Entwicklungen und Datenschutz

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 Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat *Studienformat*

Studienform	Kursart
--------------------	----------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium	Präsenzstudium	Tutorium/ Tutorielle Betreuung	Selbstüberprüfung	Praxisanteil	Gesamt
0 h	0 h	0 h	0 h	0 h	0 h

Lehrmethoden

Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Modulcode: DLMGMWECG

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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 (Wirtschaftsethik und Corporate Governance)

Kurse im Modul

- Wirtschaftsethik und Corporate Governance (DLMGMWECG01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Einführung in Wirtschaftsethik und Corporate Governance
- Ethik Theorien
- Wirtschaftsethische Problembereiche und Lösungsansätze
- Grundlegende Perspektiven der Corporate Governance
- Überwachungskonzepte der Corporate Governance
- Verbindung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Qualifikationsziele des Moduls**Wirtschaftsethik und Corporate Governance**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundbegriffe und Definitionen der Wirtschaftsethik zu erklären.
- die wichtigsten Theorien der Wirtschaftsethik zu unterscheiden.
- wirtschaftsethische Überzeugungen in die unternehmerische Praxis umzusetzen.
- unterschiedliche Verständnisse der Corporate Governance zu erklären.
- die Einflüsse wirtschaftsethischer Verständnisse auf die Corporate Governance aufzuzeigen.
- eigenständig anhand einer Hausarbeit die Beziehung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance an einem Beispiel aus der Unternehmenspraxis wissenschaftlich zu erörtern.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Volkswirtschaftslehre

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Wirtschaftsethik und Corporate Governance

Kurscode: DLMGMWECG01

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

Beschreibung des Kurses

Im Rahmen des Kurses „Wirtschaftsethik und Corporate Governance“ erstellen die Studierenden auf der Basis vorgegebener Themenvorschläge eine Hausarbeit, in der sie anhand eines Beispiels aus der Wirtschaftspraxis und wissenschaftlich fundiert die Beziehung zwischen Wirtschaftsethik und Corporate Governance aufzeigen. Die Studierenden zeigen dabei die Fähigkeit, sich eigenständig in die Thematik einzuarbeiten, wissenschaftliche Theorie und unternehmerische Praxis zu verknüpfen und ihre gewonnenen Erkenntnisse strukturiert zu dokumentieren und zu präsentieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Grundbegriffe und Definitionen der Wirtschaftsethik zu erklären.
- die wichtigsten Theorien der Wirtschaftsethik zu unterscheiden.
- wirtschaftsethische Überzeugungen in die unternehmerische Praxis umzusetzen.
- unterschiedliche Verständnisse der Corporate Governance zu erklären.
- die Einflüsse wirtschaftsethischer Verständnisse auf die Corporate Governance aufzuzeigen.
- eigenständig anhand einer Hausarbeit die Beziehung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance an einem Beispiel aus der Unternehmenspraxis wissenschaftlich zu erörtern.

Kursinhalt

1. Einführung in Wirtschaftsethik und Corporate Governance
 - 1.1 Definitionen und Gegenstand der Wirtschaftsethik
 - 1.2 Definitionen und Gegenstand der Corporate Governance
 - 1.3 Generelle Beziehung zwischen Wirtschaftsethik und Corporate Governance
2. Ethik-Theorien
 - 2.1 Wesen und Nutzen von Ethik-Theorien
 - 2.2 Deontologie und Utilitarismus im Vergleich
 - 2.3 Ableitung wirtschaftsethischer Konzepte aus Ethik-Theorien
3. Wirtschaftsethische Problembereiche und Lösungsansätze
 - 3.1 Kategorisierung wirtschaftsethischer Probleme
 - 3.2 Bausteine eines unternehmerischen Ethik-Programms

- 3.3 Maßnahmen zur Ethik-Implementierung
4. Grundlegende Perspektiven der Corporate Governance
 - 4.1 Begriff und Anwendungsfokus der Corporate Governance
 - 4.2 Unterschiede in den Zugängen zur Corporate Governance
 - 4.3 Der Überwachungsbegriff und seine Auslegung
5. Überwachungskonzepte der Corporate Governance
 - 5.1 Governance-Mechanismen
 - 5.2 Governance-Systeme
 - 5.3 Corporate Governance Codes
6. Verbindung von Wirtschaftsethik und Corporate Governance
 - 6.1 Zusammenspiel von Wirtschaftsethik und Corporate Governance
 - 6.2 Bausteine einer ethikorientierten Corporate Governance
 - 6.3 Führung im Kontext ethikorientierter Corporate Governance

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Rossouw, D./van Vuuren, L. (2018): Business Ethics. 6. Auflage, Oxford University Press, SA.
- Schnebel, E. (2017): Wirtschaftsethik im Management. Rationalität und Verantwortung in organisationalen Handlungen. Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Welge, M. K./Eulerich, M. (2012): Corporate-Governance-Management. Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Clarke, T./Branson, D. (Hrsg.) (2012): The Sage Handbook of Corporate Governance. Sage, London.
- Müller-Seitz, G./Braun, T. (2013): Erfolgreich Abschlussarbeiten verfassen im Studium der BWL und VWL. Pearson, Halbergmoos.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

2. Semester

Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre

Modulcode: DLMNMNB

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Karsten Hurrelmann (Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre)

Kurse im Modul

- Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre (DLMNMNB01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Wissenschaftliche Grundlagen einer nachhaltigen BWL
- Rolle von Unternehmen im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung
- Entwicklung von Perspektiven und Modellen einer nachhaltigen Unternehmensführung
- Nachhaltigkeit in den Managementdisziplinen
- Ausblick: Nachhaltigkeit in der Praxis, internationalen Diskussion und akademischen Forschung

Qualifikationsziele des Moduls**Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Betriebswirtschaftslehre aus der Perspektive des nachhaltigen Managements neu zu denken und zu verstehen.
- die wichtigsten Begriffe, Theorien und Modelle des nachhaltigen Managements in der Praxis anzuwenden.
- die neue Rolle der Unternehmen in der Gesellschaft und in der betriebswirtschaftlichen Praxis zu verstehen.
- die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit in Managemententscheidungen zu integrieren.

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

Nachhaltige Betriebswirtschaftslehre

Kurscode: DLMMNB01

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

Beschreibung des Kurses

Dieser Kurs stellt die neue betriebswirtschaftliche Sichtweise auf nachhaltiges Management und Unternehmertum dar. Es werden die gängigen Begriffe sowie Theorien und Modelle einer nachhaltigen BWL vorgestellt und praxisnah erläutert, um den Studierenden so die Möglichkeit zu geben, das erlangte Wissen auch in der Praxis umzusetzen. Auf diese Weise bereitet der Kurs darauf vor, nachhaltiges Management in die eigenen zukünftigen Managemententscheidungen zu integrieren. Zugleich stellt er die konzeptionelle Basis für den Studiengang und die weiteren inhaltlichen Vertiefungen und Exkurse dar. Auf die Frage „Profit oder Nachhaltigkeit?“ hört man aus der unternehmerischen Praxis sowie aus der Wissenschaft zunehmend dieselbe Antwort: „Sowohl als auch!“ Die Welt erlebt gegenwärtig eine Transformation der Geschäftsmodelle und Managementansätze in großen und mittelständischen Unternehmen. Diese gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen positiv anzunehmen und somit als unternehmerische Chance zu begreifen, sind die Grundlage für ein neues Managementparadigma – Unternehmerischer Erfolg durch nachhaltiges Management.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Betriebswirtschaftslehre aus der Perspektive des nachhaltigen Managements neu zu denken und zu verstehen.
- die wichtigsten Begriffe, Theorien und Modelle des nachhaltigen Managements in der Praxis anzuwenden.
- die neue Rolle der Unternehmen in der Gesellschaft und in der betriebswirtschaftlichen Praxis zu verstehen.
- die verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit in Managemententscheidungen zu integrieren.

Kursinhalt

1. Wissenschaftliche Grundlagen einer nachhaltigen BWL
 - 1.1 Philosophische Grundlagen und Erkenntnistheoretische Perspektiven der BWL
 - 1.2 Neuere Empirische Erkenntnisse als Basis für eine nachhaltige BWL
2. Rolle von Unternehmen im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung
 - 2.1 Gesellschaftliche Entwicklungen und Unternehmerische Herausforderungen

- 2.2 Unternehmertum als Treiber gesellschaftlicher Entwicklung
- 2.3 Mindset des nachhaltigen Unternehmertums – Überwindung des Trade off Denkens im Management
3. Entwicklung von Perspektiven und Modellen einer nachhaltigen Unternehmensführung
 - 3.1 Neue ökonomische Ansätze in der BWL
 - 3.2 Purpose und Unternehmenszweck als Basis der Unternehmensstrategie
 - 3.3 Impact unternehmerischen Handelns als Basis der Unternehmenssteuerung
4. Nachhaltigkeit in den Managementdisziplinen
 - 4.1 Unterschied zwischen Nachhaltigkeitsmanagement und nachhaltigem Management
 - 4.2 Integration von unternehmerischen Entscheidungen in den BWL-Disziplinen
 - 4.3 Interdisziplinäre Erkenntnisse und Konzepte zur Weiterentwicklung der BWL
5. Ausblick: Nachhaltigkeit in der Praxis, internationalen Diskussion und akademischen Forschung
 - 5.1 Weitere Fallstudien & Case-Studies
 - 5.2 Internationale Perspektiven
 - 5.3 Ausblick auf aktuelle Forschungsfragen und -gebiete der nachhaltigen BWL

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berg, C. (2020). Ist Nachhaltigkeit utopisch? Wie wir Barrieren überwinden und zukunftsfähig handeln. oekom.
- Ernst, D., S., Sailer, U. S., & Gabriel, R. S. (2021). Nachhaltige Betriebswirtschaft (2. Aufl.). UVK Verlag.
- Kostka, C., & SeKostka, S. (2011). Kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Methoden des KVP. 5. Aufl. Carl Hanser Verlag, München.
- Kotter, J. P. (2011). Leading Change. Franz Vahlen, München: Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern.
- Mayer, K. (2020). Nachhaltigkeit: 125 Fragen und Antworten: Wegweiser für die Wirtschaft der Zukunft (2., erweiterte und aktualisierte Auflage). Springer Gabler.
- Sassen, R., Azizi, L., Bien, C., & Braun, V. (2021). Studie: Stand nachhaltigen Wirtschaftens in Deutschland.
- Schneider, A. & Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Strategisches Finanzmanagement I

Modulcode: MWF11

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Stefan Tilch (Strategisches Finanzmanagement I)

Kurse im Modul

- Strategisches Finanzmanagement I (MWF101)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

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

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.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Finanzen & Steuern

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme im Bereich Wirtschaft & Management

Strategisches Finanzmanagement I

Kurscode: MWFI01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Unternehmensplanung

Modulcode: DLMCOUP-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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	CP	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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Integriertes Controlling

Modulcode: DLMNMWCR1

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Sebastian Holzmann (Integriertes Controlling)

Kurse im Modul

- Integriertes Controlling (DLMNMWCR01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Neue Konzepte und Entwicklungen von Controlling
- Nachhaltige Konzepte und neueste Entwicklungen im Reporting
- Nachhaltigkeit im Controlling und Reporting
- Integration von nachhaltigem Controlling und Reporting in der Unternehmensstrategie
- Nachhaltigkeitscontrolling und Digitalisierung
- Nachhaltiges Controlling und Reporting in der Praxis

Qualifikationsziele des Moduls**Integriertes Controlling**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Entwicklungen im Controlling und Reporting kritisch zu reflektieren.
- neue Konzepte und Modelle des Controllings und Reportings anzuwenden.
- Nachhaltigkeit im Controlling und Reporting zu integrieren.
- nachhaltige Finanzierungsarten und Planungen durchzuführen.
- nachhaltiges Controlling und Reporting in die Unternehmensstrategie zu integrieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

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

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Integriertes Controlling

Kurscode: DLMNMWCR01

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

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs liegt der Fokus auf der neuen nachhaltigen Ausrichtung der beiden betriebswirtschaftlichen Disziplinen. Auf diese Weise sind die Studierenden in der Lage nachhaltiges Controlling und Reporting in die Unternehmensstrategie zu integrieren, sowie dieses kritisch zu hinterfragen. So spielen beispielsweise neue Modelle und Konzepte eine wichtige Rolle, genauso wie internationale und nationale Nachhaltigkeitsstandard die es zu berücksichtigen gilt. Weiterführend liegt ein wichtiger Fokus zur Differenzierung zur klassischen Betrachtungsweise in den nicht finanziellen Key Performance Indices und der Steuerung nachhaltigkeitsorientierter Entscheidungen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- aktuelle Entwicklungen im Controlling und Reporting kritisch zu reflektieren.
- neue Konzepte und Modelle des Controllings und Reportings anzuwenden.
- Nachhaltigkeit im Controlling und Reporting zu integrieren.
- nachhaltige Finanzierungsarten und Planungen durchzuführen.
- nachhaltiges Controlling und Reporting in die Unternehmensstrategie zu integrieren.

Kursinhalt

1. Neue Konzepte und Entwicklungen von Controlling
 - 1.1 Aktuelle Entwicklungen in der Unternehmenssteuerung
 - 1.2 Vom Green Controlling zum integrierten Steuerungsansatz
 - 1.3 Aktuelle Modelle und Konzepte von nachhaltigem Controlling
2. Nachhaltige Konzepte und neueste Entwicklungen im Reporting
 - 2.1 Aktuelle Entwicklungen im Nachhaltigkeitsreporting
 - 2.2 Politische und rechtliche Entwicklungen des Reportings
 - 2.3 Aktuelle Standards des nachhaltigen Reportings
3. Nachhaltigkeit im Controlling und Reporting
 - 3.1 Soziale, ökologische und ökonomische Dimensionen im Controlling/Reporting
 - 3.2 Nichtfinanzielle KPIs in der Unternehmenssteuerung

- 3.3 Steuerung nachhaltigkeitsorientierter Entscheidungen
4. Integration von nachhaltigem Controlling und Reporting in der Unternehmensstrategie
 - 4.1 Internationale Nachhaltigkeitsstandards im Controlling und Reporting
 - 4.2 Nachhaltige Finanzierungsarten und Finanzplanung
 - 4.3 Strategien der Integration von nachhaltigem Controlling/Reporting
5. Nachhaltigkeitscontrolling und Digitalisierung
 - 5.1 IT-Anwendungen im Nachhaltigkeitscontrolling
 - 5.2 Anwendung von Block-Chain-Ansätzen
 - 5.3 Anwendung von KI-Ansätzen
 - 5.4 Anwendung von Big Data
6. Nachhaltiges Controlling und Reporting in der Praxis
 - 6.1 Nachhaltiges Controlling/Reporting in KMUs
 - 6.2 Rolle des nachhaltigen Controllings/Reportings im Arbeitsfeld der nachhaltigen
 - 6.3 Best-Practise-Beispiele und Fallstudien

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Fifka, M. (2014): CSR und Reporting. Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung verstehen und erfolgreich umsetzen. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Günther, E.; Steinke, K. (2016): CSR und Controlling. Unternehmerische Verantwortung als Gestaltungsaufgabe des Controlling. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Islam, M. (2015): Social Compliance Accounting. Managing Legitimacy in Global Supply Chains. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.
- Schneider, A.; Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schulz, T.; Bergius, S. (2014): CSR und Finance. Beitrag und Rolle des CFO für eine Nachhaltige Unternehmensführung. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Digitalisierung im Controlling

Modulcode: DLMCODIC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen DLMCOUC01	Niveau MA	CP 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. Sebastian Holzmann (Digitalisierung im Controlling)

Kurse im Modul

- Digitalisierung im Controlling (DLMCODIC01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Digitalisierung & Digitale Transformation im Controlling
- Business Analytics & Big Data
- Blockchain-Technologie & Smart Contracts
- Robotic Process Automation (RPA)
- Künstliche Intelligenz (KI)

Qualifikationsziele des Moduls

Digitalisierung im Controlling

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten, aktuellen digitalen Entwicklungen im Controlling und der dahinterliegenden Prozesse zu berücksichtigen und im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- in der fachlichen Diskussion um die Anwendung moderner digitaler Instrumente im Controlling verschiedene Aussagen kritisch zu beleuchten und verschiedene Lösungsansätze zu entwickeln.
- Auswirkungen einer Implementierung neuer digitaler Instrumente und Anwendungen im Rahmen von Controllingprozessen sowie beteiligter Akteure einzuschätzen sowie geeignete Maßnahmen für eine möglichst kosten- und zeiteffiziente Implementierung abzuleiten.
- ausgewählte moderne digitale Controllinginstrumente und -anwendungen selbstständig zu erforschen und die Ergebnisse auf geeignete, wissenschaftliche Weise darzustellen.
- konkrete praxisnahe Problemstellungen im Zusammenhang mit der Digitalisierung und Digitalen Transformationen des Controllings innerhalb eines vorgegebenen Zeitplanes zu lösen.
- das konkrete berufliche Handeln in konkreten Handlungskontexten in der Schnittstelle zwischen Digitalisierung und Controlling zu erproben und systematisch zu reflektieren sowie intersubjektiv zu evaluieren.

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

Digitalisierung im Controlling

Kurscode: DLMCODIC01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen DLMCOUC01
---------------------	---	------------	----------------	--

Beschreibung des Kurses

Die Digitalisierung und die Digitale Transformation sind nahezu in jedem Berufs- und Wissenschaftsfeld die prägenden Faktoren, die zu Veränderungen in jenen führen. Das Controllingarbeits- und -umfeld ist hier natürlich nicht ausgenommen. Insbesondere in der Automatisierung von Erhebungs-, Evaluations-, Entscheidungs- und Überwachungsprozessen liegt ein großes Effizienzsteigerungspotential für Unternehmen unabhängig ihrer Branchenzugehörigkeit. Ziel des Kurses ist es, den Studierenden aktuelle Entwicklungen sowie Applikationen im Schnittpunkt der Digitalisierung und des Controllings vorzustellen, deren Funktionsweisen zu erläutern, aber sie auch mit den damit verbundenen Herausforderungen vertraut zu machen, die für die verschiedenen Stakeholder des Controllings für eine erfolgreiche Implementierung zu meistern sind. Hierbei werden insbesondere die Felder Big Data, die Blockchain, Robotic Process Automation (RPA) und Künstliche Intelligenz (KI) als wesentliche Treiber der Digitalisierung und Digitalen Transformation des Controllings adressiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten, aktuellen digitalen Entwicklungen im Controlling und der dahinterliegenden Prozesse zu berücksichtigen und im unternehmerischen Kontext anzuwenden.
- in der fachlichen Diskussion um die Anwendung moderner digitaler Instrumente im Controlling verschiedene Aussagen kritisch zu beleuchten und verschiedene Lösungsansätze zu entwickeln.
- Auswirkungen einer Implementierung neuer digitaler Instrumente und Anwendungen im Rahmen von Controllingprozessen sowie beteiligter Akteure einzuschätzen sowie geeignete Maßnahmen für eine möglichst kosten- und zeiteffiziente Implementierung abzuleiten.
- ausgewählte moderne digitale Controllinginstrumente und -anwendungen selbstständig zu erforschen und die Ergebnisse auf geeignete, wissenschaftliche Weise darzustellen.
- konkrete praxisnahe Problemstellungen im Zusammenhang mit der Digitalisierung und Digitalen Transformationen des Controllings innerhalb eines vorgegebenen Zeitplanes zu lösen.
- das konkrete berufliche Handeln in konkreten Handlungskontexten in der Schnittstelle zwischen Digitalisierung und Controlling zu erproben und systematisch zu reflektieren sowie intersubjektiv zu evaluieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen und Konzepte
 - 1.1 Controller als Innovatoren
 - 1.2 Controlling und dessen Stakeholder unter dem Einfluss der Digitalisierung und Digitaler Transformation
2. Controlling und Big Data
 - 2.1 Business Analytics und Big Data
 - 2.2 Die Rolle des Controllers als Big Data Analyst
 - 2.3 Business Intelligence: Reporting, Planung und Forecast und deren Prozesse im digitalen Wandel
3. Controlling und Blockchain
 - 3.1 Grundlagen zur Blockchain-Technologie
 - 3.2 Smart Contracts
 - 3.3 Anwendungsfelder der Blockchain- und Smart Contract-Technologie in Controllingprozessen
4. Controlling und Robotic Process Automation (RPA)
 - 4.1 Was ist Robotic Process Automation (RPA)?
 - 4.2 Anwendungsfelder von Robotic Process Automation (RPA) in Controllingprozessen
5. Controlling und Künstliche Intelligenz (KI)
 - 5.1 Grundlagen zur Künstlichen Intelligenz (KI) und ihre Implementierungsstufen
 - 5.2 Anwendungsfelder von Künstlicher Intelligenz (KI) in Controllingprozessen
6. Herausforderungen in der Implementierung von modernen digitalen Instrumenten im Controlling
 - 6.1 Standardisierung- und Schnittstellenproblematik
 - 6.2 Automatisierte Prozesse als Black Box und Modellrisiken
 - 6.3 Big Data und Kausalität – Von Daten zur Information und Entscheidung
 - 6.4 Der Faktor Mensch

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

- Georg, S. & Sesler, R. (2020). Innovatives Controlling – die 5 wichtigsten Trends. Haufe Group
- Gleich, R., & Tschandl, M. (2018) (Hg.). Digitalisierung & Controlling – Technologien, Instrumente, Praxisbeispiele. Haufe Group. <https://doi.org/10.34157/9783648108932-1>
- Güler, H. A. (2021). Digitalisierung operativer Controlling Prozesse. Springer Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-34111-4>
- Langmann, Ch. (2019). Digitalisierung im Controlling. Springer Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-25017-1>
- Langmann, Ch. & Turi, D. (2020). Robotic Process Automation (RPA) – Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen. Springer Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-28299-8>

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Fachpräsentation, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden	
Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Seminar Current Issues in Controlling

Modulcode: DLMCOSCIC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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 (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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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,

Studienformat Fernstudium

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

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

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

3. Semester

Business Communication und Storytelling

Modulcode: DLMCOBCST

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. John Stanley (Business Communication und Storytelling)

Kurse im Modul

- Business Communication und Storytelling (DLMCOBCST01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Konzeptpräsentation

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Das Modul vermittelt Studierenden Kompetenzen und Techniken, die notwendig sind, um Zahlen und Daten zielgruppenspezifisch aufzubereiten und „Geschichten“ daraus zu machen. Diese Kompetenz spielt in einer mehr und mehr datenbasierten Welt eine bedeutende Rolle und trägt dazu bei, dass Zahlen und Daten lebendig und greifbar werden und damit intern und extern einen stärkeren Impact erzeugen können.

Qualifikationsziele des Moduls**Business Communication und Storytelling**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Daten mit Hilfe von Storytelling lebendig werden zu lassen.
- Methoden des Storytelling auf eigene Daten anzuwenden.
- Emotionen mit Daten zu verknüpfen.
- Eine Präsentation mit Spannungsbogen aufzubauen.
- Präsentationstechniken zur Verstärkung der Story einzusetzen.
- Daten zielgruppenspezifisch zu visualisieren.

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

Business Communication und Storytelling

Kurscode: DLMCOBCST01

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

Beschreibung des Kurses

Noch nie wurden permanent und überall so viele Daten erhoben wie heutzutage. Daten schaffen zum einen eine Grundlage zur präzisen Analyse – zum anderen führt die Datenflut auch zu Verwirrung und Überforderung. Gerade im Controlling werden mit viel Aufwand und Mühe Monat für Monat Zahlen zusammengetragen, um aufgrund dieser Analysen und Prognosen zu erstellen und Entscheidungen abzuleiten. Ziel ist es, Daten ansprechend aufzubereiten und überzeugend zu präsentieren. Hier stoßen Controller oft an ihre Grenzen, denn sie treffen an dieser Stelle häufig auf Empfänger, die unter starkem Zeitdruck stehen (Führungsebene) bzw. nicht zahlenaffin sind (Kunden) oder denen Zahlen und Planungen so „verkauft“ werden müssen, sodass sie bereit sind, eine Finanzierung zu übernehmen (Banken und Investoren). Hier hilft das Storytelling als eine Methode, die dabei unterstützt, Zahlen und Daten in eine Geschichte zu verpacken, komplexe Sachverhalte auf den Punkt zu bringen und mit Spannungsbogen und Emotionen zu versehen. Geschichten, sprachliche Bilder und die damit verbundenen Emotionen bündeln nicht nur die Aufmerksamkeit, sondern bleiben auch langfristiger im Gedächtnis. Gleichzeitig werden auf diesem Weg Entscheidungen vorbereitet und Überzeugungskraft, Glaubwürdigkeit und Vertrauen im Kundenkontakt nehmen zu.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Daten mit Hilfe von Storytelling lebendig werden zu lassen.
- Methoden des Storytelling auf eigene Daten anzuwenden.
- Emotionen mit Daten zu verknüpfen.
- Eine Präsentation mit Spannungsbogen aufzubauen.
- Präsentationstechniken zur Verstärkung der Story einzusetzen.
- Daten zielgruppenspezifisch zu visualisieren.

Kursinhalt

- Der Kurs umfasst die Rolle des Geschichtenerzählens in Unternehmen heute, für Führungskräfte und Manager für Controller und Marketer. Gleichzeitig werden Aspekte der Sinnstiftung für interne und externe Kommunikation durch Storytelling erarbeitet.
- Im Kurs fokussieren sich die Studierenden auf drei zentrale Aspekte: Erstens erarbeiten sie Instrumente, Methoden und Konzepte des Storytelling und wenden diese an. Dazu gehören die zentralen Bausteine einer Geschichte, der Nutzen und Mehrwert des Storytelling und Grundlagen und Konzepte des datenbasierten Storytellings. Zweitens setzen sich die

Studierenden mit Möglichkeiten der kreativen Visualisierung und Gestaltungsprinzipien von Daten auseinander und wenden diese Visualisierungstechniken an. Im Vordergrund steht bei der Auswahl der Visualisierung die Zielgruppenspezifität und die Unterstützung der Storyline. Dazu gehören kreative Grafiken für Präsentationen, aber auch effektives und selbsterklärendes Dashboarddesign. Drittens erarbeiten die Studierenden Techniken und Stilmittel, die Emotionen authentisch transportieren und damit die Story unterstützen, ohne jedoch aufgesetzt zu wirken. Die erlernten Inhalte werden gebündelt in einer Konzeptpräsentation dargelegt.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Sammer, P. (2017). Storytelling: Strategien und Best Practices für PR und Marketing. O'Reilly.
- Knaflitz, C. N. (2017). Storytelling mit Daten: Die Grundlagen der effektiven Kommunikation und Visualisierung mit Daten. Vahlen.
- Eckert, H. W. (2021). Storytelling mit Daten. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Schulenburg, N. (2017). Exzellente Präsentieren: Die Psychologie erfolgreicher Ideenvermittlung–Werkzeuge und Techniken für herausragende Präsentationen. Springer-Verlag.
- Heber, R. (2018). Infografik: Komplexe Daten professionell visualisieren (2. Auflage). Rheinwerk.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Konzeptpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Controlling Projekt

Modulcode: DLMCOPR

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Data Science and Analytics

Module Code: DLMBDSA-01

Module Type	Admission Requirements	Study Level	CP	Student Workload
see curriculum	none	MA	10	300 h

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

Module Coordinator

Prof. Dr. Simon Steinberg (Data Science) / Prof. Dr. Andrew Adjah Sai (Analytical Software and Frameworks)

Contributing Courses to Module

- Data Science (DLMBDSA01-01)
- Analytical Software and Frameworks (DLMBDSA02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Data Science

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

Analytical Software and Frameworks

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

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Data Science**

- Introduction to Data Science
- Use Cases and Performance Evaluation
- Pre-processing of Data
- Processing of Data
- Selected Mathematical Techniques
- Selected Artificial Intelligence Techniques

Analytical Software and Frameworks

- Introduction to Analytical Software and Frameworks
- Data Storage
- Statistical Modeling
- Machine Learning
- Cloud Computing Platforms
- Distributed Computing
- Database Technologies

Learning Outcomes**Data Science**

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches.
- understand how domain specific knowledge for a particular application context is required to identify objectives and value propositions for data science use cases.
- appreciate the role and necessity for business-centric model evaluation apposite to the respective area of application.
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

Analytical Software and Frameworks

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.
- understand how to identify the right technological solution for a specific application domain.

Links to other Modules within the Study Program

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

Links to other Study Programs of the University

All Master Programmes in the IT & Technology field

Data Science

Course Code: DLMBDSA01-01

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

Course Description

The course provides the framework to create value from data. After an introduction the course covers how to identify suitable use cases and evaluate the performance of data-driven methods. In an interdisciplinary approach, the requirements from a specific application domain need to be understood and transferred to the technological understanding to identify the objectives and value proposition of a Data Science project. The course covers techniques for the technical processing of data and then introduces advanced mathematical techniques and selected methods from artificial intelligence that are used to analyze data and make predictions.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches.
- understand how domain specific knowledge for a particular application context is required to identify objectives and value propositions for data science use cases.
- appreciate the role and necessity for business-centric model evaluation apposite to the respective area of application.
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

Contents

1. Introduction to Data Science
 - 1.1 Overview of Data Science
 - 1.2 Data Science Activities
 - 1.3 Sources and Types of Data
 - 1.4 Stages of Data Processing
 - 1.5 Mathematical Basics for Data Scientists
2. Use Cases and Performance Evaluation
 - 2.1 Data Science Use Cases (DSUCs)
 - 2.2 Model-Centric Evaluation: Performance Metrics
 - 2.3 Business-Centric Evaluation: the Role of KPIs

- 2.4 Cognitive Biases and Decision-Making Fallacies
- 3. Pre-Processing of Data
 - 3.1 Transmission of Data
 - 3.2 Data Quality and Cleansing of Data
 - 3.3 Transformation of Data
 - 3.4 Reduction of Data Dimensionality
- 4. Data Processing
 - 4.1 From Raw Data to Insights
 - 4.2 Data Collection
 - 4.3 Data Analysis and Model Building
 - 4.4 Insight Implementation
 - 4.5 Output Formats of Processed Data
 - 4.6 Data Storage
- 5. Selected Mathematical Techniques
 - 5.1 Principal component Analysis
 - 5.2 Cluster Analysis
 - 5.3 Linear Regression
 - 5.4 Time Series Forecasting
 - 5.5 Transformation Approaches
- 6. Selected Artificial Intelligence Techniques
 - 6.1 Support Vector Machines
 - 6.2 Artificial Neural Networks
 - 6.3 Further Approaches

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

- Akerar, R., & Sajja, P.S. (2016). Intelligent techniques for data science. Cham: Springer.
- Bruce, A., & Bruce, P. (2017). Practical statistics for data scientists: 50 essential concepts. Newton, MA: O'Reilly Publishers.
- Fawcett, T. & Provost, F. (2013). Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. Newton, MA: O'Reilly Media.
- Hodeghatta, U. R., & Nayak, U. (2017). Business analytics using R – A practical approach. Berkeley, CA: Apress Publishing. (Database: ProQuest).
- Liebowitz, J. (2014). Business analytics: An introduction. Boca Raton, FL: Auerbach Publications. (Available online).
- Runkler, T. A. (2012). Data analytics: Models and algorithms for intelligent data analysis. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Skiena, S. S. (2017). The data science design manual. Cham: Springer.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Theory Course
--	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Theory Course
----------------------------------	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Analytical Software and Frameworks

Course Code: DLMBDSA02

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

Course Description

Analytical Software and Frameworks provides insight into contemporary software and platforms solutions for data analytics in business. The course introduces relevant frameworks and software used in modern data science projects. Commercial and open-source for cloud computing, distributed computing and machine learning, as well as a commercial development platform for in-memory database analytics, are covered. Additional software solutions may be covered by the lecturer as convenient. In particular in the written assignment, students are required to apply their technological knowledge to a specific scenario which requires interdisciplinary thinking of how to merge the particularities of a given application domain with the technological options.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.
- understand how to identify the right technological solution for a specific application domain.

Contents

1. Introduction
 - 1.1 Software Systems
 - 1.2 Frameworks
 - 1.3 Distributed Computing
 - 1.4 Databases and Data Warehousing
2. Data Storage
 - 2.1 Data Clustering
 - 2.2 Data Replication
 - 2.3 Data Indexing
 - 2.4 Data Warehousing
3. Statistical Modeling Frameworks

- 3.1 The R Project for Statistical Computing
- 3.2 The Python Ecosystem
- 4. Machine Learning & Artificial Intelligence
 - 4.1 Overview of Modern Machine Learning Frameworks
 - 4.2 Introduction to TensorFlow & Keras
- 5. Cloud Computing Platforms & On-Premise Solutions
 - 5.1 Advantages and Disadvantages of Cloud, On-premise, and Edge Solutions
 - 5.2 Overview of Cloud Computing Solutions
- 6. Distributed Computing
 - 6.1 Overview of Distributed Computing Approaches
 - 6.2 Overview of Streaming Approaches
 - 6.3 Other Solutions
- 7. Database Technologies
 - 7.1 Overview of Database Approaches
 - 7.1.1 Row-based versus Column-based
 - 7.1.2 In Memory DB
 - 7.1.3 Relational DB versus noSQL
 - 7.1.4 Timeseries DB
 - 7.2 Overview of Database Implementations

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Konstantinos Domdouzis, Peter Lake, & Paul Crowther. (2021). *Concise Guide to Databases: A Practical Introduction: Vol. Second edition* Konstantinos Domdouzis, Peter Lake, Paul Crowther. Springer.
- Perkins, L., Redmond, E., & Wilson, J. R. (2018). *Seven Databases in Seven Weeks: A Guide to Modern Databases and the NoSQL Movement: Vol. Second edition*. Pragmatic Bookshelf.
- Keith Gordon. (2022). *Principles of Data Management: Facilitating Information Sharing: Vol. Third edition*. BCS, The Chartered Institute for IT.
- Mahanti, R. (2019). *Data quality: dimensions, measurement, strategy, management, and governance /*. ASQ Quality Press.
- Avinash Navlani, Armando Fandango, & Ivan Idris. (2021). *Python Data Analysis: Perform Data Collection, Data Processing, Wrangling, Visualization, and Model Building Using Python: Vol. Third edition*. Packt Publishing.
- Gayathri Rajagopalan. (2021). *A Python Data Analyst's Toolkit: Learn Python and Python-based Libraries with Applications in Data Analysis and Statistics*. Apress.
- Latifian, A. (2022). How does cloud computing help businesses to manage big data issues. *Kybernetes*, 51(6), 1917–1948.
- Wolfram Wingerath, Norbert Ritter, & Felix Gessert. (2019). *Real-Time & Stream Data Management: Push-Based Data in Research & Practice*. Springer.
- Alka Jarvis, Jose Johnson, & Prakash Ananad. (2022). *Successful Management of Cloud Computing and DevOps*. ASQ Quality Press.
- Golightly, L., Chang, V., Xu, Q. A., Gao, X., & Liu, B. S. (2022). Adoption of cloud computing as innovation in the organization. *International Journal of Engineering Business Management*, 14, 1–17.
- J. Dinesh Peter, Amir H. Alavi, & Bahman Javadi. (2018). *Advances in Big Data and Cloud Computing: Proceedings of ICBDC18 (Vol. 1st ed. 2019)*. Springer.
- Sharma, S., Chang, V., Tim, U. S., Wong, J., & Gadia, S. (2019). Cloud and IoT-based emerging services systems. *Cluster Computing*, 22(1), 71–91.
- Alejandro Vaisman, & Esteban Zimányi. (2022). *Data Warehouse Systems: Design and Implementation: Vol. Second edition*. Springer.
- Harsh Chawla, & Pankaj Khattar. (2020). *Data Lake Analytics on Microsoft Azure: A Practitioner's Guide to Big Data Engineering: Vol. 1st ed.* Apress.
- Andreas Meier, & Michael Kaufmann. (2019). *SQL & NoSQL Databases: Models, Languages, Consistency Options and Architectures for Big Data Management*. Springer Vieweg.
- Lindsay, D., Gill, S. S., Smirnova, D., & Garraghan, P. (2021). The evolution of distributed computing systems: from fundamental to new frontiers. *Computing*, 103(8), 1859–1878.
- Rashmi Ranjan Rout, Soumya Kanti Ghosh, Prasanta K. Jana, Asis Kumar Tripathy, Jyoti Prakash Sahoo, & Kuan-Ching Li. (2022). *Advances in Distributed Computing and Machine Learning: Proceedings of ICADCML 2022*. Springer.
- Rehman, T. B. (2018). *Cloud computing basics*. Sterling, VA: Stylus Publishing, LLC.
- M. Tamer Özsu, & Patrick Valduriez. (2019). *Principles of Distributed Database Systems*. Springer.
- Cloud networking and storage. (2020). *CompTIA Cloud Essentials+ Study Guide; Page 35-76*.
- Robert Johansson. (2018). *Numerical Python: Scientific Computing and Data Science Applications with Numpy, SciPy and Matplotlib*. Apress.
- Ashwin Pajankar, & Aditya Joshi. (2022). *Hands-on Machine Learning with Python: Implement*

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Theory Course
--	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Written Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Theory Course
----------------------------------	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Written Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Entscheiden und Verhandeln

Modulcode: DLMCOWEV

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Robert Christian Schmidt (Entscheidungslehre und -modelle) / Prof. Dr. Georg Berkel (Verhandlungstechniken)

Kurse im Modul

- Entscheidungslehre und -modelle (DLMBWELM01)
- Verhandlungstechniken (DLMNEGE01_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Entscheidungslehre und -modelle

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Verhandlungstechniken

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Entscheidungslehre und -modelle**

- Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext
- Entscheidungen unter Sicherheit
- Entscheidungen unter Risiko
- Entscheidungen unter Ungewissheit
- Spieltheorie
- Einführung in die Behavioral Economics

Verhandlungstechniken

- Die Bedeutung und die Beschaffenheit von Verhandlungen
- Die Verteilung von Wert
- Distributive Verhandlungstaktik
- Die Wertschöpfung
- Verhandlungstaktiken zur Wertschöpfung
- Das Dilemma des Verhandlungsführers
- Verhandeln lernen

Qualifikationsziele des Moduls

Entscheidungslehre und -modelle

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- ein in Abhängigkeit der jeweiligen ökonomischen Entscheidungssituation relevantes Zielsystem einschließlich Entscheidungskriterien zu konfigurieren.
- Entscheidungssituationen unter Sicherheit sowie unter Risiko zu erleben und zu verstehen.
- Entscheidungssituationen unter Ungewissheit zu analysieren und praktikable Entscheidungsregeln zu selektieren.
- die Grundlagen der Spieltheorie zu verstehen und auf konkrete ökonomische Entscheidungssituationen zu übertragen.
- die Behavioral Economics sowie deren Grundlagen als eigene Wissenschaftsdisziplin zu begreifen und häufige Verhaltensanomalien sowie deren Relevanz in konkreten ökonomischen Entscheidungssituationen zu beurteilen.

Verhandlungstechniken

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Verhandlungsprozess und die miteinander verbundenen, aber gegenläufigen Prozesse der Wertverteilung und Wertschöpfung zu beschreiben.
- gebräuchliche Mythen und Missverständnisse in Bezug auf Verhandlungen und Verhandlungsführern zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um übliche Unzulänglichkeiten zu vermeiden.
- empirische Erkenntnisse über den Verhandlungsprozess auf Verhandlungsszenarien anzuwenden.
- mit verschiedenen anderen Parteien unter Anwendung von Wertverteilungs- und Wertschöpfungstaktiken zu verhandeln.
- sich an einem Prozess der Selbstreflexion zu beteiligen und eine Vielzahl von Instrumenten zu nutzen, um die Leistung als Verhandlungsanfänger zu verbessern.

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

Entscheidungslehre und -modelle

Kurscode: DLMBWELM01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel ist es zunächst, dem Studierenden die Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Entscheidungslehre näherzubringen. Hierzu zählt unter anderem, den Studierenden dabei zu unterstützen, die Formulierung eines Zielsystems in konkreten ökonomischen Entscheidungssituationen zu erstellen sowie damit korrespondierende Entscheidungskriterien abzuleiten. Im Anschluss werden dem Studierenden Entscheidungssituationen unter Sicherheit, Risiko sowie Unsicherheit nähergebracht. Außerdem werden mögliche Entscheidungshilfen erläutert, die den Studierenden in die Lage versetzen sollen, in Praxissituationen intersubjektiv nachvollziehbare Entscheidungen zu treffen. Ferner lernt der Studierende die Grundlagen der Spieltheorie sowie deren Relevanz kennen. Auch hier erfährt der Studierende mehr über konkrete Entscheidungsregeln. Als Abschluss des Kurses werden dem Studierenden noch typische Verhaltensanomalien im ökonomischen Kontext vorgestellt und somit die Grundlagen der Behavioral Economics anwendungsorientiert diskutiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- ein in Abhängigkeit der jeweiligen ökonomischen Entscheidungssituation relevantes Zielsystem einschließlich Entscheidungskriterien zu konfigurieren.
- Entscheidungssituationen unter Sicherheit sowie unter Risiko zu erleben und zu verstehen.
- Entscheidungssituationen unter Ungewissheit zu analysieren und praktikable Entscheidungsregeln zu selektieren.
- die Grundlagen der Spieltheorie zu verstehen und auf konkrete ökonomische Entscheidungssituationen zu übertragen.
- die Behavioral Economics sowie deren Grundlagen als eigene Wissenschaftsdisziplin zu begreifen und häufige Verhaltensanomalien sowie deren Relevanz in konkreten ökonomischen Entscheidungssituationen zu beurteilen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext
 - 1.1 Von Mitteln und Zwecken
 - 1.2 Das Grundmodell der Entscheidungstheorie
 - 1.3 Knappheit und Opportunitätskosten

2. Entscheidungen unter Sicherheit
 - 2.1 Optimale Ressourcenallokation bei zwei Zielgrößen
 - 2.2 Entscheidungen mit mehr als zwei Zielgrößen
 - 2.3 Intertemporale Entscheidungen
3. Entscheidungen unter Risiko
 - 3.1 Der erweiterte Modellrahmen
 - 3.2 Die Erwartungsnutzentheorie
 - 3.3 Risikopräferenzen
4. Entscheidungen unter Ungewissheit
 - 4.1 Ungewissheitsaversion und erste Entscheidungsregeln unter Ungewissheit
 - 4.2 Maximin-Regel, Maximax-Regel und Hurwicz-Prinzip
5. Spieltheorie
 - 5.1 Entscheidungen unter strategischer Unsicherheit
 - 5.2 Lösungskonzepte bei strategischer Unsicherheit
 - 5.3 Ausgewählte Spiele und ihre Bedeutung für die Betriebswirtschaftslehre
6. Einführung in die Behavioral Economics
 - 6.1 Bounded Rationality
 - 6.2 Prospect Theory
 - 6.3 Ausgewählte ökonomische Verhaltensanomalien und deren empirische Evidenz

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

- Bamberg, G./Coenenberg, A. G./Krapp, M. (2019): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre. 16. Auflage, Vahlen, München.
- Laux, H./Gillenkirch, R./Schenk-Mathes, H. (2018): Entscheidungstheorie. 10. Auflage, Springer Gabler, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Verhandlungstechniken

Kurscode: DLMNEGE01_D

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs befähigt die Studierenden, sowohl den Verhandlungsprozess als auch das eigentliche Verhandeln zu erlernen. Der Verhandlungsprozess ist ein zwischenmenschlicher Entscheidungsprozess. Um dessen Regeln zu verstehen, ist es unerlässlich, ein tiefes Verständnis der zwei Perspektiven einer Verhandlung zu haben: die Verteilung von Wert und die Schaffung von Wert. Dieser Kurs beginnt mit einer Einführung in die Allgegenwärtigkeit von Verhandlungen und in einige der gängigen Mythen und Missverständnisse, die den potenziellen Nutzen effektiver Verhandlungen einschränken. Anschließend werden das Konzept des Verteilungswertes und die spezifischen Taktiken, die zur Erzielung des vorteilhaftesten Ergebnisses eingesetzt werden können, vertieft. Die Studierenden erforschen dann die Wertschöpfung und die Umsetzung von Taktiken, um von einem Win-Lose- zu einem Win-Win-Szenario zu gelangen. Der Kurs bietet außerdem Einblicke in die Spieltheorie (einschließlich des Gefangenendilemmas, des "Hirschjagdspiels" und der "Wie-Du-Mir-So-Ich-Dir"-Strategie), bevor er mit der gezielten Erforschung darüber abschließt, wie die Prozesse der Verhandlungstheorie in der Praxis implementiert werden können, wobei Fallstricke vermieden und ein effizientes Erlernen von Verhandlungstechniken ermöglicht werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Verhandlungsprozess und die miteinander verbundenen, aber gegenläufigen Prozesse der Wertverteilung und Wertschöpfung zu beschreiben.
- gebräuchliche Mythen und Missverständnisse in Bezug auf Verhandlungen und Verhandlungsführern zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um übliche Unzulänglichkeiten zu vermeiden.
- empirische Erkenntnisse über den Verhandlungsprozess auf Verhandlungsszenarien anzuwenden.
- mit verschiedenen anderen Parteien unter Anwendung von Wertverteilungs- und Wertschöpfungstaktiken zu verhandeln.
- sich an einem Prozess der Selbstreflexion zu beteiligen und eine Vielzahl von Instrumenten zu nutzen, um die Leistung als Verhandlungsanfänger zu verbessern.

Kursinhalt

1. Die Bedeutung und das Wesen der Verhandlung
 - 1.1 Das Wesen und die Arten der Verhandlung

- 1.2 Missverständnisse über Verhandlungen und Mythen über Verhandlungsführer
2. Die Wertverteilung
 - 2.1 „Der Kuchen“: „Zone of Possible Agreement“ (ZOPA)
 - 2.2 Die "Kuchenverteilung": Maximierung der Verteilungsergebnisse
3. Distributive Verhandlungstaktiken
 - 3.1 Die To-dos der Wertverteilung
 - 3.2 Lerntransfer
4. Die Wertschöpfung
 - 4.1 Wertschöpfung: von Win-Lose zu Win-Win
 - 4.2 Vier Schritte und drei Arten der Wertschöpfung
5. Wertschöpfende Verhandlungstaktiken
 - 5.1 Framing
 - 5.2 Die To-dos der Wertschöpfung
6. Das Dilemma des Verhandlers
 - 6.1 Das Dilemma zwischen Wertschöpfung und Wertverteilung
 - 6.2 Das Gefangenendilemma als Metapher für das Verhandlungsdilemma
 - 6.3 Bewältigungsstrategien: „Tit-for-tat“ und Wechsel der Payoffs
7. Lernen, zu verhandeln
 - 7.1 Von der Theorie zur Praxis
 - 7.2 Drei Herausforderungen beim Erlernen des Verhandeln
 - 7.3 Ein Lernmodell zur Verhandlungsführung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berkel, G (2021): Learning to negotiate. Cambridge University Press, Cambridge.
- Brett, J. M. (2014): Negotiating globally: How to negotiate deals, resolve disputes, and make decisions across cultural boundaries. 3. Auflage, Jossey-Bass, San Francisco.
- Fisher, R./Ury, W. L./Patton, B. (2011): Getting to yes: Negotiating agreements without giving in. 2. Auflage, Penguin Books, London.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Change Management und Unternehmensentwicklung

Modulcode: DLMCOWCMUE

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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) / Dr. Guido Schmidt (Seminar: Change Management)

Kurse im Modul

- Change Management und Organisationsentwicklung (DLMCMO01)
- Seminar: Change Management (DLMGMSCM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Change Management und Organisationsentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Seminar: Change Management

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Change Management und Organisationsentwicklung****Seminar: Change Management****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.

Seminar: Change Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Change Management im Kontext des General Management zu verorten.
- die Ziele, Methoden und Instrumente des Change Management zu differenzieren.
- die Bedeutung des Change Management für digitale Veränderungsprozesse einzuordnen.
- theoretische Modelle des Change Management auf die Unternehmenspraxis anzuwenden.
- die Herausforderungen und Widerstände zu identifizieren, die mit Change Prozessen einhergehen.
- ein ausgewähltes Thema zum Change Management selbständig zu bearbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse wissenschaftlich fundiert zu präsentieren.

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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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./Höhmman, 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Change Management

Kurscode: DLMGMSCM01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Seminar: Change Management“ beschäftigt sich mit unternehmerischen Veränderungsprozessen. Dabei werden zunächst die theoretischen Grundlagen des Change Management erarbeitet. Neben wichtigen Theorien und Modellen des Change Management werden dazu auch die zu erwartenden Herausforderungen von Veränderungsprozessen behandelt und Widerstände beteiligter Personen gegen Veränderungen erörtert. Zudem muss bei der Planung von Change Prozessen die Unternehmensumwelt mit in Betracht gezogen werden. Auf dieser Basis aufbauend, entwickeln die Studierenden eine Seminararbeit, in der sie ein abgestimmtes Thema schriftlich erörtern, den Bezug von Theorie und Praxis wissenschaftlich fundiert herstellen und ihre gewonnenen Erkenntnisse schriftlich präsentieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Change Management im Kontext des General Management zu verorten.
- die Ziele, Methoden und Instrumente des Change Management zu differenzieren.
- die Bedeutung des Change Management für digitale Veränderungsprozesse einzuordnen.
- theoretische Modelle des Change Management auf die Unternehmenspraxis anzuwenden.
- die Herausforderungen und Widerstände zu identifizieren, die mit Change Prozessen einhergehen.
- ein ausgewähltes Thema zum Change Management selbständig zu bearbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse wissenschaftlich fundiert zu präsentieren.

Kursinhalt

- Das Seminar behandelt das Thema Change Management im Kontext des General Management. Es geht insofern sowohl auf die Umwelt von Unternehmen ein, behandelt die organisationalen Aspekte von Change Prozessen und behandelt relevante Themen der Führung im Bereich des Change Management. Die Studierenden erlernen in diesem Seminar insofern die Verknüpfung der Theorie des Change Management mit der Unternehmenspraxis. Durch die Erstellung einer entsprechenden Seminararbeit zu einem abgestimmten Thema erlernen die Studierenden zudem, die erarbeiteten Ergebnisse in Form einer schriftlichen, an wissenschaftlichen Grundsätzen orientierten Ausarbeitung zu präsentieren.

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

- Bertagnolli, F./Waible, F./Bohn, S. (2018): Change Canvas [electronic resource]: Strukturierter visueller Ansatz für Change Management in einem agilen Umfeld. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Hughes, M. (2015): The Leadership of Organizational Change. Routledge, New York.
- Kotter, J. P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München.
- Kreuzer, R. T./Pattloch, A./Neugebauer, T. (2017): Digital Business Leadership. Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Lane, H. W./Maznevski, M. L. (2014): International Management Behavior : Global and Sustainable Leadership. 7. Auflage, Wiley, Chichester, West Sussex, UK.
- Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Business Intelligence

Modulcode: DLMIWBI

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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

Business Intelligence I

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Fallstudie

Business Intelligence II

- 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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Business Intelligence II

Kurscode: DLMIWBI02

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

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	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Digital Business und Entrepreneurship

Modulcode: DLMBWWDDBE

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Mario Boßlau (Digitale Business-Modelle) / Prof. Dr. Georg Berkel (Innovation und Entrepreneurship)

Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)
- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Digitale Business-Modelle

- Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Innovation und Entrepreneurship

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Digitale Business-Modelle**

- 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

Innovation und Entrepreneurship

- Innovationsmanagement und Entrepreneurship in einer globalisierten Welt
- Grundlagen der Entrepreneurship
- Geschäftsidee und Unternehmensgründung
- Finanzierungsquellen und Finanzierungsprozesse
- Internet, Digitales Business, und künstliche Intelligenz
- Strategische Allianzen
- Familienunternehmen

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.

Innovation und Entrepreneurship

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

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

Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLMIDBM01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
	<input checked="" type="checkbox"/> Audio	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

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

Beschreibung des Kurses

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors. Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkswirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen. Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen. Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

Kursinhalt

1. Entrepreneurship
 - 1.1 Entrepreneurship und Unternehmer
 - 1.2 Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
 - 1.3 Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship
2. Strategie der Unternehmensgründung
 - 2.1 Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
 - 2.2 Der Entrepreneur
 - 2.3 Geschäftsmodell und Strategie
3. Innovation und Innovationsmanagement
 - 3.1 Innovation
 - 3.2 Innovationsmanagement
 - 3.3 Der Schutz geistigen Eigentums
 - 3.4 Das BMW Empathic Design
4. Rechtsformen im internationalen Vergleich
 - 4.1 Deutschland
 - 4.2 USA

5. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen
 - 5.1 Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
 - 5.2 Business Angels
 - 5.3 Private Equity und Venture Capital
 - 5.4 Öffentliche Gründungsförderung
6. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse
 - 6.1 Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
 - 6.2 Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
 - 6.3 Valuierung von Unternehmensgründungen
7. Der Businessplan
 - 7.1 Zweck und Zielsetzung des Businessplans
 - 7.2 Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
 - 7.3 Struktur und Inhalt des Businessplans
 - 7.4 Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans
8. Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz
 - 8.1 E-Business
 - 8.2 Künstliche Intelligenz
 - 8.3 Globotics
9. Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures
 - 9.1 Cooperative Strategy
 - 9.2 Der richtige „Fit“
 - 9.3 Die richtige „Form“
10. Familienunternehmen
 - 10.1 Definition
 - 10.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung
 - 10.3 Stärken und Schwächen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press.
- Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK).
- Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96.
- Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK).
- Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J):. Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks. 3. Auflage, Oxford University Press.
- Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success. Springer, Berlin.
- Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2nd Edition Pearson, Harlow (UK).
- Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69–74.
- Fueglistaller, U./ Fust, A./ Müller, C./ Müller, S./ Zellweger, Th;(2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer Gabler, Berlin.
- Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.
- Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg. Hanser, München.
- Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München.
- Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. 2., überarbeitete Auflage, Springer, Berlin.
- Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work.
- Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17–47.
- Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship. 2nd Edition, Cambridge University Press.
- Zellweger, T. (2017): Managing the Family Business. Elgar.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Nachhaltige Unternehmensentwicklung

Modulcode: DLMCOWNUE

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

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

Modulverantwortliche(r)

Sabine Pur (Zukunftsfähige Geschäftsmodelle) / Prof. Dr. Esin Bozyazi (Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells)

Kurse im Modul

- Zukunftsfähige Geschäftsmodelle (DLMNMZGM01)
- Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells (DLMNMPEGM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Hausarbeit

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

- Studienformat "Fernstudium": Projektpräsentation

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Zukunftsfähige Geschäftsmodelle**

- Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle
- Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle
- Wirkungsorientierte Unternehmensführung
- Kennzahlen und Messung
- Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis
- Praxisbeispiele

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

Im Kurs Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells wird das Wissen der Studierenden in der Praxis angewandt. So sollen sie ein nachhaltiges Geschäftsmodell selbst entwickeln und können so eigene Interessen und Spezialisierungen in den Kurs einfließen lassen.

Qualifikationsziele des Moduls**Zukunftsfähige Geschäftsmodelle**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden.
- Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.
- Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen.
- wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren.

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Nachhaltiges Management in ein bestehendes Geschäftsmodell zu integrieren.
- ein Geschäftsmodell mithilfe von nachhaltigem Management zu entwickeln und aufzubauen.
- die eigenen Spezialisierungen und Interessen in ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu integrieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Methoden und Betriebswirtschaftslehre & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

Kurscode: DLMNMZGM01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs zukunftsfähige Geschäftsmodelle bereitet die Studierenden auf nachhaltige Geschäftsmodelle vor. Dabei steht der Fokus auf neu gegründeten Unternehmen, die Nachhaltigkeit von Anfang an in die Unternehmensstrategie integrieren, aber auch auf die nachhaltige Transformation von bereits bestehenden Geschäftsmodellen. Dabei sollen den Studierenden adäquate Modelle und Instrumente zur Hand gegeben werden, um das Wissen zu nachhaltigen Geschäftsmodellen in der Praxis anzuwenden, sowie Herausforderungen und Potenziale dieser Unternehmen zu erkennen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden.
- Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.
- Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen.
- wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.1 Konzeptionelle Grundlagen
 - 1.2 Betriebswirtschaftliche und gesellschaftliche Potenziale nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.3 Typen nachhaltiger Geschäftsmodelle
2. Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle
 - 2.1 Vorgehensweisen
 - 2.2 Rechtsformen
 - 2.3 Rahmenbedingungen
 - 2.4 Rolle der Stakeholder
3. Wirkungsorientierte Geschäftsmodelle
 - 3.1 Einführung Impactorientierung
 - 3.2 Übersicht konzeptioneller Grundlagen

- 3.3 Methoden Impact-orientierter Geschäftsmodelle
4. Kennzahlen und Messung
 - 4.1 Übersicht der wichtigsten Ansätze
 - 4.2 Wirkung und Impact Measurement
5. Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis
 - 5.1 Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle im Rahmen der „Nachhaltigen Entwicklung“
 - 5.2 Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle für KMUs
 - 5.3 Integration von Geschäftsmodellen in bestehende Unternehmensstrukturen
6. Praxisbeispiele
 - 6.1 Case Studies
 - 6.2 Best Practise Beispiele

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bungard, P. (Hrsg.) (2018). CSR und Geschäftsmodelle. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg.
- Wellbrock, W., Ludin, D. & Krauter, S. (2020). Nachhaltigkeitscontrolling. essentials. Springer VS.
- Wunder, T. (Hrsg.) (2017). CSR und Strategisches Management. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

Kurscode: DLMNMPEGM01

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

Beschreibung des Kurses

Aufgrund des wesentlichen Wandels bei Stakeholdergruppen und insgesamt der Gesellschaft, werden nachhaltige Geschäftsmodelle die neue Basis der Wirtschaft von morgen ausmachen. So sollen diese Chancen und Potentiale bereits in diesem Kurs genutzt werden. Im Kurs Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells wird das bereits gesammelte Wissen in der Praxis angewandt. So sollen die Studierenden ein nachhaltiges Geschäftsmodell selbst entwickeln und können so eigene Interessen und Spezialisierungen in den Kurs einfließen lassen. Auf diese Weise wird das theoretische Wissen in der Praxis angewandt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Nachhaltiges Management in ein bestehendes Geschäftsmodell zu integrieren.
- ein Geschäftsmodell mithilfe von nachhaltigem Management zu entwickeln und aufzubauen.
- die eigenen Spezialisierungen und Interessen in ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu integrieren.

Kursinhalt

- Unternehmen befinden sich im Wandel. Dies zeigen die steigenden Ansprüche von Stakeholdergruppen (Investoren, Gesellschaft, Mitarbeiter, Kunden, Politik, etc.) in Bezug auf Nachhaltigkeit. Dahingehend reflektierend, müssen auch bestehende sowie noch nicht gegründete Unternehmen diesen Wandel mitgehen und ihre Geschäftsmodelle dementsprechend anpassen. Dies ist der Ausgangspunkt dieses Kurses. Um die enormen unternehmerischen Chancen (Investorenattraktivität, Employer Branding, Kundenloyalität, erhöhte Umsätze, Mitarbeiteridentifikation, etc.) zu nutzen, müssen Studierende in der Lage sein, diese Denkansätze eines nachhaltigen Geschäftsmodelles zu verinnerlichen. Auf diese Weise entsteht ein späterer Wettbewerbsvorteil am Arbeitsmarkt.
- Die Herausforderung des Kurses besteht darin, Nachhaltigkeit integrativ zu denken und nicht nur als Add-On eines Geschäftsmodelles. So soll Nachhaltigkeit im Kerngeschäft integriert und dadurch nachhaltiges Management in die DNA des Unternehmens verankert werden. So sollen Geschäftsmodelle entstehen, die nicht nur negativen Impact reduzieren, sondern auch einen positiven gesellschaftlichen Impact generieren.

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

- Altenburger, R. (2013): CSR und Innovationsmanagement. Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Bungard, P. (2018): CSR und Geschäftsmodelle. Auf dem Weg zum zeitgemäßen Wirtschaften. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Gordon, G.; Nelke, A. (2017): CSR und nachhaltige Innovation. Zukunftsfähigkeit durch soziale, ökonomische und ökologische Innovationen. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Kraemer, A./Edinger-Schons, L. (2019): CSR und Social Enterprise. Beeinflussungskonzepte und effektives Schnittstellenmanagement. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schram, B./Schmidpeter, R. (2016): CSR und Organisationsentwicklung. Die Rolle des Qualitäts- und Changemanagers. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Wunder, T. (2017): CSR und Strategisches Management. Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb gewinnt. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Internationale Perspektiven

Modulcode: DLMNMWIP

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Andreas Herrmann (Management in einer globalisierten Welt) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethische Reflexion im Management)

Kurse im Modul

- Management in einer globalisierten Welt (DLMINTMAB01_D)
- Seminar: Ethische Reflexion im Management (DLMNMSERM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Management in einer globalisierten Welt

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Seminar: Ethische Reflexion im Management

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Management in einer globalisierten Welt**

- Internationales Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
- Globalisierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit
- Internationaler Handel
- Internationale Finanz- und Kapitalmärkte
- Internationale Organisationen und wirtschaftliche Integration
- Aktuelle Brennpunkte im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld

Seminar: Ethische Reflexion im Management

In diesem Kurs werden bestehende Probleme aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen an die Studierenden herangetragen. Mithilfe von ethischer Reflexion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Prozessen und Geschäftsmodellen soll die Überwindung des Trade-Off Denkens zwischen Profit und Nachhaltigkeit gefördert werden.

Qualifikationsziele des Moduls**Management in einer globalisierten Welt**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Entwicklungen und Trends im globalen Wirtschaftsumfeld zu erfassen und als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen anzuwenden.
- die Entwicklung der Globalisierung und des Welthandels in den letzten Jahrzehnten aufzuzeigen.
- die Ursachen und Auswirkungen von Protektionismus für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes zu erklären.
- die Zusammenhänge internationaler Finanz- und Kapitalmärkte zu verstehen und in Bezug auf den Umgang mit Wechselkursrisiken zu beurteilen.
- die Bedeutung internationaler Organisationen wie der World Trade Organisation (WTO) oder des Internationalen Währungsfonds (IMF) für die globale Kooperation zu erklären.
- sich zu aktuellen Fragestellungen der internationalen Wirtschaftspolitik eine eigene Meinung zu bilden.

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

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

Management in einer globalisierten Welt

Kurscode: DLMINTMAB01_D

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

Beschreibung des Kurses

Die Interdependenz von Volkswirtschaften, Märkten und Technologien hat in den vergangenen Jahrzehnten laufend zugenommen. Zu den ehemals drei bestimmenden Wirtschaftsräumen USA, Europa und Japan sind Emerging Markets zugestoßen, welche eine immer wichtigere Rolle im Welthandel spielen. Die globale Vernetzung schafft sowohl Chancen wie auch Risiken für international tätige Unternehmungen. Im Kurs Managing Across Borders erarbeiten sich die Studierenden ein vertieftes Verständnis globaler ökonomischer, politischer und technologischer Zusammenhänge als Grundlage für strategische Entscheidungen von international agierenden Firmen. Nebst der Kenntnis über internationalen Handel, internationale Finanz- und Kapitalmärkte sowie internationale Organisationen sollen die Studierenden insbesondere in der Lage sein, sich zu aktuellen Entwicklungen und Trends im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld eine fundierte eigene Meinung zu bilden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Entwicklungen und Trends im globalen Wirtschaftsumfeld zu erfassen und als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen anzuwenden.
- die Entwicklung der Globalisierung und des Welthandels in den letzten Jahrzehnten aufzuzeigen.
- die Ursachen und Auswirkungen von Protektionismus für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes zu erklären.
- die Zusammenhänge internationaler Finanz- und Kapitalmärkte zu verstehen und in Bezug auf den Umgang mit Wechselkursrisiken zu beurteilen.
- die Bedeutung internationaler Organisationen wie der World Trade Organisation (WTO) oder des Internationalen Währungsfonds (IMF) für die globale Kooperation zu erklären.
- sich zu aktuellen Fragestellungen der internationalen Wirtschaftspolitik eine eigene Meinung zu bilden.

Kursinhalt

1. Internationales Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
 - 1.1 Ökonomisches Umfeld
 - 1.2 Politisches Umfeld
 - 1.3 Technologisches Umfeld

2. Globalisierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit
 - 2.1 Definition und Entwicklung der Globalisierung
 - 2.2 Chancen und Risiken der Globalisierung
 - 2.3 Internationale Wettbewerbsfähigkeit
3. Internationaler Handel
 - 3.1 Theorien und Modelle des internationalen Handels
 - 3.2 Bedeutung des internationalen Handels für eine Volkswirtschaft
 - 3.3 Protektionismus als Bedrohung internationaler Geschäfte
4. Internationale Finanz- und Kapitalmärkte
 - 4.1 Bedeutung internationaler Finanz- und Kapitalmärkte für global agierende Unternehmen
 - 4.2 Internationale Wechselkurssysteme
 - 4.3 Absicherung von Wechselkursrisiken
5. Internationale Organisationen und wirtschaftliche Integration
 - 5.1 Internationale Organisationen als Grundlage der Weltwirtschaft (WTO, IWF und Weltbank)
 - 5.2 Regionale Wirtschaftsintegration als Triebfeder des internationalen Handels (EU, USMCA, RCEP, MERCOSUR)
6. Aktuelle Themen im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
 - 6.1 USA vs. China: Ringen um die politische und wirtschaftliche Vormachtstellung
 - 6.2 Emerging Markets: neue Akteure in der Weltwirtschaft
 - 6.3 Agenda 2030: Sustainable Development Goals (SDGs)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2019). Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft (11. Aufl.). Pearson.
- Cavusgil, S. T., Knight, G. A. & Riesenberger, J. R. (2020). International business: The new realities (5. Aufl.). Pearson.
- Blanchard, O., & Illing, G. (2017). Makroökonomie (7. Aufl.). Pearson.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Kurscode: DLMMMSERM01

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

Beschreibung des Kurses

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Kursinhalt

- Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.

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

- Gestring, I. (2016): Ethik im Mittelstand. Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung. 1. Auflage, Springer Gabler, Berlin.
- Glauner, F. (2016): CSR und Wertcockpits. Mess- und Steuerungssysteme der Unternehmenskultur. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Henderson, R. (2020): Reimagining Capitalism in a World on Fire. 1. Auflage, PublicAffairs, New York.
- Homann, K. (2014): Sollen und Können. Grenzen und Bedingungen der Individualmoral. 1. Auflage, Ibero Verlag, Wien.
- Indset, A. (2020): Quantenwirtschaft. Was kommt nach der Digitalisierung. 1. Auflage, Econ., Düsseldorf.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schüz, M. (2021): Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Pearson Verlag, London.
- Suchanek, A. (2015): Unternehmensethik: In Vertrauen investieren. 1. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Von Müller, A. (2020): Die Selbstentfaltung der Welt. Eine Einladung, Zeit und Wirklichkeit neu zu denken und mit Komplexität anders umzugehen. 1. Auflage, Siedler Verlag, München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Kommunikation, Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Modulcode: DLMBAWKAKA

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Hendrik Fenz (Gesprächsführung und Kommunikationstechniken) / Bernhard Wecke (Agilität und kreative Arbeitsmethoden)

Kurse im Modul

- Gesprächsführung und Kommunikationstechniken (DLMWPGUK01)
- Agilität und kreative Arbeitsmethoden (DLMWPAKAM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

- Studienformat "Kombistudium":
Fachpräsentation
- Studienformat "Fernstudium":
Fachpräsentation

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

- Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht
- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Gesprächsführung und Kommunikationstechniken**

- Formen der Kommunikation
- Mittel der Kommunikation
- Techniken der Kommunikation
- Kommunikation mit spezifischen Gruppen
- Gesprächsführung
- Besonderheiten in der Gesprächsführung
- Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Der Kurs vermittelt den Studierenden das Wissen für die Notwendigkeit der Einführung von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden in Unternehmen. Es vermittelt die Grundlagen der Agilität, geht auf die Prozessmodelle der Kreativität ebenso ein wie auf die verschiedenen Arten von Denkwerkzeugen in Abhängigkeit der jeweils erforderlichen Denkfertigkeiten im Rahmen der Lösungsfindung zur Befriedigung von Kundenwünschen. Die Studierenden werden damit in die Lage versetzt, Innovationsteams anzuleiten und in ihrem Prozess auf der Suche nach neuen Wegen und Lösungen mit entsprechendem Prozess- und Methodenwissen zu begleiten. Anhand von Praxisbeiträgen aus Unternehmen, die Agilität bereits eingeführt haben und erfolgreich leben werden die erfolgsrelevanten und erfolgskritischen Parameter beleuchtet. Damit erhalten die Studierenden einen weit gefächerten Einblick über die Chancen und Möglichkeiten einer agilen denkenden und handelnden Organisation. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Qualifikationsziele des Moduls

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Bereiche Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in den Gesamtkontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- Ziele und Formen der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- Mittel, Methoden und Instrumente der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie einzusetzen und anzuwenden.
- zielgerichtete Kommunikations- und Gesprächsführungsmaßnahmen vor dem Hintergrund schwieriger und festgefahrener Situationen zu erkennen und zu verstehen.
- Angemessene Maßnahmen der Kommunikation und Gesprächsführung zu erläutern und zu entwickeln.
- Probleme der Kommunikation und Gesprächsführung zu diskutieren, aufzudecken und alternative Vorgehensweisen vorzuschlagen.

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Spektrum der Themenfelder rund um Agilität und kreative Arbeitsmethoden zu benennen.
- die Anwendungsmöglichkeiten von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden im wirtschaftspsychologischen Kontext zu diskutieren.
- die behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung, Notwendigkeit und den Einfluss der Agilität und der kreativen Arbeitsmethoden vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen zu erläutern und diese anhand von Beispielen darzustellen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien, Methoden und Instrumente in der unternehmerischen Praxis zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema aus dem Bereich Agilität und kreative Arbeitsmethoden wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Veränderung von Organisationen und Arbeitsweisen in Bezug auf Agilität und kreative Arbeitsmethoden kritisch zu reflektieren, zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse und Herangehensweisen in Verbindung mit Agilität und kreativer Arbeitsmethoden zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen der damit verbundenen organisationalen Transformation zu erarbeiten sowie die neuen Methoden und Instrumente anzuwenden.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Soziale Arbeit sowie Projektmanagement auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme in den Bereichen Sozialwissenschaften und Wirtschaft & Management

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

Kurscode: DLMWPGUK01

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

Beschreibung des Kurses

Gute Kommunikationsfähigkeiten sind der Schlüssel für beruflichen Erfolg. Um berufliche Ziele zu erreichen, muss man in Gesprächen überzeugen. Nur wer seine Gesprächspartner wirklich versteht und auch von ihnen verstanden wird, kommt schneller zu einem guten Ergebnis. Dafür ist es essentiell mit einer entsprechenden Vorbereitung besonders in schwierige Gespräche zu gehen sowie über einen Werkzeugkasten an verschiedenen Gesprächstechniken zu verfügen, um diese gezielt einsetzen zu können, damit konstruktive Kommunikation möglich wird. Dazu bedarf es neben bestimmter Mittel der Kommunikation auch besonderer Techniken und Methoden. Die Kenntnis und ein Verständnis der psychologisch-menschlichen Aspekte beim Einsatz von Kommunikationstechniken und in der Gesprächsführung stellen dabei eine wichtige Grundlage für das Gelingen von Gesprächen im wirtschaftspsychologischen Kontext dar. Der Kurs geht dabei auch auf schwierige und kritische Gesprächssituationen sowie auf die Kommunikation mit spezifischen Zielgruppen ein. Die Studierenden lernen verschiedene Kommunikationsstile, Kommunikationstechniken sowie die Phasen der Gesprächsführung kennen, um sich gezielt auf Gespräche mit anderen Teammitgliedern sowie externen Partnern vorzubereiten und diese zu führen. Sie erfahren, wie Sie sich besser auf Ihre Gesprächspartner einstellen und entsprechend agieren können, um gute Ergebnisse für beide Seiten zu erreichen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Bereiche Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in den Gesamtkontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- Ziele und Formen der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- Mittel, Methoden und Instrumente der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie einzusetzen und anzuwenden.
- zielgerichtete Kommunikations- und Gesprächsführungsmaßnahmen vor dem Hintergrund schwieriger und festgefahrener Situationen zu erkennen und zu verstehen.
- Angemessene Maßnahmen der Kommunikation und Gesprächsführung zu erläutern und zu entwickeln.
- Probleme der Kommunikation und Gesprächsführung zu diskutieren, aufzudecken und alternative Vorgehensweisen vorzuschlagen.

Kursinhalt

1. Formen der Kommunikation
 - 1.1 Wechselseitige Beeinflussung durch die Kommunikation
 - 1.2 Verbale Kommunikation
 - 1.3 Paraverbale Kommunikation
 - 1.4 Nonverbale Kommunikation
 - 1.5 Extraverbale Kommunikation
 - 1.6 Intrapersonale vs. Interpersonale Kommunikation
2. Mittel der Kommunikation
 - 2.1 Kommunikationsstile
 - 2.2 Rhetorik
 - 2.3 Spezielle Formen der Kommunikation: Rapport, Pacing und Kalibrieren
 - 2.4 Präsuppositionen und Submodalitäten
3. Techniken der Kommunikation
 - 3.1 Du- vs. Ich-Botschaften
 - 3.2 Paraphrasieren
 - 3.3 Fragetechniken und –methoden
 - 3.4 Reframing
 - 3.5 Chunking als Fragetechnik
 - 3.6 Perspektivenwechsel
4. Kommunikation mit spezifischen Gruppen
 - 4.1 Kommunikation in der Organisation
 - 4.2 Kommunikation mit Kollegen, Teammitgliedern und Vorgesetzten
 - 4.3 Kommunikation mit Kunden
 - 4.4 Kommunikation mit Dienstleistern
 - 4.5 Kommunikation mit der Öffentlichkeit
 - 4.6 Kommunikation mit Journalisten
5. Gesprächsführung
 - 5.1 Sach- und Beziehungsebene
 - 5.2 Gesprächsziele und Gesprächshaltung
 - 5.3 Argumentationsstrategie
 - 5.4 Gesprächsplanung und -strukturierung
 - 5.5 Gesprächsaufbau und -steuerung
 - 5.6 Gesprächsanalyse

6. Besonderheiten der Gesprächsführung
 - 6.1 Beziehungsebene gestalten
 - 6.2 Gesprächsfallen und Gesprächsstörungen
 - 6.3 Kritische Gesprächssituationen erkennen und meistern
 - 6.4 Regeln des Feedback
7. Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen
 - 7.1 Agieren in festgefahrenen Situationen
 - 7.2 Umgang mit Widerständen
 - 7.3 Persönliche Aspekte in Gesprächen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, J. H./ Ebert, H./ Pastoors, S. (2018): Praxishandbuch berufliche Schlüsselkompetenzen. Springer, Berlin.
- Bruno, T./ Adamczyk, G./ Bilinski, W. (2016): Körpersprache und Rhetorik. 3. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Flume, P. (2017): Die Kunst der Kommunikation – In Gesprächen und Vorträgen überzeugen. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Hillmann, M. (2017): Das 1x1 der Unternehmenskommunikation. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- von Kanitz, A./ Scharlau, C. (2015): Gesprächstechniken. 4. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Maier, M./Schneider, F. M./ Retzbach, A. (2012): Psychologie der internen Organisationskommunikation. Hogrefe, Göttingen.
- Preuß-Scheuerle, B. (2016): Praxishandbuch Kommunikation. Überzeugend auftreten, zielgerichtet argumentieren, souverän reagieren. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Scharlau, C./Rossié, M. (2016): Gesprächstechniken. 3. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Schulz von Thun, F. (2014): Miteinander reden 1. Rowohlt, Hamburg.
- Six, U./Gleich, U./Gimmler, R. (2007): Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie. BELTZ, Weinheim.
- Weisbach, C.-R./ Sonne-Neubacher, P. (2015): Professionelle Gesprächsführung. 9. Auflage, DTV, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Kurscode: DLMWPAKAM01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Agilität und kreative Arbeitsmethoden“ setzt sich mit der Notwendigkeit der Transformation von etablierten Organisationsstrukturen und Arbeitsweisen sowie der nachhaltigen Verankerung von Agilität, agilen Prinzipien und Methoden in Unternehmen auseinander. Er beschäftigt sich u.a. mit folgenden Fragestellungen: Wie gestalten Unternehmen Transformationen? Wie erhöhen sie ihren agilen Reifegrad in der Organisation? Wie lassen sich verkrustete Strukturen, starre Prozesse und Abteilungsdenken überwinden? Wie verleiht man Unternehmen Agilität? Wie bewegt man eine ganze Organisation zum Umdenken? Der Kurs geht auf die Bedeutung von Strategie, Struktur, Prozess, Führung, Methoden, Instrumente und Kultur im Rahmen der agilen Organisation ein. Er behandelt verschiedene kreative Arbeitsmethoden, die je nach Phase des Kreativprozesses zur Anwendung kommen, um gezielt verschiedene Denkfertigkeiten zu unterstützen, damit Lösungen für ergebnisoffene Herausforderungen zur Ausrichtung an Kundenwünschen entstehen können. Die Studierenden diskutieren verschiedene Prozessmodelle und Methoden und wenden diese selbständig an. Sie verknüpfen ihr wirtschaftspsychologisches, unternehmerisches Wissen mit agilen Prinzipien und Instrumenten. Ihr Wissen und die gemachten Erfahrungen reflektieren sie kritisch und hinterfragen diese.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Spektrum der Themenfelder rund um Agilität und kreative Arbeitsmethoden zu benennen.
- die Anwendungsmöglichkeiten von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden im wirtschaftspsychologischen Kontext zu diskutieren.
- die behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung, Notwendigkeit und den Einfluss der Agilität und der kreativen Arbeitsmethoden vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen zu erläutern und diese anhand von Beispielen darzustellen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien, Methoden und Instrumente in der unternehmerischen Praxis zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema aus dem Bereich Agilität und kreative Arbeitsmethoden wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Veränderung von Organisationen und Arbeitsweisen in Bezug auf Agilität und kreative Arbeitsmethoden kritisch zu reflektieren, zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse und Herangehensweisen in Verbindung mit Agilität und kreativer Arbeitsmethoden zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen der damit verbundenen organisationalen Transformation zu erarbeiten sowie die neuen Methoden und Instrumente anzuwenden.

Kursinhalt

- Vor dem Hintergrund eines turbulenten, unbeständigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfelds können prozess- und projektorganisierte Organisationsstrukturen aufgrund ihrer starren Hierarchien und des abteilungsbezogenen Denkens und Handelns mit dem Wandel und den damit einhergehenden Anforderungen nicht mithalten. Die weiter voranschreitende Digitalisierung und der Einzug der künstlichen Intelligenz in immer mehr Leistungsbereiche erfordern neue Formen der Unternehmensorganisation und der Unternehmensführung. Um langfristig am Markt bestehen zu können, müssen Unternehmen mit immer neuen Dienstleistungen und Produkten aufwarten. Traditionelle Organisationen fokussieren sich sehr stark auf sich selbst. Sie denken und handeln in Pyramiden und Silos. Agilität wird notwendig, um in einer von Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität (VUKA) geprägten Welt zu überleben. Agile Unternehmen richten ihre Strategie am Kunden aus und streben eine Maximierung des Kundennutzens an. An die Stelle von hierarchischen Strukturen mit großer Machtfülle an der Spitze der Pyramide, treten andere Organisationsformen mit verteilter Autorität. Die Zukunft wird bestimmt von selbstorganisierten agilen Unternehmen. Für Unternehmen bedeutet Agilität und die damit verbundenen kreativen Arbeitsmethoden die Fähigkeit, in einer Wettbewerbsumgebung gewinnbringend zu operieren. Dadurch wird es möglich auf Umweltveränderungen und sich verändernde Kundenwünsche schneller zu reagieren. Doch wie funktionieren agile selbstorganisierte Unternehmen und wie betreiben sie Innovation?

Welche Rolle und Bedeutung kommt Wirtschaftspsychologen dabei zu? Damit setzt sich dieser Kurs auseinander. Jeder Teilnehmer soll zu einem von ihm ausgewählten Thema ein Projekt/Teilprojekt durchführen und hierzu einen Projektbericht erstellen.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Anderson, K./Uhlig, J. (2015): Das agile Unternehmen – Wie Organisationen sich neu erfinden. CAMPUS VERLAG, Frankfurt.
- Appelo, J. (2011): Management 3.0 – Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders. Addison-Wesley Longman, Amsterdam.
- Atelier für Ideen (2018): Kreativitätstechniken. (<http://www.ideenfindung.de/%C3%9Cbersicht-Liste-Kreativitaetstechniken-Ideenfindung.html>, Stand 26.03.2018)
- Bachfischer, N. (2018): Sprungbrett in die Zukunft – Wie Unternehmen in einer Start-Up-Welt erfolgreich sein können. innovaMe LAB, Tutzing.
- Dark Horse Innovation (2017): Digital Innovation Playbook. Murmann Publishers, Hamburg.
- Häusling, A. (2017): Agile Organisationen. Transformationen erfolgreich gestalten. Beispiele agiler Pioniere. Haufe Lexware, Freiburg.
- Knapp, J./Zeratsky, J./Kowitz, B. (2016): Sprint – Wie man in nur fünf Tagen Ideen testet und Probleme löst. Redline, München.
- Lasnia, M./Nowotny, V. (2018): AGILE EVOLUTION. Eine Anleitung zur agilen Transformation. BusinessVillage, Göttingen.
- Moran, A. (2015): Managing Agile. Strategy, Implementation, Organisation and People. Springer, Heidelberg/New York.
- Nöllke, M. (2015): Kreativitätstechniken. 7. Auflage, Haufe Lexware, Freiburg.
- Scheller, T. (2017): Auf dem Weg zur agilen Organisation. Vahlen, München.
- Rustler, F. (2017): Innovationskultur der Zukunft. Wie selbstorganisierte agile Unternehmen die Digitalisierung meistern. Midas Management Verlag, St. Gallen/Zürich.
- Rustler, F. (2017): Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation. Midas Management Verlag, St. Gallen/Zürich.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Projekt
------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Advanced Financial Management

Modulcode: DLMCOWAFM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen	Niveau MA	CP 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. David Florysiak (Corporate Finance) / Prof. Dr. Andreas Simon (Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance)

Kurse im Modul

- Corporate Finance (MINR02)
- Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance (DLMFATSAACF01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Corporate Finance

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**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

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Das Modul behandelt ausgewählte Aspekte der Corporate Finance und versucht hierbei auch neuen Strömungen und aktuellen Problemfeldern im Bereich der Corporate Finance Raum zu geben. Theoriebezogene Inhalte aus der Corporate Finance werden hierbei mit einem anwendungsbezogenen und aktuellen Kontext verknüpft. Hierdurch wird die praktische Relevanz von Corporate Finance als anwendungsorientierte Teildisziplin der Finanzwirtschaft deutlich.

Qualifikationsziele des Moduls

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.

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich Corporate Finance einzuarbeiten.
- eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten.
- wichtige themenspezifische Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- Corporate Finance als wichtige Teildisziplin der Finanzwirtschaft zu begreifen.
- die Interessensgruppen im Rahmen der Corporate Finance mit ihren situationsabhängigen individuellen Motivations- und Interessenlagen zu analysieren und bewerten.
- Problemfelder innerhalb von Corporate Finance zu identifizieren und individuelle Lösungsvorschläge sowie interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

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

Corporate Finance

Kurscode: MINR02

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Kurscode: DLMFATSAACF01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen MINR02
---------------------	---	------------	----------------	---

Beschreibung des Kurses

Das Seminar behandelt ausgewählte Aspekte der Corporate Finance und versucht hierbei aktuellen Problem- sowie Themenfeldern im Bereich der Corporate Finance zu begegnen. Es werden konkrete Themenfelder adressiert, die Corporate Finance nicht als reine theoriebezogene Wissenschaftsdisziplin verstehen, sondern die Studierenden dazubringen sollen, die Theorie der Corporate Finance als Instrument zu nutzen, um aktuellen Problemstellungen in der betriebswirtschaftlichen Praxis, konkret im Rahmen der Unternehmensfinanzierung, perspektivenabhängig zu lösen und interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu erarbeiten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich Corporate Finance einzuarbeiten.
- eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten.
- wichtige themenspezifische Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- Corporate Finance als wichtige Teildisziplin der Finanzwirtschaft zu begreifen.
- die Interessensgruppen im Rahmen der Corporate Finance mit ihren situationsabhängigen individuellen Motivations- und Interessenlagen zu analysieren und bewerten.
- Problemfelder innerhalb von Corporate Finance zu identifizieren und individuelle Lösungsvorschläge sowie interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

Kursinhalt

- Jeder Teilnehmende muss zu einem zugewiesenen individuellen Thema eine Seminararbeit erstellen. Theoriebezogene Inhalte aus der Corporate Finance werden hierbei mit einem anwendungsbezogenen und zumeist aktuellen Kontext verknüpft, wodurch die praktische Relevanz von Corporate Finance als anwendungsorientierte Teildisziplin der Finanzwirtschaft deutlich wird. Hierbei stehen insbesondere – aber nicht nur – folgende Themenfelder im Fokus der Aufmerksamkeit: Microfinance, Vertiefung spezieller Finanzierungsarten (z.B.

Crowdfunding, Private Equity, Venture Capital, Business Angel, Corporate Venture Funds, Family Office), Debt Fonds, Islamic Finance, Social und Sustainable Finance, FinTechs, TechFins.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Herberger, T.A. (Hrsg.) (2019): Die Digitalisierung und die Digitale Transformation der Finanzwirtschaft. Tectum Verlag, Baden-Baden.
- Hunziker, A.W. (2010): Spass am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, SKV, Zürich.
- Lehner, O. (Hrsg.) (2018): Routledge Handbook of Social and Sustainable Finance. Routledge, New York.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Wehrlin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Risikomanagement und Digitale Transformation

Modulcode: DLMBWWRMDT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Hans-Jörg Beilharz (Risikomanagement) / Prof. Dr. Franz Isselstein (Digitale Transformation im Finanzwesen)

Kurse im Modul

- Risikomanagement (DLMFATRM01)
- Digitale Transformation im Finanzwesen (DLMFATDT01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Risikomanagement

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Digitale Transformation im Finanzwesen

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Hausarbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Risikomanagement**

- Theoretische, begriffliche und rechtliche Grundlagen des Risikomanagements
- Regelkreislauf des Risikomanagements
- Risikoidentifikation
- Risikomessung und Risikobewertung
- Risikosteuerung
- Risikokontrolle

Digitale Transformation im Finanzwesen

- Theoretische Grundlagen der Finanzintermediation
- Begriffliche und rechtliche Grundlagen im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens
- Digitale Transformation im Bereich der Finanzierung
- Digitale Transformation im Bereich der Investition und Portfolioverwaltung
- Digitale Transformation im Zahlungsverkehrs- und Servicebereich der Finanzwirtschaft
- Digitale Transformation des Versicherungswesens

Qualifikationsziele des Moduls

Risikomanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen und begrifflichen Grundlagen des Risikomanagements zu verstehen und den Regelkreislauf des Risikomanagements zu begreifen.
- Risiken im unternehmerischen Kontext zu identifizieren sowie zu differenzieren.
- identifizierte Risiken zu bewerten und die Relevanz unternehmensspezifisch zu evaluieren.
- Risikomanagementsysteme erfolgreich zu implementieren und Risiken dadurch zu steuern.
- Risikokontrollsysteme auf Kennzahlenebene zu installieren sowie in eine adäquate Risikoberichterstattung und Risikokommunikation münden zu lassen.
- langfristige Trends im Risikomanagement zu erkennen und für das Unternehmen zu bewerten.

Digitale Transformation im Finanzwesen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Digitale Transformation des Finanzwesens in einen theoretischen Bezugsrahmen zu verorten sowie relevante begriffliche und rechtlichen Grundlagen in diesem Zusammenhang zu verstehen.
- die Digitale Transformation auf Finanzierungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation auf Investitions- und Porfolioverwaltungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Versicherungssektor zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- sich differenziert mit Begrifflichkeiten wie Megatrend, disruptive Innovation und Disintermediation im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens auseinanderzusetzen und argumentativ die aktuelle Diskussion hierüber zu bereichern.

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.

Risikomanagement

Kurscode: DLMFATRM01

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

Beschreibung des Kurses

Risiken sind elementarer Bestandteil jedes ökonomischen Handelns. Das Management von Risiken ist daher auch eine Kernkompetenz im Rahmen unternehmerischen Handelns. Die Studierenden lernen in diesem Kurs die theoretischen, begrifflichen sowie rechtlichen Grundlagen des Risikomanagements und erleben anwendungsorientiert den Regelkreislauf des Risikomanagements aus Identifikation, Bewertung, Steuerung und Kontrolle von Risiken kennen. Dies unterstützt die Studierenden im beruflichen Alltag erfolgreich Risikomanagementprozesse zu implementieren, um letztlich auch den unternehmerischen Erfolg zu maximieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen und begrifflichen Grundlagen des Risikomanagements zu verstehen und den Regelkreislauf des Risikomanagements zu begreifen.
- Risiken im unternehmerischen Kontext zu identifizieren sowie zu differenzieren.
- identifizierte Risiken zu bewerten und die Relevanz unternehmensspezifisch zu evaluieren.
- Risikomanagementsysteme erfolgreich zu implementieren und Risiken dadurch zu steuern.
- Risikokontrollsysteme auf Kennzahlenebene zu installieren sowie in eine adäquate Risikoberichterstattung und Risikokommunikation münden zu lassen.
- langfristige Trends im Risikomanagement zu erkennen und für das Unternehmen zu bewerten.

Kursinhalt

1. Theoretische und begriffliche Grundlagen des Risikomanagements
 - 1.1 Entscheidungen unter Sicherheit
 - 1.2 Entscheidungen unter Unsicherheit
 - 1.3 Der Regelkreislauf des Risikomanagements
 - 1.4 Die rechtlichen Rahmenbedingungen des Risikomanagements
2. Risikoidentifikation
 - 2.1 Ziele und Aufgaben der Risikoidentifikation
 - 2.2 Methoden der Risikoidentifikation
 - 2.3 Finanzwirtschaftliche Risiken
 - 2.4 Leistungswirtschaftliche Risiken

3. Risikobewertung
 - 3.1 Das Risikoinventar als Ergebnis der Risikoidentifikation
 - 3.2 Ziele und Aufgabe der Risikobewertung
 - 3.3 Instrumente der Risikobewertung
4. Risikosteuerung
 - 4.1 Ziele und Aufgabe der Risikosteuerung
 - 4.2 Risikosteuerungsstrategien
 - 4.3 Die Rolle von Derivaten in der Risikosteuerung
5. Risikokontrolle
 - 5.1 Risikomanagementsysteme als Bestandteil der unternehmensspezifischen Compliance und Corporate Governance
 - 5.2 Risikoberichterstattung und Risikokommunikation
 - 5.3 Die besondere Rolle des Controllings und der internen Revision im Rahmen des Risikomanagements
6. Trends im Risikomanagement
 - 6.1 Das Risikomanagement als Business Partner der Unternehmensführung
 - 6.2 Risikokultur als kritischer Erfolgsfaktor für das Risikomanagement
 - 6.3 Auswirkungen der Digitalisierung für das Risikomanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Gleißner, W. (2017). Grundlagen des Risikomanagements: Mit fundierten Informationen zu besseren Entscheidungen. (3. Aufl.). Vahlen.
- Henschel, T. & Heinze, I. (2016). Governance, Risk und Compliance im Mittelstand: Praxisleitfaden für gute Unternehmensführung. Erich Schmidt.
- Hull, J. C. (2019). Optionen, Futures und andere Derivate. (10. Aufl.). Pearson.
- Vanini, U. (2012). Risikomanagement: Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis. (2. Aufl.). Schäffer-Poeschel.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Digitale Transformation im Finanzwesen

Kurscode: DLMFATDT01

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

Beschreibung des Kurses

... „Industrie 4.0“ – „brauchen wir noch Bargeld?“ – „ich investiere in Bitcoins“ – „ist mobile = instant Payment?“... Solchen Aussagen begegnet man regelmäßig im täglichen Leben; sei es beim Verfolgen von Talkshows, politischen Debatten, in einem Gespräch unter Freunden oder einfach beim Konsumieren analoger und digitaler Medien. Ohne Frage bringt die Digitalisierung zahlreicher Alltagsprozesse mit Finanzbezug Veränderungen für die Gesellschaft und auch für jeden Einzelnen mit seiner individuellen Motivations- und Interessenslage mit sich, die sowohl Chancen als auch durchaus Gefahren bergen. Dies geht einfach originär mit einem Transformationsprozess einher, wird aber häufig übersehen. Der Kurs adressiert zum einen die theoretischen, begrifflichen und rechtlichen Grundlagen zu diesen Transformationsprozessen im Finanzwesen und liefert konkrete Einblicke in (vermeintlich) disruptive Geschäftsmodelle im Zusammenhang mit der Digitalen Transformation des Finanzwesens und geht hier explizit auch auf möglichen Chancen und Risiken aus einer Multiperspektivenbetrachtung ein.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Digitale Transformation des Finanzwesens in einen theoretischen Bezugsrahmen zu verorten sowie relevante begriffliche und rechtlichen Grundlagen in diesem Zusammenhang zu verstehen.
- die Digitale Transformation auf Finanzierungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation auf Investitions- und Porfolioverwaltungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Versicherungssektor zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- sich differenziert mit Begrifflichkeiten wie Megatrend, disruptive Innovation und Disintermediation im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens auseinanderzusetzen und argumentativ die aktuelle Diskussion hierüber zu bereichern.

Kursinhalt

1. Theoretische Grundlagen der Finanzintermediation
 - 1.1 Transaktionskostentheorie

- 1.2 Theorie der Verfügungsrechte
- 1.3 Theorie der Finanzintermediation
- 1.4 Unterschiedliche Akteure und deren Motivations- und Interessenlagen in Finanzsystemen
2. Begriffliche und rechtliche Grundlagen im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens
 - 2.1 MegaTrend: Ist die Digitalisierung im Finanzwesen ein neues Phänomen?
 - 2.2 Die Rolle von IT-Plattformen in der Digitalen Transformation des Finanzwesens
 - 2.3 FinTechs vs. TechFins
 - 2.4 Relevante rechtliche Rahmenbedingungen im nationalen und internationalen Kontext
3. Digitale Transformation im Bereich der Finanzierung
 - 3.1 Crowdfunding
 - 3.2 Crowdlending
4. Digitale Transformation im Bereich der Investition und Portfolioverwaltung
 - 4.1 Robo Advisory
 - 4.2 Social Trading
5. Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens
 - 5.1 Mobile und Instant Payment
 - 5.2 Blockchain
 - 5.3 Kryptowährungen
 - 5.4 Smart Contracts
 - 5.5 IT-Infrastruktur, Identifikation und Datensicherheit
 - 5.6 Die Rolle von Big Data im Zusammenhang mit der Digitalen Transformation des Finanzwesens
6. Digitale Transformation des Versicherungswesens
 - 6.1 Krankversicherungen
 - 6.2 Sachversicherungen

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

- Brühl, V./Dorschel, J. (Hrsg.) (2018): Praxishandbuch Digital Banking. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Hartmann-Wendels, T./Pfungsten, A./Weber, M. (2019): Bankbetriebslehre. 7. Auflage, Springer, Berlin.
- Huang, S. H./Choi, P. M. S. (Hrsg.) (2021): Fintech with Artificial Intelligence, Big Data, and Blockchain. Springer, Singapur.
- King, B. (2019): Bank 4.0 – Banking Everywhere, Never at a Bank. Wiley, Chichester.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Personalcontrolling

Modulcode: DLMCOWPC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Michaela Moser (Human Resource Management I) / Selina Engelmann (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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Compensation und Personalcontrolling

Kurscode: DLMCUP01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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./Haussmann, 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.
 - Zdrowomyslaw, 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Supply Chain Management

Modulcode: MWCH

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Unternehmensnetzwerken. 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Kurscode: MWCH02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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 Unternehmensnetzwerken. 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Projektmanagement

Modulcode: DLMPRWPM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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

Angewandtes Projektmanagement

- Studienformat "Fernstudium":
Fachpräsentation

Online Projektsimulation

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche
Ausarbeitung: Projektbericht

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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Online Projektsimulation

Kurscode: DLMPRWOPS02

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

IT-Management

Modulcode: MWIT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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

Management von IT-Projekten

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Management von IT-Services und IT-Architekturen

- 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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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. Risiken und Herausforderungen der industriellen Softwaretechnik
 - 1.1 Eigenschaften von industriellen Softwaresystemen
 - 1.2 Softwaretechnik
 - 1.3 Risiken und typische Probleme
 - 1.4 Herausforderungen im Software Engineering
2. Softwarelebenszyklus: von Planung bis Ablösung
 - 2.1 Der Softwarelebenszyklus im Überblick
 - 2.2 Planung
 - 2.3 Entwicklung

- 2.4 Betrieb
- 2.5 Wartung
- 2.6 Abschaltung
- 3. Rollen im Software Engineering
 - 3.1 Idee der rollenbasierten Herangehensweise
 - 3.2 Typische Rollen
- 4. Organisation von Softwareprojekten
 - 4.1 Vom Prozessparadigma zum Softwareprozess
 - 4.2 Prozessparadigmen
- 5. Softwareprozessmodell-Rahmenwerke
 - 5.1 V-Modell XT
 - 5.2 Rational Unified Process (RUP)
 - 5.3 Scrum
- 6. Organisation und Struktur im IT-Projektmanagement
 - 6.1 Überblick und Managementebenen von PRINCE2
 - 6.2 Managementprozesse in PRINCE2
 - 6.3 Pragmatisches IT-Projektmanagement (PITPM)
 - 6.4 Konfiguration des IT-Projekts in PITPM
 - 6.5 Steuern des Projekts in PITPM
- 7. Ausgewählte Techniken im IT-Projektmanagement
 - 7.1 Planung und Organisation mit dem Kanban Board
 - 7.2 Priorisierung
 - 7.3 Drei-Punkt-Schätzung (PERT)
- 8. Denkmodelle im IT-Projektmanagement
 - 8.1 Agile Softwareentwicklung
 - 8.2 Value-Based Software Engineering

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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Management von IT-Services und IT-Architekturen

Kurscode: MWIT02

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Data Science and Analytics

Module Code: DLMBDSA-01

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

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

Module Coordinator

Prof. Dr. Simon Steinberg (Data Science) / Prof. Dr. Andrew Adjah Sai (Analytical Software and Frameworks)

Contributing Courses to Module

- Data Science (DLMBDSA01-01)
- Analytical Software and Frameworks (DLMBDSA02)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Data Science

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

Analytical Software and Frameworks

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

Weight of Module

see curriculum

Module Contents

Data Science

- Introduction to Data Science
- Use Cases and Performance Evaluation
- Pre-processing of Data
- Processing of Data
- Selected Mathematical Techniques
- Selected Artificial Intelligence Techniques

Analytical Software and Frameworks

- Introduction to Analytical Software and Frameworks
- Data Storage
- Statistical Modeling
- Machine Learning
- Cloud Computing Platforms
- Distributed Computing
- Database Technologies

Learning Outcomes

Data Science

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches.
- understand how domain specific knowledge for a particular application context is required to identify objectives and value propositions for data science use cases.
- appreciate the role and necessity for business-centric model evaluation apposite to the respective area of application.
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

Analytical Software and Frameworks

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.
- understand how to identify the right technological solution for a specific application domain.

Links to other Modules within the Study Program

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

Links to other Study Programs of the University

All Master Programmes in the IT & Technology field

Data Science

Course Code: DLMBDSA01-01

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

Course Description

The course provides the framework to create value from data. After an introduction the course covers how to identify suitable use cases and evaluate the performance of data-driven methods. In an interdisciplinary approach, the requirements from a specific application domain need to be understood and transferred to the technological understanding to identify the objectives and value proposition of a Data Science project. The course covers techniques for the technical processing of data and then introduces advanced mathematical techniques and selected methods from artificial intelligence that are used to analyze data and make predictions.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- identify use cases and evaluate the performance of data-driven approaches.
- understand how domain specific knowledge for a particular application context is required to identify objectives and value propositions for data science use cases.
- appreciate the role and necessity for business-centric model evaluation apposite to the respective area of application.
- comprehend how data are pre-processed in preparation for analysis.
- develop typologies for data and ontologies for knowledge representation.
- decide for appropriate mathematical algorithms to utilize data analysis for a given task.
- understand the value, applicability, and limitations of artificial intelligence for data analysis.

Contents

1. Introduction to Data Science
 - 1.1 Overview of Data Science
 - 1.2 Data Science Activities
 - 1.3 Sources and Types of Data
 - 1.4 Stages of Data Processing
 - 1.5 Mathematical Basics for Data Scientists
2. Use Cases and Performance Evaluation
 - 2.1 Data Science Use Cases (DSUCs)
 - 2.2 Model-Centric Evaluation: Performance Metrics
 - 2.3 Business-Centric Evaluation: the Role of KPIs

- 2.4 Cognitive Biases and Decision-Making Fallacies
- 3. Pre-Processing of Data
 - 3.1 Transmission of Data
 - 3.2 Data Quality and Cleansing of Data
 - 3.3 Transformation of Data
 - 3.4 Reduction of Data Dimensionality
- 4. Data Processing
 - 4.1 From Raw Data to Insights
 - 4.2 Data Collection
 - 4.3 Data Analysis and Model Building
 - 4.4 Insight Implementation
 - 4.5 Output Formats of Processed Data
 - 4.6 Data Storage
- 5. Selected Mathematical Techniques
 - 5.1 Principal component Analysis
 - 5.2 Cluster Analysis
 - 5.3 Linear Regression
 - 5.4 Time Series Forecasting
 - 5.5 Transformation Approaches
- 6. Selected Artificial Intelligence Techniques
 - 6.1 Support Vector Machines
 - 6.2 Artificial Neural Networks
 - 6.3 Further Approaches

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

- Akerar, R., & Sajja, P.S. (2016). Intelligent techniques for data science. Cham: Springer.
- Bruce, A., & Bruce, P. (2017). Practical statistics for data scientists: 50 essential concepts. Newton, MA: O'Reilly Publishers.
- Fawcett, T. & Provost, F. (2013). Data science for business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking. Newton, MA: O'Reilly Media.
- Hodeghatta, U. R., & Nayak, U. (2017). Business analytics using R – A practical approach. Berkeley, CA: Apress Publishing. (Database: ProQuest).
- Liebowitz, J. (2014). Business analytics: An introduction. Boca Raton, FL: Auerbach Publications. (Available online).
- Runkler, T. A. (2012). Data analytics: Models and algorithms for intelligent data analysis. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Skiena, S. S. (2017). The data science design manual. Cham: Springer.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Theory Course
--	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Theory Course
----------------------------------	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Analytical Software and Frameworks

Course Code: DLMBDSA02

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

Course Description

Analytical Software and Frameworks provides insight into contemporary software and platforms solutions for data analytics in business. The course introduces relevant frameworks and software used in modern data science projects. Commercial and open-source for cloud computing, distributed computing and machine learning, as well as a commercial development platform for in-memory database analytics, are covered. Additional software solutions may be covered by the lecturer as convenient. In particular in the written assignment, students are required to apply their technological knowledge to a specific scenario which requires interdisciplinary thinking of how to merge the particularities of a given application domain with the technological options.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend how cloud computing and distributed computing support the field of data analytics.
- understand in-memory database technologies for real-time analytics.
- apply advanced statistics and machine learning solutions to solve data analysis problems.
- compare the capabilities and limitations of the presented software solutions.
- understand how to identify the right technological solution for a specific application domain.

Contents

1. Introduction
 - 1.1 Software Systems
 - 1.2 Frameworks
 - 1.3 Distributed Computing
 - 1.4 Databases and Data Warehousing
2. Data Storage
 - 2.1 Data Clustering
 - 2.2 Data Replication
 - 2.3 Data Indexing
 - 2.4 Data Warehousing
3. Statistical Modeling Frameworks

- 3.1 The R Project for Statistical Computing
 - 3.2 The Python Ecosystem
4. Machine Learning & Artificial Intelligence
 - 4.1 Overview of Modern Machine Learning Frameworks
 - 4.2 Introduction to TensorFlow & Keras
5. Cloud Computing Platforms & On-Premise Solutions
 - 5.1 Advantages and Disadvantages of Cloud, On-premise, and Edge Solutions
 - 5.2 Overview of Cloud Computing Solutions
6. Distributed Computing
 - 6.1 Overview of Distributed Computing Approaches
 - 6.2 Overview of Streaming Approaches
 - 6.3 Other Solutions
7. Database Technologies
 - 7.1 Overview of Database Approaches
 - 7.1.1 Row-based versus Column-based
 - 7.1.2 In Memory DB
 - 7.1.3 Relational DB versus noSQL
 - 7.1.4 Timeseries DB
 - 7.2 Overview of Database Implementations

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

- Konstantinos Domdouzis, Peter Lake, & Paul Crowther. (2021). *Concise Guide to Databases: A Practical Introduction: Vol. Second edition* Konstantinos Domdouzis, Peter Lake, Paul Crowther. Springer.
- Perkins, L., Redmond, E., & Wilson, J. R. (2018). *Seven Databases in Seven Weeks: A Guide to Modern Databases and the NoSQL Movement: Vol. Second edition*. Pragmatic Bookshelf.
- Keith Gordon. (2022). *Principles of Data Management: Facilitating Information Sharing: Vol. Third edition*. BCS, The Chartered Institute for IT.
- Mahanti, R. (2019). *Data quality: dimensions, measurement, strategy, management, and governance /*. ASQ Quality Press.
- Avinash Navlani, Armando Fandango, & Ivan Idris. (2021). *Python Data Analysis: Perform Data Collection, Data Processing, Wrangling, Visualization, and Model Building Using Python: Vol. Third edition*. Packt Publishing.
- Gayathri Rajagopalan. (2021). *A Python Data Analyst's Toolkit: Learn Python and Python-based Libraries with Applications in Data Analysis and Statistics*. Apress.
- Latifian, A. (2022). How does cloud computing help businesses to manage big data issues. *Kybernetes*, 51(6), 1917–1948.
- Wolfram Wingerath, Norbert Ritter, & Felix Gessert. (2019). *Real-Time & Stream Data Management: Push-Based Data in Research & Practice*. Springer.
- Alka Jarvis, Jose Johnson, & Prakash Ananad. (2022). *Successful Management of Cloud Computing and DevOps*. ASQ Quality Press.
- Golightly, L., Chang, V., Xu, Q. A., Gao, X., & Liu, B. S. (2022). Adoption of cloud computing as innovation in the organization. *International Journal of Engineering Business Management*, 14, 1–17.
- J. Dinesh Peter, Amir H. Alavi, & Bahman Javadi. (2018). *Advances in Big Data and Cloud Computing: Proceedings of ICBDC18 (Vol. 1st ed. 2019)*. Springer.
- Sharma, S., Chang, V., Tim, U. S., Wong, J., & Gadia, S. (2019). Cloud and IoT-based emerging services systems. *Cluster Computing*, 22(1), 71–91.
- Alejandro Vaisman, & Esteban Zimányi. (2022). *Data Warehouse Systems: Design and Implementation: Vol. Second edition*. Springer.
- Harsh Chawla, & Pankaj Khattar. (2020). *Data Lake Analytics on Microsoft Azure: A Practitioner's Guide to Big Data Engineering: Vol. 1st ed.* Apress.
- Andreas Meier, & Michael Kaufmann. (2019). *SQL & NoSQL Databases: Models, Languages, Consistency Options and Architectures for Big Data Management*. Springer Vieweg.
- Lindsay, D., Gill, S. S., Smirnova, D., & Garraghan, P. (2021). The evolution of distributed computing systems: from fundamental to new frontiers. *Computing*, 103(8), 1859–1878.
- Rashmi Ranjan Rout, Soumya Kanti Ghosh, Prasanta K. Jana, Asis Kumar Tripathy, Jyoti Prakash Sahoo, & Kuan-Ching Li. (2022). *Advances in Distributed Computing and Machine Learning: Proceedings of ICADCML 2022*. Springer.
- Rehman, T. B. (2018). *Cloud computing basics*. Sterling, VA: Stylus Publishing, LLC.
- M. Tamer Özsu, & Patrick Valduriez. (2019). *Principles of Distributed Database Systems*. Springer.
- Cloud networking and storage. (2020). *CompTIA Cloud Essentials+ Study Guide; Page 35-76*.
- Robert Johansson. (2018). *Numerical Python: Scientific Computing and Data Science Applications with Numpy, SciPy and Matplotlib*. Apress.
- Ashwin Pajankar, & Aditya Joshi. (2022). *Hands-on Machine Learning with Python: Implement*

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Theory Course
--	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Written Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Theory Course
----------------------------------	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Written Assessment: Written Assignment

Student Workload					
Self Study 110 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 20 h	Self Test 20 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Entscheiden und Verhandeln

Modulcode: DLMCOWEV

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Robert Christian Schmidt (Entscheidungslehre und -modelle) / Prof. Dr. Georg Berkel (Verhandlungstechniken)

Kurse im Modul

- Entscheidungslehre und -modelle (DLMBWELM01)
- Verhandlungstechniken (DLMNEGE01_D)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Entscheidungslehre und -modelle

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Verhandlungstechniken

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Entscheidungslehre und -modelle**

- Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext
- Entscheidungen unter Sicherheit
- Entscheidungen unter Risiko
- Entscheidungen unter Ungewissheit
- Spieltheorie
- Einführung in die Behavioral Economics

Verhandlungstechniken

- Die Bedeutung und die Beschaffenheit von Verhandlungen
- Die Verteilung von Wert
- Distributive Verhandlungstaktik
- Die Wertschöpfung
- Verhandlungstaktiken zur Wertschöpfung
- Das Dilemma des Verhandlungsführers
- Verhandeln lernen

Qualifikationsziele des Moduls

Entscheidungslehre und -modelle

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- ein in Abhängigkeit der jeweiligen ökonomischen Entscheidungssituation relevantes Zielsystem einschließlich Entscheidungskriterien zu konfigurieren.
- Entscheidungssituationen unter Sicherheit sowie unter Risiko zu erleben und zu verstehen.
- Entscheidungssituationen unter Ungewissheit zu analysieren und praktikable Entscheidungsregeln zu selektieren.
- die Grundlagen der Spieltheorie zu verstehen und auf konkrete ökonomische Entscheidungssituationen zu übertragen.
- die Behavioral Economics sowie deren Grundlagen als eigene Wissenschaftsdisziplin zu begreifen und häufige Verhaltensanomalien sowie deren Relevanz in konkreten ökonomischen Entscheidungssituationen zu beurteilen.

Verhandlungstechniken

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Verhandlungsprozess und die miteinander verbundenen, aber gegenläufigen Prozesse der Wertverteilung und Wertschöpfung zu beschreiben.
- gebräuchliche Mythen und Missverständnisse in Bezug auf Verhandlungen und Verhandlungsführern zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um übliche Unzulänglichkeiten zu vermeiden.
- empirische Erkenntnisse über den Verhandlungsprozess auf Verhandlungsszenarien anzuwenden.
- mit verschiedenen anderen Parteien unter Anwendung von Wertverteilungs- und Wertschöpfungstaktiken zu verhandeln.
- sich an einem Prozess der Selbstreflexion zu beteiligen und eine Vielzahl von Instrumenten zu nutzen, um die Leistung als Verhandlungsanfänger zu verbessern.

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

Entscheidungslehre und -modelle

Kurscode: DLMBWELM01

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

Beschreibung des Kurses

Ziel ist es zunächst, dem Studierenden die Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Entscheidungslehre näherzubringen. Hierzu zählt unter anderem, den Studierenden dabei zu unterstützen, die Formulierung eines Zielsystems in konkreten ökonomischen Entscheidungssituationen zu erstellen sowie damit korrespondierende Entscheidungskriterien abzuleiten. Im Anschluss werden dem Studierenden Entscheidungssituationen unter Sicherheit, Risiko sowie Unsicherheit nähergebracht. Außerdem werden mögliche Entscheidungshilfen erläutert, die den Studierenden in die Lage versetzen sollen, in Praxissituationen intersubjektiv nachvollziehbare Entscheidungen zu treffen. Ferner lernt der Studierende die Grundlagen der Spieltheorie sowie deren Relevanz kennen. Auch hier erfährt der Studierende mehr über konkrete Entscheidungsregeln. Als Abschluss des Kurses werden dem Studierenden noch typische Verhaltensanomalien im ökonomischen Kontext vorgestellt und somit die Grundlagen der Behavioral Economics anwendungsorientiert diskutiert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext zu verstehen.
- ein in Abhängigkeit der jeweiligen ökonomischen Entscheidungssituation relevantes Zielsystem einschließlich Entscheidungskriterien zu konfigurieren.
- Entscheidungssituationen unter Sicherheit sowie unter Risiko zu erleben und zu verstehen.
- Entscheidungssituationen unter Ungewissheit zu analysieren und praktikable Entscheidungsregeln zu selektieren.
- die Grundlagen der Spieltheorie zu verstehen und auf konkrete ökonomische Entscheidungssituationen zu übertragen.
- die Behavioral Economics sowie deren Grundlagen als eigene Wissenschaftsdisziplin zu begreifen und häufige Verhaltensanomalien sowie deren Relevanz in konkreten ökonomischen Entscheidungssituationen zu beurteilen.

Kursinhalt

1. Grundlagen der Entscheidungslehre im betriebswirtschaftlichen Kontext
 - 1.1 Von Mitteln und Zwecken
 - 1.2 Das Grundmodell der Entscheidungstheorie
 - 1.3 Knappheit und Opportunitätskosten

2. Entscheidungen unter Sicherheit
 - 2.1 Optimale Ressourcenallokation bei zwei Zielgrößen
 - 2.2 Entscheidungen mit mehr als zwei Zielgrößen
 - 2.3 Intertemporale Entscheidungen
3. Entscheidungen unter Risiko
 - 3.1 Der erweiterte Modellrahmen
 - 3.2 Die Erwartungsnutzentheorie
 - 3.3 Risikopräferenzen
4. Entscheidungen unter Ungewissheit
 - 4.1 Ungewissheitsaversion und erste Entscheidungsregeln unter Ungewissheit
 - 4.2 Maximin-Regel, Maximax-Regel und Hurwicz-Prinzip
5. Spieltheorie
 - 5.1 Entscheidungen unter strategischer Unsicherheit
 - 5.2 Lösungskonzepte bei strategischer Unsicherheit
 - 5.3 Ausgewählte Spiele und ihre Bedeutung für die Betriebswirtschaftslehre
6. Einführung in die Behavioral Economics
 - 6.1 Bounded Rationality
 - 6.2 Prospect Theory
 - 6.3 Ausgewählte ökonomische Verhaltensanomalien und deren empirische Evidenz

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

- Bamberg, G./Coenenberg, A. G./Krapp, M. (2019): Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre. 16. Auflage, Vahlen, München.
- Laux, H./Gillenkirch, R./Schenk-Mathes, H. (2018): Entscheidungstheorie. 10. Auflage, Springer Gabler, Berlin.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Verhandlungstechniken

Kurscode: DLMNEGE01_D

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs befähigt die Studierenden, sowohl den Verhandlungsprozess als auch das eigentliche Verhandeln zu erlernen. Der Verhandlungsprozess ist ein zwischenmenschlicher Entscheidungsprozess. Um dessen Regeln zu verstehen, ist es unerlässlich, ein tiefes Verständnis der zwei Perspektiven einer Verhandlung zu haben: die Verteilung von Wert und die Schaffung von Wert. Dieser Kurs beginnt mit einer Einführung in die Allgegenwärtigkeit von Verhandlungen und in einige der gängigen Mythen und Missverständnisse, die den potenziellen Nutzen effektiver Verhandlungen einschränken. Anschließend werden das Konzept des Verteilungswertes und die spezifischen Taktiken, die zur Erzielung des vorteilhaftesten Ergebnisses eingesetzt werden können, vertieft. Die Studierenden erforschen dann die Wertschöpfung und die Umsetzung von Taktiken, um von einem Win-Lose- zu einem Win-Win-Szenario zu gelangen. Der Kurs bietet außerdem Einblicke in die Spieltheorie (einschließlich des Gefangenendilemmas, des "Hirschjagdspiels" und der "Wie-Du-Mir-So-Ich-Dir"-Strategie), bevor er mit der gezielten Erforschung darüber abschließt, wie die Prozesse der Verhandlungstheorie in der Praxis implementiert werden können, wobei Fallstricke vermieden und ein effizientes Erlernen von Verhandlungstechniken ermöglicht werden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- den Verhandlungsprozess und die miteinander verbundenen, aber gegenläufigen Prozesse der Wertverteilung und Wertschöpfung zu beschreiben.
- gebräuchliche Mythen und Missverständnisse in Bezug auf Verhandlungen und Verhandlungsführern zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um übliche Unzulänglichkeiten zu vermeiden.
- empirische Erkenntnisse über den Verhandlungsprozess auf Verhandlungsszenarien anzuwenden.
- mit verschiedenen anderen Parteien unter Anwendung von Wertverteilungs- und Wertschöpfungstaktiken zu verhandeln.
- sich an einem Prozess der Selbstreflexion zu beteiligen und eine Vielzahl von Instrumenten zu nutzen, um die Leistung als Verhandlungsanfänger zu verbessern.

Kursinhalt

1. Die Bedeutung und das Wesen der Verhandlung
 - 1.1 Das Wesen und die Arten der Verhandlung

- 1.2 Missverständnisse über Verhandlungen und Mythen über Verhandlungsführer
2. Die Wertverteilung
 - 2.1 „Der Kuchen“: „Zone of Possible Agreement“ (ZOPA)
 - 2.2 Die "Kuchenverteilung": Maximierung der Verteilungsergebnisse
3. Distributive Verhandlungstaktiken
 - 3.1 Die To-dos der Wertverteilung
 - 3.2 Lerntransfer
4. Die Wertschöpfung
 - 4.1 Wertschöpfung: von Win-Lose zu Win-Win
 - 4.2 Vier Schritte und drei Arten der Wertschöpfung
5. Wertschöpfende Verhandlungstaktiken
 - 5.1 Framing
 - 5.2 Die To-dos der Wertschöpfung
6. Das Dilemma des Verhandlers
 - 6.1 Das Dilemma zwischen Wertschöpfung und Wertverteilung
 - 6.2 Das Gefangenendilemma als Metapher für das Verhandlungsdilemma
 - 6.3 Bewältigungsstrategien: „Tit-for-tat“ und Wechsel der Payoffs
7. Lernen, zu verhandeln
 - 7.1 Von der Theorie zur Praxis
 - 7.2 Drei Herausforderungen beim Erlernen des Verhandeln
 - 7.3 Ein Lernmodell zur Verhandlungsführung

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Berkel, G (2021): Learning to negotiate. Cambridge University Press, Cambridge.
- Brett, J. M. (2014): Negotiating globally: How to negotiate deals, resolve disputes, and make decisions across cultural boundaries. 3. Auflage, Jossey-Bass, San Francisco.
- Fisher, R./Ury, W. L./Patton, B. (2011): Getting to yes: Negotiating agreements without giving in. 2. Auflage, Penguin Books, London.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Change Management und Unternehmensentwicklung

Modulcode: DLMCOWCMUE

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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) / Dr. Guido Schmidt (Seminar: Change Management)

Kurse im Modul

- Change Management und Organisationsentwicklung (DLMCMO01)
- Seminar: Change Management (DLMGMSCM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Change Management und Organisationsentwicklung

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Seminar: Change Management

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Change Management und Organisationsentwicklung****Seminar: Change Management****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.

Seminar: Change Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Change Management im Kontext des General Management zu verorten.
- die Ziele, Methoden und Instrumente des Change Management zu differenzieren.
- die Bedeutung des Change Management für digitale Veränderungsprozesse einzuordnen.
- theoretische Modelle des Change Management auf die Unternehmenspraxis anzuwenden.
- die Herausforderungen und Widerstände zu identifizieren, die mit Change Prozessen einhergehen.
- ein ausgewähltes Thema zum Change Management selbständig zu bearbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse wissenschaftlich fundiert zu präsentieren.

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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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./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:
 - 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Change Management

Kurscode: DLMGMSCM01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Seminar: Change Management“ beschäftigt sich mit unternehmerischen Veränderungsprozessen. Dabei werden zunächst die theoretischen Grundlagen des Change Management erarbeitet. Neben wichtigen Theorien und Modellen des Change Management werden dazu auch die zu erwartenden Herausforderungen von Veränderungsprozessen behandelt und Widerstände beteiligter Personen gegen Veränderungen erörtert. Zudem muss bei der Planung von Change Prozessen die Unternehmensumwelt mit in Betracht gezogen werden. Auf dieser Basis aufbauend, entwickeln die Studierenden eine Seminararbeit, in der sie ein abgestimmtes Thema schriftlich erörtern, den Bezug von Theorie und Praxis wissenschaftlich fundiert herstellen und ihre gewonnenen Erkenntnisse schriftlich präsentieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Change Management im Kontext des General Management zu verorten.
- die Ziele, Methoden und Instrumente des Change Management zu differenzieren.
- die Bedeutung des Change Management für digitale Veränderungsprozesse einzuordnen.
- theoretische Modelle des Change Management auf die Unternehmenspraxis anzuwenden.
- die Herausforderungen und Widerstände zu identifizieren, die mit Change Prozessen einhergehen.
- ein ausgewähltes Thema zum Change Management selbständig zu bearbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse wissenschaftlich fundiert zu präsentieren.

Kursinhalt

- Das Seminar behandelt das Thema Change Management im Kontext des General Management. Es geht insofern sowohl auf die Umwelt von Unternehmen ein, behandelt die organisationalen Aspekte von Change Prozessen und behandelt relevante Themen der Führung im Bereich des Change Management. Die Studierenden erlernen in diesem Seminar insofern die Verknüpfung der Theorie des Change Management mit der Unternehmenspraxis. Durch die Erstellung einer entsprechenden Seminararbeit zu einem abgestimmten Thema erlernen die Studierenden zudem, die erarbeiteten Ergebnisse in Form einer schriftlichen, an wissenschaftlichen Grundsätzen orientierten Ausarbeitung zu präsentieren.

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

- Bertagnolli, F./Waible, F./Bohn, S. (2018): Change Canvas [electronic resource]: Strukturierter visueller Ansatz für Change Management in einem agilen Umfeld. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Hughes, M. (2015): The Leadership of Organizational Change. Routledge, New York.
- Kotter, J. P. (2011): Leading Change. Wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern. Vahlen, München.
- Kreuzer, R. T./Pattloch, A./Neugebauer, T. (2017): Digital Business Leadership. Digitale Transformation – Geschäftsmodell-Innovation – agile Organisation – Change-Management. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Lane, H. W./Maznevski, M. L. (2014): International Management Behavior : Global and Sustainable Leadership. 7. Auflage, Wiley, Chichester, West Sussex, UK.
- Schreyögg, G./Geiger, D. (2016): Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung. Mit Fallstudien. 6. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Business Intelligence

Modulcode: DLMIWBI

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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

Business Intelligence I

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Fallstudie

Business Intelligence II

- 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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Business Intelligence II

Kurscode: DLMIWBI02

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

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	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Digital Business und Entrepreneurship

Modulcode: DLMBWWDBE

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Mario Boßlau (Digitale Business-Modelle) / Prof. Dr. Georg Berkel (Innovation und Entrepreneurship)

Kurse im Modul

- Digitale Business-Modelle (DLMIDBM01)
- Innovation und Entrepreneurship (DLMBIED01-01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Digitale Business-Modelle

- Studienformat "Fernstudium": Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Innovation und Entrepreneurship

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Digitale Business-Modelle**

- 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

Innovation und Entrepreneurship

- Innovationsmanagement und Entrepreneurship in einer globalisierten Welt
- Grundlagen der Entrepreneurship
- Geschäftsidee und Unternehmensgründung
- Finanzierungsquellen und Finanzierungsprozesse
- Internet, Digitales Business, und künstliche Intelligenz
- Strategische Allianzen
- Familienunternehmen

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.

Innovation und Entrepreneurship

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

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

Digitale Business-Modelle

Kurscode: DLMIDBM01

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur oder Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie, 90 Minuten

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 100 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 25 h	Selbstüberprüfung 25 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 150 h

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Innovation und Entrepreneurship

Kurscode: DLMBIED01-01

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

Beschreibung des Kurses

In der heutigen globalisierten und digitalen Welt stehen Unternehmern mehr Möglichkeiten der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung als jemals zuvor. Dem Unternehmertum, gleich ob in Form von Entrepreneurship oder Intrapreneurship, treten allerdings auch besondere Herausforderungen entgegen. Um die typischen Fallstricke bei Gründung und Wachstum von Unternehmen vermeiden zu können, ist ein gesundes Verständnis von Innovationsmanagement und Unternehmensgründung unabdingbar. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Finanzierung unternehmerischer Aktivität, und zwar sowohl aus dem Blickwinkel des Unternehmers, als auch des Investors. Innovationen und unternehmerische Aktivität sind ferner Grundlage und Triebfeder unserer Volkswirtschaft. Aber auch wenn man andere Volkswirtschaften betrachtet ist offenkundig, dass Innovation und Unternehmertum in jeder Phase der wirtschaftlichen Entwicklung von entscheidender Bedeutung sind. So stoßen Kleinunternehmen in Entwicklungsländern den Aufbau von ökonomischen Institutionen an, sie schaffen Angebot, Nachfrage und schließlich Märkte. Sie legen den Grundstein für wirtschaftliche Entwicklung und Wachstum. In entwickelten Volkswirtschaften sind Innovation und Unternehmertum die treibenden Kräfte hinter Wettbewerb und Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext. Die wichtigste Rolle spielen dabei – in allen Teilen der Welt – Familienunternehmen. Der rasante technologische und soziale Wandel in unseren Gesellschaften erfordert dabei zum einen die innovative Nutzung digitaler Technologien (Internet und künstliche Intelligenz), und zum anderen den flexiblen Umgang mit neuen Organisationsformen (strategischen Allianzen zwischen Unternehmen. Dieser Kurs zeigt Studierenden Ideen, Motive und Treiber unternehmerischer Tätigkeit und Innovation und führt sie gleichzeitig an praktische Aspekte der Identifikation, Analyse und Entwicklung von Innovationen und Geschäftsideen heran. Dabei wird auch auf eine Kernkompetenz des Unternehmers eingegangen – die Fähigkeit mit Investoren und Partnern zu verhandeln.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Wichtigkeit, Grundlagen und Dimensionen von Unternehmertum und seinen Derivaten (Intrapreneurship, Corporate Entrepreneurship, und Familienunternehmen) zu verstehen.
- die Chancen und Herausforderungen, die mit der Bewertung einer Geschäftsidee und der Gründung eines Unternehmens verbunden sind, zu analysieren.
- zwischen verschiedenen Motivationen unternehmerischer Tätigkeit zu unterscheiden und spezifische Zielesetzungen für Neuunternehmen zu entwickeln.
- ein Businessmodell zu entwickeln, inklusive den Maßstäben zur Bewertung des angestrebten nachhaltigen Wachstums.
- die verschiedenen Rechtsformen bei Unternehmensgründungen anzuwenden und die passende Rechtsform für ein spezifisches Geschäftsmodell auszuwählen.
- die unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von unternehmerischer Aktivität und Innovation zu verstehen, sowie zwischen diesen gemäß mittel- und langfristigen Vor- und Nachteilen abzuwägen.
- einen rigorosen Geschäftsplan zu entwickeln, der sowohl als Planungs- als auch als Finanzierungsinstrument verwendet werden kann.
- ganz grundsätzlich einen unternehmerischen Mindset anzuwenden, der ihnen in einer Vielzahl unterschiedlicher Kontexte ihrer beruflichen Entwicklung dienlich sein wird.

Kursinhalt

1. Entrepreneurship
 - 1.1 Entrepreneurship und Unternehmer
 - 1.2 Unternehmerbezogene Theorien des Entrepreneurships
 - 1.3 Die volkswirtschaftliche Signifikanz von Entrepreneurship
2. Strategie der Unternehmensgründung
 - 2.1 Unterschiedliche Gelegenheiten von Unternehmensgründungen
 - 2.2 Der Entrepreneur
 - 2.3 Geschäftsmodell und Strategie
3. Innovation und Innovationsmanagement
 - 3.1 Innovation
 - 3.2 Innovationsmanagement
 - 3.3 Der Schutz geistigen Eigentums
 - 3.4 Das BMW Empathic Design
4. Rechtsformen im internationalen Vergleich
 - 4.1 Deutschland
 - 4.2 USA

5. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität I: Finanzquellen
 - 5.1 Inkubatoren, Acceleratoren und Crowdfunding
 - 5.2 Business Angels
 - 5.3 Private Equity und Venture Capital
 - 5.4 Öffentliche Gründungsförderung
6. Die Finanzierung unternehmerischer Aktivität II: Finanzierungsprozesse
 - 6.1 Die Investorensicht: Deal Sourcing und Deal Screening
 - 6.2 Die Unternehmersicht: Verhandlung mit Investoren
 - 6.3 Valuierung von Unternehmensgründungen
7. Der Businessplan
 - 7.1 Zweck und Zielsetzung des Businessplans
 - 7.2 Erwartungen in Bezug auf den Businessplan
 - 7.3 Struktur und Inhalt des Businessplans
 - 7.4 Richtlinien zum Erstellen eines Businessplans
8. Digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz
 - 8.1 E-Business
 - 8.2 Künstliche Intelligenz
 - 8.3 Globotics
9. Cooperative Strategy: Allianzen und Joint Ventures
 - 9.1 Cooperative Strategy
 - 9.2 Der richtige „Fit“
 - 9.3 Die richtige „Form“
10. Familienunternehmen
 - 10.1 Definition
 - 10.2 Volkswirtschaftliche Bedeutung
 - 10.3 Stärken und Schwächen

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

- Alemany L. /Andreoli J.: (2018): Entrepreneurial Finance. The Art and Science of Growing Ventures, Cambridge University Press.
- Barringer, B. R./Ireland, R. D. (2019): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures. 6. Auflage, Pearson Harlow (UK).
- Bertrand, M. /Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. Journal of economic perspectives, 20(2), 73-96.
- Bessant, J./Tidd, J. (2011): Innovation and Entrepreneurship. 2. Auflage, Wiley, Chichester (UK).
- Child J./Faulkner D. /Tallmann S./Hsieh L. (o.J):. Cooperative Strategy: Managing Alliances and Networks. 3. Auflage, Oxford University Press.
- Dinnar, S. /Susskind, L. E. (2019): Entrepreneurial Negotiation. Understanding and Managing the Relationships that Determine Your Entrepreneurial Success. Springer, Berlin.
- Evans, V. (2015): Writing a Business Plan. How to Win Backing to Start Up or Grow Your Business. 2nd Edition Pearson, Harlow (UK).
- Fleming, L. (2007): Breakthroughs and the 'Long tail' of innovation. In: MIT Sloan Management Review, 49. Jg., Heft 1, S. 69–74.
- Fueglistaller, U./ Fust, A./ Müller, C./ Müller, S./ Zellweger, Th;(2019): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer Gabler, Berlin.
- Gassmann O./Frankenberger K./Csik M. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator. Hanser, München.
- Gassmann, O. /Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement. Von der Idee zum Markterfolg. Hanser, München.
- Grichnik, D. (2016): Entrepreneurial Living. Unternimm dein Leben. In 7 Zügen zur Selbständigkeit. Hanser, München.
- Grichnik, D. et al. (2017): Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmungen. 2. Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Hauschildt, J./Salomo, S. (2011): Innovationsmanagement. 5. Auflage, Vahlen, München.
- Pott O. (2015): Entrepreneurship. Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz. 2., überarbeitete Auflage, Springer, Berlin.
- Richard Baldwin (2019): The Globotics Upheaval: Globalisation, Robotics and the Future of Work.
- Scarborough, N. M. (2012): Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. 7. Auflage, Pearson, Harlow (UK), S. 17–47.
- Simon C. Parker (2018): The Economics of Entrepreneurship. 2nd Edition, Cambridge University Press.
- Zellweger, T. (2017): Managing the Family Business. Elgar.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Nachhaltige Unternehmensentwicklung

Modulcode: DLMCOWNUE

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

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

Modulverantwortliche(r)

Sabine Pur (Zukunftsfähige Geschäftsmodelle) / Prof. Dr. Esin Bozyazi (Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells)

Kurse im Modul

- Zukunftsfähige Geschäftsmodelle (DLMNMZGM01)
- Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells (DLMNMPEGM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Hausarbeit

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

- Studienformat "Fernstudium": Projektpräsentation

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Zukunftsfähige Geschäftsmodelle**

- Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle
- Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle
- Wirkungsorientierte Unternehmensführung
- Kennzahlen und Messung
- Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis
- Praxisbeispiele

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

Im Kurs Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells wird das Wissen der Studierenden in der Praxis angewandt. So sollen sie ein nachhaltiges Geschäftsmodell selbst entwickeln und können so eigene Interessen und Spezialisierungen in den Kurs einfließen lassen.

Qualifikationsziele des Moduls**Zukunftsfähige Geschäftsmodelle**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden.
- Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.
- Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen.
- wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren.

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Nachhaltiges Management in ein bestehendes Geschäftsmodell zu integrieren.
- ein Geschäftsmodell mithilfe von nachhaltigem Management zu entwickeln und aufzubauen.
- die eigenen Spezialisierungen und Interessen in ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu integrieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Baut auf Modulen aus den Bereichen Methoden und Betriebswirtschaftslehre & Management auf

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management

Zukunftsfähige Geschäftsmodelle

Kurscode: DLMNMZGM01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs zukunftsfähige Geschäftsmodelle bereitet die Studierenden auf nachhaltige Geschäftsmodelle vor. Dabei steht der Fokus auf neu gegründeten Unternehmen, die Nachhaltigkeit von Anfang an in die Unternehmensstrategie integrieren, aber auch auf die nachhaltige Transformation von bereits bestehenden Geschäftsmodellen. Dabei sollen den Studierenden adäquate Modelle und Instrumente zur Hand gegeben werden, um das Wissen zu nachhaltigen Geschäftsmodellen in der Praxis anzuwenden, sowie Herausforderungen und Potenziale dieser Unternehmen zu erkennen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundlagen nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Praxis anzuwenden.
- Geschäftsmodelle kritisch hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu bewerten.
- Potenziale nachhaltiger Geschäftsmodelle zu erkennen.
- wirkungsorientierte Geschäftsmodelle zu konzipieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.1 Konzeptionelle Grundlagen
 - 1.2 Betriebswirtschaftliche und gesellschaftliche Potenziale nachhaltiger Unternehmensführung
 - 1.3 Typen nachhaltiger Geschäftsmodelle
2. Aktuelle Entwicklungen nachhaltiger Geschäftsmodelle
 - 2.1 Vorgehensweisen
 - 2.2 Rechtsformen
 - 2.3 Rahmenbedingungen
 - 2.4 Rolle der Stakeholder
3. Wirkungsorientierte Geschäftsmodelle
 - 3.1 Einführung Impactorientierung
 - 3.2 Übersicht konzeptioneller Grundlagen

3.3	Methoden Impact-orientierter Geschäftsmodelle
4.	Kennzahlen und Messung
4.1	Übersicht der wichtigsten Ansätze
4.2	Wirkung und Impact Measurement
5.	Nachhaltige Geschäftsmodelle in der Praxis
5.1	Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle im Rahmen der „Nachhaltigen Entwicklung“
5.2	Bedeutung nachhaltiger Geschäftsmodelle für KMUs
5.3	Integration von Geschäftsmodellen in bestehende Unternehmensstrukturen
6.	Praxisbeispiele
6.1	Case Studies
6.2	Best Practise Beispiele

Literatur
Pflichtliteratur
Weiterführende Literatur
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bungard, P. (Hrsg.) (2018). CSR und Geschäftsmodelle. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg. ▪ Wellbrock, W., Ludin, D. & Krauter, S. (2020). Nachhaltigkeitscontrolling. essentials. Springer VS. ▪ Wunder, T. (Hrsg.) (2017). CSR und Strategisches Management. Management-Reihe Corporate Social Responsibility. Springer Berlin Heidelberg.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Projekt: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells

Kurscode: DLMNMPEGM01

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

Beschreibung des Kurses

Aufgrund des wesentlichen Wandels bei Stakeholdergruppen und insgesamt der Gesellschaft, werden nachhaltige Geschäftsmodelle die neue Basis der Wirtschaft von morgen ausmachen. So sollen diese Chancen und Potentiale bereits in diesem Kurs genutzt werden. Im Kurs Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells wird das bereits gesammelte Wissen in der Praxis angewandt. So sollen die Studierenden ein nachhaltiges Geschäftsmodell selbst entwickeln und können so eigene Interessen und Spezialisierungen in den Kurs einfließen lassen. Auf diese Weise wird das theoretische Wissen in der Praxis angewandt.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- Nachhaltiges Management in ein bestehendes Geschäftsmodell zu integrieren.
- ein Geschäftsmodell mithilfe von nachhaltigem Management zu entwickeln und aufzubauen.
- die eigenen Spezialisierungen und Interessen in ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu integrieren.

Kursinhalt

- Unternehmen befinden sich im Wandel. Dies zeigen die steigenden Ansprüche von Stakeholdergruppen (Investoren, Gesellschaft, Mitarbeiter, Kunden, Politik, etc.) in Bezug auf Nachhaltigkeit. Dahingehend reflektierend, müssen auch bestehende sowie noch nicht gegründete Unternehmen diesen Wandel mitgehen und ihre Geschäftsmodelle dementsprechend anpassen. Dies ist der Ausgangspunkt dieses Kurses. Um die enormen unternehmerischen Chancen (Investorenattraktivität, Employer Branding, Kundenloyalität, erhöhte Umsätze, Mitarbeiteridentifikation, etc.) zu nutzen, müssen Studierende in der Lage sein, diese Denkansätze eines nachhaltigen Geschäftsmodelles zu verinnerlichen. Auf diese Weise entsteht ein späterer Wettbewerbsvorteil am Arbeitsmarkt.
- Die Herausforderung des Kurses besteht darin, Nachhaltigkeit integrativ zu denken und nicht nur als Add-On eines Geschäftsmodelles. So soll Nachhaltigkeit im Kerngeschäft integriert und dadurch nachhaltiges Management in die DNA des Unternehmens verankert werden. So sollen Geschäftsmodelle entstehen, die nicht nur negativen Impact reduzieren, sondern auch einen positiven gesellschaftlichen Impact generieren.

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

- Altenburger, R. (2013): CSR und Innovationsmanagement. Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Bungard, P. (2018): CSR und Geschäftsmodelle. Auf dem Weg zum zeitgemäßen Wirtschaften. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Gordon, G.; Nelke, A. (2017): CSR und nachhaltige Innovation. Zukunftsfähigkeit durch soziale, ökonomische und ökologische Innovationen. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Kraemer, A./Edinger-Schons, L. (2019): CSR und Social Enterprise. Beeinflussungskonzepte und effektives Schnittstellenmanagement. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schram, B./Schmidpeter, R. (2016): CSR und Organisationsentwicklung. Die Rolle des Qualitäts- und Changemanagers. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Wunder, T. (2017): CSR und Strategisches Management. Wie man mit Nachhaltigkeit langfristig im Wettbewerb gewinnt. 1. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Projektpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Internationale Perspektiven

Modulcode: DLMNMWIP

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Andreas Herrmann (Management in einer globalisierten Welt) / Prof. Dr. Karsten Hurrelmann (Seminar: Ethische Reflexion im Management)

Kurse im Modul

- Management in einer globalisierten Welt (DLMINTMAB01_D)
- Seminar: Ethische Reflexion im Management (DLMNMSERM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Management in einer globalisierten Welt

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Seminar: Ethische Reflexion im Management

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Management in einer globalisierten Welt

- Internationales Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
- Globalisierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit
- Internationaler Handel
- Internationale Finanz- und Kapitalmärkte
- Internationale Organisationen und wirtschaftliche Integration
- Aktuelle Brennpunkte im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld

Seminar: Ethische Reflexion im Management

In diesem Kurs werden bestehende Probleme aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen an die Studierenden herangetragen. Mithilfe von ethischer Reflexion und Ausarbeitung von Lösungsvorschlägen, Prozessen und Geschäftsmodellen soll die Überwindung des Trade-Off Denkens zwischen Profit und Nachhaltigkeit gefördert werden.

Qualifikationsziele des Moduls

Management in einer globalisierten Welt

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Entwicklungen und Trends im globalen Wirtschaftsumfeld zu erfassen und als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen anzuwenden.
- die Entwicklung der Globalisierung und des Welthandels in den letzten Jahrzehnten aufzuzeigen.
- die Ursachen und Auswirkungen von Protektionismus für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes zu erklären.
- die Zusammenhänge internationaler Finanz- und Kapitalmärkte zu verstehen und in Bezug auf den Umgang mit Wechselkursrisiken zu beurteilen.
- die Bedeutung internationaler Organisationen wie der World Trade Organisation (WTO) oder des Internationalen Währungsfonds (IMF) für die globale Kooperation zu erklären.
- sich zu aktuellen Fragestellungen der internationalen Wirtschaftspolitik eine eigene Meinung zu bilden.

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Baut auf Modulen aus dem Bereich Betriebswirtschaft & Management auf</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Master-Programme aus dem Bereich Wirtschaft & Management</p>
--	---

Management in einer globalisierten Welt

Kurscode: DLMINTMAB01_D

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

Beschreibung des Kurses

Die Interdependenz von Volkswirtschaften, Märkten und Technologien hat in den vergangenen Jahrzehnten laufend zugenommen. Zu den ehemals drei bestimmenden Wirtschaftsräumen USA, Europa und Japan sind Emerging Markets zugestoßen, welche eine immer wichtigere Rolle im Welthandel spielen. Die globale Vernetzung schafft sowohl Chancen wie auch Risiken für international tätige Unternehmungen. Im Kurs Managing Across Borders erarbeiten sich die Studierenden ein vertieftes Verständnis globaler ökonomischer, politischer und technologischer Zusammenhänge als Grundlage für strategische Entscheidungen von international agierenden Firmen. Nebst der Kenntnis über internationalen Handel, internationale Finanz- und Kapitalmärkte sowie internationale Organisationen sollen die Studierenden insbesondere in der Lage sein, sich zu aktuellen Entwicklungen und Trends im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld eine fundierte eigene Meinung zu bilden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Entwicklungen und Trends im globalen Wirtschaftsumfeld zu erfassen und als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen anzuwenden.
- die Entwicklung der Globalisierung und des Welthandels in den letzten Jahrzehnten aufzuzeigen.
- die Ursachen und Auswirkungen von Protektionismus für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes zu erklären.
- die Zusammenhänge internationaler Finanz- und Kapitalmärkte zu verstehen und in Bezug auf den Umgang mit Wechselkursrisiken zu beurteilen.
- die Bedeutung internationaler Organisationen wie der World Trade Organisation (WTO) oder des Internationalen Währungsfonds (IMF) für die globale Kooperation zu erklären.
- sich zu aktuellen Fragestellungen der internationalen Wirtschaftspolitik eine eigene Meinung zu bilden.

Kursinhalt

1. Internationales Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
 - 1.1 Ökonomisches Umfeld
 - 1.2 Politisches Umfeld
 - 1.3 Technologisches Umfeld

2. Globalisierung und internationale Wettbewerbsfähigkeit
 - 2.1 Definition und Entwicklung der Globalisierung
 - 2.2 Chancen und Risiken der Globalisierung
 - 2.3 Internationale Wettbewerbsfähigkeit
3. Internationaler Handel
 - 3.1 Theorien und Modelle des internationalen Handels
 - 3.2 Bedeutung des internationalen Handels für eine Volkswirtschaft
 - 3.3 Protektionismus als Bedrohung internationaler Geschäfte
4. Internationale Finanz- und Kapitalmärkte
 - 4.1 Bedeutung internationaler Finanz- und Kapitalmärkte für global agierende Unternehmen
 - 4.2 Internationale Wechselkurssysteme
 - 4.3 Absicherung von Wechselkursrisiken
5. Internationale Organisationen und wirtschaftliche Integration
 - 5.1 Internationale Organisationen als Grundlage der Weltwirtschaft (WTO, IWF und Weltbank)
 - 5.2 Regionale Wirtschaftsintegration als Triebfeder des internationalen Handels (EU, USMCA, RCEP, MERCOSUR)
6. Aktuelle Themen im internationalen Wirtschafts- und Geschäftsumfeld
 - 6.1 USA vs. China: Ringen um die politische und wirtschaftliche Vormachtstellung
 - 6.2 Emerging Markets: neue Akteure in der Weltwirtschaft
 - 6.3 Agenda 2030: Sustainable Development Goals (SDGs)

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2019). Internationale Wirtschaft – Theorie und Politik der Außenwirtschaft (11. Aufl.). Pearson.
- Cavusgil, S. T., Knight, G. A. & Riesenberger, J. R. (2020). International business: The new realities (5. Aufl.). Pearson.
- Blanchard, O., & Illing, G. (2017). Makroökonomie (7. Aufl.). Pearson.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ethische Reflexion im Management

Kurscode: DLMNMSERM01

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

Beschreibung des Kurses

Im Kurs soll wirtschaftsphilosophisches und erkenntniswissenschaftliches Denken und Handeln praxisorientiert angewandt werden. Ethik im Sinne der Reflexion der eigenen Handlungsmöglichkeiten soll den Studierenden neue Perspektiven für die Problemlösungen aufzeigen. Dazu werden aktuelle Ansätze der Wissenschaftstheorien und der Anwendung im Management diskutiert und ein ethisches Reflexionsmodell entwickelt. Dies soll den Studierenden dabei helfen, eigene konkrete Anwendungsfelder zu finden und Lösungsstrategien zu entwickeln. Ziel ist es dabei, das klassische Trade-Off zwischen Wirtschaftlichkeit und ethischen Ansprüchen zu überwinden und so ein integratives Mindset im Denken und Handeln zu fördern.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- ein Verständnis zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft zu entwickeln.
- ihr Wissen über verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen anzuwenden.
- Ansätze zur Identifikation, Reflexion und Überwindung von Trade-Offs zu entwickeln.
- einen geeigneten analytischen Reflexionsrahmen für die Bewertung betriebswirtschaftlicher Herausforderungen aufzubauen.

Kursinhalt

- Aktuelle Entwicklungen in der Wissenschaftstheorie und Philosophie: Übersicht zu verschiedenen ontologischen Ansätzen und Anwendungen auf die Wirtschaftswissenschaft. Übersicht zu verschiedenen ethischen Theorien und Zugängen für das Management und aktuelle Diskussionen dazu.

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

- Gestring, I. (2016): Ethik im Mittelstand. Grundlagen und Instrumente zur praktischen Umsetzung. 1. Auflage, Springer Gabler, Berlin.
- Glauner, F. (2016): CSR und Wertecockpits. Mess- und Steuerungssysteme der Unternehmenskultur. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Henderson, R. (2020): Reimagining Capitalism in a World on Fire. 1. Auflage, PublicAffairs, New York.
- Homann, K. (2014): Sollen und Können. Grenzen und Bedingungen der Individualmoral. 1. Auflage, Ibero Verlag, Wien.
- Indset, A. (2020): Quantenwirtschaft. Was kommt nach der Digitalisierung. 1. Auflage, Econ., Düsseldorf.
- Schneider, A./Schmidpeter, R. (2015): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. 2. Auflage, Gabler Verlag, Berlin.
- Schüz, M. (2021): Angewandte Unternehmensethik: Grundlagen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Pearson Verlag, London.
- Suchanek, A. (2015): Unternehmensethik: In Vertrauen investieren. 1. Auflage, UTB GmbH, Stuttgart.
- Von Müller, A. (2020): Die Selbstentfaltung der Welt. Eine Einladung, Zeit und Wirklichkeit neu zu denken und mit Komplexität anders umzugehen. 1. Auflage, Siedler Verlag, München.
- Wieland, J. (2014): Governance Ethics: Global value creation, economic organization and normativity. 1. Auflage, Springer International Publishing, Switzerland.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Kommunikation, Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Modulcode: DLMBAWKAKA

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Hendrik Fenz (Gesprächsführung und Kommunikationstechniken) / Bernhard Wecke (Agilität und kreative Arbeitsmethoden)

Kurse im Modul

- Gesprächsführung und Kommunikationstechniken (DLMWPGUK01)
- Agilität und kreative Arbeitsmethoden (DLMWPAKAM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

- Studienformat "Kombistudium":
Fachpräsentation
- Studienformat "Fernstudium":
Fachpräsentation

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

- Studienformat "Kombistudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht
- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Gesprächsführung und Kommunikationstechniken**

- Formen der Kommunikation
- Mittel der Kommunikation
- Techniken der Kommunikation
- Kommunikation mit spezifischen Gruppen
- Gesprächsführung
- Besonderheiten in der Gesprächsführung
- Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Der Kurs vermittelt den Studierenden das Wissen für die Notwendigkeit der Einführung von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden in Unternehmen. Es vermittelt die Grundlagen der Agilität, geht auf die Prozessmodelle der Kreativität ebenso ein wie auf die verschiedenen Arten von Denkwerkzeugen in Abhängigkeit der jeweils erforderlichen Denkfertigkeiten im Rahmen der Lösungsfindung zur Befriedigung von Kundenwünschen. Die Studierenden werden damit in die Lage versetzt, Innovationsteams anzuleiten und in ihrem Prozess auf der Suche nach neuen Wegen und Lösungen mit entsprechendem Prozess- und Methodenwissen zu begleiten. Anhand von Praxisbeiträgen aus Unternehmen, die Agilität bereits eingeführt haben und erfolgreich leben werden die erfolgsrelevanten und erfolgskritischen Parameter beleuchtet. Damit erhalten die Studierenden einen weit gefächerten Einblick über die Chancen und Möglichkeiten einer agilen denkenden und handelnden Organisation. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.

Qualifikationsziele des Moduls

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Bereiche Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in den Gesamtkontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- Ziele und Formen der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- Mittel, Methoden und Instrumente der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie einzusetzen und anzuwenden.
- zielgerichtete Kommunikations- und Gesprächsführungsmaßnahmen vor dem Hintergrund schwieriger und festgefahrener Situationen zu erkennen und zu verstehen.
- Angemessene Maßnahmen der Kommunikation und Gesprächsführung zu erläutern und zu entwickeln.
- Probleme der Kommunikation und Gesprächsführung zu diskutieren, aufzudecken und alternative Vorgehensweisen vorzuschlagen.

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Spektrum der Themenfelder rund um Agilität und kreative Arbeitsmethoden zu benennen.
- die Anwendungsmöglichkeiten von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden im wirtschaftspsychologischen Kontext zu diskutieren.
- die behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung, Notwendigkeit und den Einfluss der Agilität und der kreativen Arbeitsmethoden vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen zu erläutern und diese anhand von Beispielen darzustellen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien, Methoden und Instrumente in der unternehmerischen Praxis zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema aus dem Bereich Agilität und kreative Arbeitsmethoden wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Veränderung von Organisationen und Arbeitsweisen in Bezug auf Agilität und kreative Arbeitsmethoden kritisch zu reflektieren, zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse und Herangehensweisen in Verbindung mit Agilität und kreativer Arbeitsmethoden zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen der damit verbundenen organisationalen Transformation zu erarbeiten sowie die neuen Methoden und Instrumente anzuwenden.

<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Baut auf Modulen aus den Bereichen Soziale Arbeit sowie Projektmanagement auf</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Master-Programme in den Bereichen Sozialwissenschaften und Wirtschaft & Management</p>
---	---

Gesprächsführung und Kommunikationstechniken

Kurscode: DLMWPGUK01

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

Beschreibung des Kurses

Gute Kommunikationsfähigkeiten sind der Schlüssel für beruflichen Erfolg. Um berufliche Ziele zu erreichen, muss man in Gesprächen überzeugen. Nur wer seine Gesprächspartner wirklich versteht und auch von ihnen verstanden wird, kommt schneller zu einem guten Ergebnis. Dafür ist es essentiell mit einer entsprechenden Vorbereitung besonders in schwierige Gespräche zu gehen sowie über einen Werkzeugkasten an verschiedenen Gesprächstechniken zu verfügen, um diese gezielt einsetzen zu können, damit konstruktive Kommunikation möglich wird. Dazu bedarf es neben bestimmter Mittel der Kommunikation auch besonderer Techniken und Methoden. Die Kenntnis und ein Verständnis der psychologisch-menschlichen Aspekte beim Einsatz von Kommunikationstechniken und in der Gesprächsführung stellen dabei eine wichtige Grundlage für das Gelingen von Gesprächen im wirtschaftspsychologischen Kontext dar. Der Kurs geht dabei auch auf schwierige und kritische Gesprächssituationen sowie auf die Kommunikation mit spezifischen Zielgruppen ein. Die Studierenden lernen verschiedene Kommunikationsstile, Kommunikationstechniken sowie die Phasen der Gesprächsführung kennen, um sich gezielt auf Gespräche mit anderen Teammitgliedern sowie externen Partnern vorzubereiten und diese zu führen. Sie erfahren, wie Sie sich besser auf Ihre Gesprächspartner einstellen und entsprechend agieren können, um gute Ergebnisse für beide Seiten zu erreichen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Bedeutung der Bereiche Kommunikationstechniken und Gesprächsführung in den Gesamtkontext der Wirtschaftspsychologie einzuordnen.
- Ziele und Formen der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie zu benennen.
- Mittel, Methoden und Instrumente der Kommunikation und Gesprächsführung im Rahmen der Wirtschaftspsychologie einzusetzen und anzuwenden.
- zielgerichtete Kommunikations- und Gesprächsführungsmaßnahmen vor dem Hintergrund schwieriger und festgefahrener Situationen zu erkennen und zu verstehen.
- Angemessene Maßnahmen der Kommunikation und Gesprächsführung zu erläutern und zu entwickeln.
- Probleme der Kommunikation und Gesprächsführung zu diskutieren, aufzudecken und alternative Vorgehensweisen vorzuschlagen.

Kursinhalt

1. Formen der Kommunikation
 - 1.1 Wechselseitige Beeinflussung durch die Kommunikation
 - 1.2 Verbale Kommunikation
 - 1.3 Paraverbale Kommunikation
 - 1.4 Nonverbale Kommunikation
 - 1.5 Extraverbale Kommunikation
 - 1.6 Intrapersonale vs. Interpersonale Kommunikation
2. Mittel der Kommunikation
 - 2.1 Kommunikationsstile
 - 2.2 Rhetorik
 - 2.3 Spezielle Formen der Kommunikation: Rapport, Pacing und Kalibrieren
 - 2.4 Präsuppositionen und Submodalitäten
3. Techniken der Kommunikation
 - 3.1 Du- vs. Ich-Botschaften
 - 3.2 Paraphrasieren
 - 3.3 Fragetechniken und –methoden
 - 3.4 Reframing
 - 3.5 Chunking als Fragetechnik
 - 3.6 Perspektivenwechsel
4. Kommunikation mit spezifischen Gruppen
 - 4.1 Kommunikation in der Organisation
 - 4.2 Kommunikation mit Kollegen, Teammitgliedern und Vorgesetzten
 - 4.3 Kommunikation mit Kunden
 - 4.4 Kommunikation mit Dienstleistern
 - 4.5 Kommunikation mit der Öffentlichkeit
 - 4.6 Kommunikation mit Journalisten
5. Gesprächsführung
 - 5.1 Sach- und Beziehungsebene
 - 5.2 Gesprächsziele und Gesprächshaltung
 - 5.3 Argumentationsstrategie
 - 5.4 Gesprächsplanung und -strukturierung
 - 5.5 Gesprächsaufbau und -steuerung
 - 5.6 Gesprächsanalyse

6. Besonderheiten der Gesprächsführung
 - 6.1 Beziehungsebene gestalten
 - 6.2 Gesprächsfallen und Gesprächsstörungen
 - 6.3 Kritische Gesprächssituationen erkennen und meistern
 - 6.4 Regeln des Feedback
7. Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen
 - 7.1 Agieren in festgefahrenen Situationen
 - 7.2 Umgang mit Widerständen
 - 7.3 Persönliche Aspekte in Gesprächen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Becker, J. H./ Ebert, H./ Pastoors, S. (2018): Praxishandbuch berufliche Schlüsselkompetenzen. Springer, Berlin.
- Bruno, T./ Adamczyk, G./ Bilinski, W. (2016): Körpersprache und Rhetorik. 3. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Flume, P. (2017): Die Kunst der Kommunikation – In Gesprächen und Vorträgen überzeugen. Haufe-Lexware, Freiburg.
- Hillmann, M. (2017): Das 1x1 der Unternehmenskommunikation. 2. Auflage, Gabler, Wiesbaden.
- von Kanitz, A./ Scharlau, C. (2015): Gesprächstechniken. 4. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Maier, M./Schneider, F. M./ Retzbach, A. (2012): Psychologie der internen Organisationskommunikation. Hogrefe, Göttingen.
- Preuß-Scheuerle, B. (2016): Praxishandbuch Kommunikation. Überzeugend auftreten, zielgerichtet argumentieren, souverän reagieren. 2. Auflage, Springer, Berlin.
- Scharlau, C./Rossié, M. (2016): Gesprächstechniken. 3. Auflage, Haufe-Lexware, Freiburg.
- Schulz von Thun, F. (2014): Miteinander reden 1. Rowohlt, Hamburg.
- Six, U./Gleich, U./Gimmler, R. (2007): Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie. BELTZ, Weinheim.
- Weisbach, C.-R./ Sonne-Neubacher, P. (2015): Professionelle Gesprächsführung. 9. Auflage, DTV, München.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Agilität und kreative Arbeitsmethoden

Kurscode: DLMWPAKAM01

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

Beschreibung des Kurses

Der Kurs „Agilität und kreative Arbeitsmethoden“ setzt sich mit der Notwendigkeit der Transformation von etablierten Organisationsstrukturen und Arbeitsweisen sowie der nachhaltigen Verankerung von Agilität, agilen Prinzipien und Methoden in Unternehmen auseinander. Er beschäftigt sich u.a. mit folgenden Fragestellungen: Wie gestalten Unternehmen Transformationen? Wie erhöhen sie ihren agilen Reifegrad in der Organisation? Wie lassen sich verkrustete Strukturen, starre Prozesse und Abteilungsdenken überwinden? Wie verleiht man Unternehmen Agilität? Wie bewegt man eine ganze Organisation zum Umdenken? Der Kurs geht auf die Bedeutung von Strategie, Struktur, Prozess, Führung, Methoden, Instrumente und Kultur im Rahmen der agilen Organisation ein. Er behandelt verschiedene kreative Arbeitsmethoden, die je nach Phase des Kreativprozesses zur Anwendung kommen, um gezielt verschiedene Denkfertigkeiten zu unterstützen, damit Lösungen für ergebnisoffene Herausforderungen zur Ausrichtung an Kundenwünschen entstehen können. Die Studierenden diskutieren verschiedene Prozessmodelle und Methoden und wenden diese selbständig an. Sie verknüpfen ihr wirtschaftspsychologisches, unternehmerisches Wissen mit agilen Prinzipien und Instrumenten. Ihr Wissen und die gemachten Erfahrungen reflektieren sie kritisch und hinterfragen diese.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- das Spektrum der Themenfelder rund um Agilität und kreative Arbeitsmethoden zu benennen.
- die Anwendungsmöglichkeiten von Agilität und kreativer Arbeitsmethoden im wirtschaftspsychologischen Kontext zu diskutieren.
- die behandelten Konzepte anzuwenden.
- die Bedeutung, Notwendigkeit und den Einfluss der Agilität und der kreativen Arbeitsmethoden vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen zu erläutern und diese anhand von Beispielen darzustellen.
- theoretisch erworbene Kenntnisse auf reale Fallstudien zu übertragen.
- die gelernten Theorien, Methoden und Instrumente in der unternehmerischen Praxis zu implementieren.
- ein ausgewähltes Thema aus dem Bereich Agilität und kreative Arbeitsmethoden wissenschaftlich zu er- und bearbeiten.
- aktuelle Probleme der Veränderung von Organisationen und Arbeitsweisen in Bezug auf Agilität und kreative Arbeitsmethoden kritisch zu reflektieren, zu hinterfragen und zu diskutieren.
- eigene Problemlösungsprozesse und Herangehensweisen in Verbindung mit Agilität und kreativer Arbeitsmethoden zu entwickeln und mögliche Lösungen zu den Herausforderungen der damit verbundenen organisationalen Transformation zu erarbeiten sowie die neuen Methoden und Instrumente anzuwenden.

Kursinhalt

- Vor dem Hintergrund eines turbulenten, unbeständigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfelds können prozess- und projektorganisierte Organisationsstrukturen aufgrund ihrer starren Hierarchien und des abteilungsbezogenen Denkens und Handelns mit dem Wandel und den damit einhergehenden Anforderungen nicht mithalten. Die weiter voranschreitende Digitalisierung und der Einzug der künstlichen Intelligenz in immer mehr Leistungsbereiche erfordern neue Formen der Unternehmensorganisation und der Unternehmensführung. Um langfristig am Markt bestehen zu können, müssen Unternehmen mit immer neuen Dienstleistungen und Produkten aufwarten. Traditionelle Organisationen fokussieren sich sehr stark auf sich selbst. Sie denken und handeln in Pyramiden und Silos. Agilität wird notwendig, um in einer von Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität (VUKA) geprägten Welt zu überleben. Agile Unternehmen richten ihre Strategie am Kunden aus und streben eine Maximierung des Kundennutzens an. An die Stelle von hierarchischen Strukturen mit großer Machtfülle an der Spitze der Pyramide, treten andere Organisationsformen mit verteilter Autorität. Die Zukunft wird bestimmt von selbstorganisierten agilen Unternehmen. Für Unternehmen bedeutet Agilität und die damit verbundenen kreativen Arbeitsmethoden die Fähigkeit, in einer Wettbewerbsumgebung gewinnbringend zu operieren. Dadurch wird es möglich auf Umweltveränderungen und sich verändernde Kundenwünsche schneller zu reagieren. Doch wie funktionieren agile selbstorganisierte Unternehmen und wie betreiben sie Innovation?

Welche Rolle und Bedeutung kommt Wirtschaftspsychologen dabei zu? Damit setzt sich dieser Kurs auseinander. Jeder Teilnehmer soll zu einem von ihm ausgewählten Thema ein Projekt/Teilprojekt durchführen und hierzu einen Projektbericht erstellen.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Anderson, K./Uhlig, J. (2015): Das agile Unternehmen – Wie Organisationen sich neu erfinden. CAMPUS VERLAG, Frankfurt.
- Appelo, J. (2011): Management 3.0 – Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders. Addison-Wesley Longman, Amsterdam.
- Atelier für Ideen (2018): Kreativitätstechniken. (<http://www.ideenfindung.de/%C3%9Cbersicht-Liste-Kreativitaetstechniken-Ideenfindung.html>, Stand 26.03.2018)
- Bachfischer, N. (2018): Sprungbrett in die Zukunft – Wie Unternehmen in einer Start-Up-Welt erfolgreich sein können. innovaMe LAB, Tutzing.
- Dark Horse Innovation (2017): Digital Innovation Playbook. Murmann Publishers, Hamburg.
- Häusling, A. (2017): Agile Organisationen. Transformationen erfolgreich gestalten. Beispiele agiler Pioniere. Haufe Lexware, Freiburg.
- Knapp, J./Zeratsky, J./Kowitz, B. (2016): Sprint – Wie man in nur fünf Tagen Ideen testet und Probleme löst. Redline, München.
- Lasnia, M./Nowotny, V. (2018): AGILE EVOLUTION. Eine Anleitung zur agilen Transformation. BusinessVillage, Göttingen.
- Moran, A. (2015): Managing Agile. Strategy, Implementation, Organisation and People. Springer, Heidelberg/New York.
- Nöllke, M. (2015): Kreativitätstechniken. 7. Auflage, Haufe Lexware, Freiburg.
- Scheller, T. (2017): Auf dem Weg zur agilen Organisation. Vahlen, München.
- Rustler, F. (2017): Innovationskultur der Zukunft. Wie selbstorganisierte agile Unternehmen die Digitalisierung meistern. Midas Management Verlag, St. Gallen/Zürich.
- Rustler, F. (2017): Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation. Midas Management Verlag, St. Gallen/Zürich.

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Projekt
------------------------------------	---------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Advanced Financial Management

Modulcode: DLMCOWAFM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen	Niveau MA	CP 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. David Florysiak (Corporate Finance) / Prof. Dr. Andreas Simon (Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance)

Kurse im Modul

- Corporate Finance (MINR02)
- Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance (DLMFATSAACF01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Corporate Finance

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Seminararbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**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

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Das Modul behandelt ausgewählte Aspekte der Corporate Finance und versucht hierbei auch neuen Strömungen und aktuellen Problemfeldern im Bereich der Corporate Finance Raum zu geben. Theoriebezogene Inhalte aus der Corporate Finance werden hierbei mit einem anwendungsbezogenen und aktuellen Kontext verknüpft. Hierdurch wird die praktische Relevanz von Corporate Finance als anwendungsorientierte Teildisziplin der Finanzwirtschaft deutlich.

Qualifikationsziele des Moduls

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.

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich Corporate Finance einzuarbeiten.
- eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten.
- wichtige themenspezifische Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- Corporate Finance als wichtige Teildisziplin der Finanzwirtschaft zu begreifen.
- die Interessensgruppen im Rahmen der Corporate Finance mit ihren situationsabhängigen individuellen Motivations- und Interessenlagen zu analysieren und bewerten.
- Problemfelder innerhalb von Corporate Finance zu identifizieren und individuelle Lösungsvorschläge sowie interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

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

Corporate Finance

Kurscode: MINR02

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Repetitorium <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Seminar: Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance

Kurscode: DLMFATSAACF01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen MINR02
---------------------	---	------------	----------------	---

Beschreibung des Kurses

Das Seminar behandelt ausgewählte Aspekte der Corporate Finance und versucht hierbei aktuellen Problem- sowie Themenfeldern im Bereich der Corporate Finance zu begegnen. Es werden konkrete Themenfelder adressiert, die Corporate Finance nicht als reine theoriebezogene Wissenschaftsdisziplin verstehen, sondern die Studierenden dazubringen sollen, die Theorie der Corporate Finance als Instrument zu nutzen, um aktuellen Problemstellungen in der betriebswirtschaftlichen Praxis, konkret im Rahmen der Unternehmensfinanzierung, perspektivenabhängig zu lösen und interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu erarbeiten.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich Corporate Finance einzuarbeiten.
- eigenständig themenspezifische Literatur zu recherchieren und diese zielgerichtet auszuwerten.
- wichtige themenspezifische Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen.
- Corporate Finance als wichtige Teildisziplin der Finanzwirtschaft zu begreifen.
- die Interessensgruppen im Rahmen der Corporate Finance mit ihren situationsabhängigen individuellen Motivations- und Interessenlagen zu analysieren und bewerten.
- Problemfelder innerhalb von Corporate Finance zu identifizieren und individuelle Lösungsvorschläge sowie interessensgruppenabhängige Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

Kursinhalt

- Jeder Teilnehmende muss zu einem zugewiesenen individuellen Thema eine Seminararbeit erstellen. Theoriebezogene Inhalte aus der Corporate Finance werden hierbei mit einem anwendungsbezogenen und zumeist aktuellen Kontext verknüpft, wodurch die praktische Relevanz von Corporate Finance als anwendungsorientierte Teildisziplin der Finanzwirtschaft deutlich wird. Hierbei stehen insbesondere – aber nicht nur – folgende Themenfelder im Fokus der Aufmerksamkeit: Microfinance, Vertiefung spezieller Finanzierungsarten (z.B.

Crowdfunding, Private Equity, Venture Capital, Business Angel, Corporate Venture Funds, Family Office), Debt Fonds, Islamic Finance, Social und Sustainable Finance, FinTechs, TechFins.

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Herberger, T.A. (Hrsg.) (2019): Die Digitalisierung und die Digitale Transformation der Finanzwirtschaft. Tectum Verlag, Baden-Baden.
- Hunziker, A.W. (2010): Spass am wissenschaftlichen Arbeiten. So schreiben Sie eine gute Semester-, Bachelor- oder Masterarbeit. 4. Auflage, SKV, Zürich.
- Lehner, O. (Hrsg.) (2018): Routledge Handbook of Social and Sustainable Finance. Routledge, New York.
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (2016): Finanzwirtschaft der Unternehmung. 17. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Wehrlin, U. (2010): Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeit, Masterarbeit und Dissertation – von der Recherche bis zur Buchveröffentlichung. AVM, München.

Studienformat Fernstudium

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

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Risikomanagement und Digitale Transformation

Modulcode: DLMBWWRMDT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Hans-Jörg Beilharz (Risikomanagement) / Prof. Dr. Franz Isselstein (Digitale Transformation im Finanzwesen)

Kurse im Modul

- Risikomanagement (DLMFATRM01)
- Digitale Transformation im Finanzwesen (DLMFATDT01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Teilmodulprüfung

Risikomanagement

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Digitale Transformation im Finanzwesen

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche Ausarbeitung; Hausarbeit

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls**Risikomanagement**

- Theoretische, begriffliche und rechtliche Grundlagen des Risikomanagements
- Regelkreislauf des Risikomanagements
- Risikoidentifikation
- Risikomessung und Risikobewertung
- Risikosteuerung
- Risikokontrolle

Digitale Transformation im Finanzwesen

- Theoretische Grundlagen der Finanzintermediation
- Begriffliche und rechtliche Grundlagen im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens
- Digitale Transformation im Bereich der Finanzierung
- Digitale Transformation im Bereich der Investition und Portfolioverwaltung
- Digitale Transformation im Zahlungsverkehrs- und Servicebereich der Finanzwirtschaft
- Digitale Transformation des Versicherungswesens

Qualifikationsziele des Moduls

Risikomanagement

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen und begrifflichen Grundlagen des Risikomanagements zu verstehen und den Regelkreislauf des Risikomanagements zu begreifen.
- Risiken im unternehmerischen Kontext zu identifizieren sowie zu differenzieren.
- identifizierte Risiken zu bewerten und die Relevanz unternehmensspezifisch zu evaluieren.
- Risikomanagementsysteme erfolgreich zu implementieren und Risiken dadurch zu steuern.
- Risikokontrollsysteme auf Kennzahlenebene zu installieren sowie in eine adäquate Risikoberichterstattung und Risikokommunikation münden zu lassen.
- langfristige Trends im Risikomanagement zu erkennen und für das Unternehmen zu bewerten.

Digitale Transformation im Finanzwesen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Digitale Transformation des Finanzwesens in einen theoretischen Bezugsrahmen zu verorten sowie relevante begriffliche und rechtlichen Grundlagen in diesem Zusammenhang zu verstehen.
- die Digitale Transformation auf Finanzierungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation auf Investitions- und Porfolioverwaltungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Versicherungssektor zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- sich differenziert mit Begrifflichkeiten wie Megatrend, disruptive Innovation und Disintermediation im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens auseinanderzusetzen und argumentativ die aktuelle Diskussion hierüber zu bereichern.

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.

Risikomanagement

Kurscode: DLMFATRM01

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

Beschreibung des Kurses

Risiken sind elementarer Bestandteil jedes ökonomischen Handelns. Das Management von Risiken ist daher auch eine Kernkompetenz im Rahmen unternehmerischen Handelns. Die Studierenden lernen in diesem Kurs die theoretischen, begrifflichen sowie rechtlichen Grundlagen des Risikomanagements und erleben anwendungsorientiert den Regelkreislauf des Risikomanagements aus Identifikation, Bewertung, Steuerung und Kontrolle von Risiken kennen. Dies unterstützt die Studierenden im beruflichen Alltag erfolgreich Risikomanagementprozesse zu implementieren, um letztlich auch den unternehmerischen Erfolg zu maximieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die theoretischen und begrifflichen Grundlagen des Risikomanagements zu verstehen und den Regelkreislauf des Risikomanagements zu begreifen.
- Risiken im unternehmerischen Kontext zu identifizieren sowie zu differenzieren.
- identifizierte Risiken zu bewerten und die Relevanz unternehmensspezifisch zu evaluieren.
- Risikomanagementsysteme erfolgreich zu implementieren und Risiken dadurch zu steuern.
- Risikokontrollsysteme auf Kennzahlenebene zu installieren sowie in eine adäquate Risikoberichterstattung und Risikokommunikation münden zu lassen.
- langfristige Trends im Risikomanagement zu erkennen und für das Unternehmen zu bewerten.

Kursinhalt

1. Theoretische und begriffliche Grundlagen des Risikomanagements
 - 1.1 Entscheidungen unter Sicherheit
 - 1.2 Entscheidungen unter Unsicherheit
 - 1.3 Der Regelkreislauf des Risikomanagements
 - 1.4 Die rechtlichen Rahmenbedingungen des Risikomanagements
2. Risikoidentifikation
 - 2.1 Ziele und Aufgaben der Risikoidentifikation
 - 2.2 Methoden der Risikoidentifikation
 - 2.3 Finanzwirtschaftliche Risiken
 - 2.4 Leistungswirtschaftliche Risiken

3. Risikobewertung
 - 3.1 Das Risikoinventar als Ergebnis der Risikoidentifikation
 - 3.2 Ziele und Aufgabe der Risikobewertung
 - 3.3 Instrumente der Risikobewertung
4. Risikosteuerung
 - 4.1 Ziele und Aufgabe der Risikosteuerung
 - 4.2 Risikosteuerungsstrategien
 - 4.3 Die Rolle von Derivaten in der Risikosteuerung
5. Risikokontrolle
 - 5.1 Risikomanagementsysteme als Bestandteil der unternehmensspezifischen Compliance und Corporate Governance
 - 5.2 Risikoberichterstattung und Risikokommunikation
 - 5.3 Die besondere Rolle des Controllings und der internen Revision im Rahmen des Risikomanagements
6. Trends im Risikomanagement
 - 6.1 Das Risikomanagement als Business Partner der Unternehmensführung
 - 6.2 Risikokultur als kritischer Erfolgsfaktor für das Risikomanagement
 - 6.3 Auswirkungen der Digitalisierung für das Risikomanagement

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Gleißner, W. (2017). Grundlagen des Risikomanagements: Mit fundierten Informationen zu besseren Entscheidungen. (3. Aufl.). Vahlen.
- Henschel, T. & Heinze, I. (2016). Governance, Risk und Compliance im Mittelstand: Praxisleitfaden für gute Unternehmensführung. Erich Schmidt.
- Hull, J. C. (2019). Optionen, Futures und andere Derivate. (10. Aufl.). Pearson.
- Vanini, U. (2012). Risikomanagement: Grundlagen, Instrumente, Unternehmenspraxis. (2. Aufl.). Schäffer-Poeschel.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Digitale Transformation im Finanzwesen

Kurscode: DLMFATDT01

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

Beschreibung des Kurses

... „Industrie 4.0“ – „brauchen wir noch Bargeld?“ – „ich investiere in Bitcoins“ – „ist mobile = instant Payment?“... Solchen Aussagen begegnet man regelmäßig im täglichen Leben; sei es beim Verfolgen von Talkshows, politischen Debatten, in einem Gespräch unter Freunden oder einfach beim Konsumieren analoger und digitaler Medien. Ohne Frage bringt die Digitalisierung zahlreicher Alltagsprozesse mit Finanzbezug Veränderungen für die Gesellschaft und auch für jeden Einzelnen mit seiner individuellen Motivations- und Interessenslage mit sich, die sowohl Chancen als auch durchaus Gefahren bergen. Dies geht einfach originär mit einem Transformationsprozess einher, wird aber häufig übersehen. Der Kurs adressiert zum einen die theoretischen, begrifflichen und rechtlichen Grundlagen zu diesen Transformationsprozessen im Finanzwesen und liefert konkrete Einblicke in (vermeintlich) disruptive Geschäftsmodelle im Zusammenhang mit der Digitalen Transformation des Finanzwesens und geht hier explizit auch auf möglichen Chancen und Risiken aus einer Multiperspektivenbetrachtung ein.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Digitale Transformation des Finanzwesens in einen theoretischen Bezugsrahmen zu verorten sowie relevante begriffliche und rechtlichen Grundlagen in diesem Zusammenhang zu verstehen.
- die Digitale Transformation auf Finanzierungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation auf Investitions- und Porfolioverwaltungsebene und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens und deren konkrete Instrumente zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- die Digitale Transformation im Versicherungssektor zu verstehen und situationsabhängig einzusetzen.
- sich differenziert mit Begrifflichkeiten wie Megatrend, disruptive Innovation und Disintermediation im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens auseinanderzusetzen und argumentativ die aktuelle Diskussion hierüber zu bereichern.

Kursinhalt

1. Theoretische Grundlagen der Finanzintermediation
 - 1.1 Transaktionskostentheorie

- 1.2 Theorie der Verfügungsrechte
- 1.3 Theorie der Finanzintermediation
- 1.4 Unterschiedliche Akteure und deren Motivations- und Interessenlagen in Finanzsystemen
2. Begriffliche und rechtliche Grundlagen im Kontext der Digitalen Transformation des Finanzwesens
 - 2.1 MegaTrend: Ist die Digitalisierung im Finanzwesen ein neues Phänomen?
 - 2.2 Die Rolle von IT-Plattformen in der Digitalen Transformation des Finanzwesens
 - 2.3 FinTechs vs. TechFins
 - 2.4 Relevante rechtliche Rahmenbedingungen im nationalen und internationalen Kontext
3. Digitale Transformation im Bereich der Finanzierung
 - 3.1 Crowdfunding
 - 3.2 Crowdlending
4. Digitale Transformation im Bereich der Investition und Portfolioverwaltung
 - 4.1 Robo Advisory
 - 4.2 Social Trading
5. Digitale Transformation im Zahlungsverkehr- und Servicebereich des Finanzwesens
 - 5.1 Mobile und Instant Payment
 - 5.2 Blockchain
 - 5.3 Kryptowährungen
 - 5.4 Smart Contracts
 - 5.5 IT-Infrastruktur, Identifikation und Datensicherheit
 - 5.6 Die Rolle von Big Data im Zusammenhang mit der Digitalen Transformation des Finanzwesens
6. Digitale Transformation des Versicherungswesens
 - 6.1 Krankversicherungen
 - 6.2 Sachversicherungen

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

- Brühl, V./Dorschel, J. (Hrsg.) (2018): Praxishandbuch Digital Banking. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Hartmann-Wendels, T./Pfungsten, A./Weber, M. (2019): Bankbetriebslehre. 7. Auflage, Springer, Berlin.
- Huang, S. H./Choi, P. M. S. (Hrsg.) (2021): Fintech with Artificial Intelligence, Big Data, and Blockchain. Springer, Singapur.
- King, B. (2019): Bank 4.0 – Banking Everywhere, Never at a Bank. Wiley, Chichester.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Hausarbeit

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

Personalcontrolling

Modulcode: DLMCOWPC

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Michaela Moser (Human Resource Management I) / Selina Engelmann (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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Studienformat Kombistudium

Studienform Kombistudium	Kursart Theoriekurs
------------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Compensation und Personalcontrolling

Kurscode: DLMLCUP01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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./Haussmann, 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Supply Chain Management

Modulcode: MWCH

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Unternehmensnetzwerken. 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Controlling und Risikomanagement in der Supply Chain

Kurscode: MWCH02

Niveau	Kurs- und Prüfungssprache	SWS	CP	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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Projektmanagement

Modulcode: DLMPRWPM

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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

Angewandtes Projektmanagement

- Studienformat "Fernstudium":
Fachpräsentation

Online Projektsimulation

- Studienformat "Fernstudium": Schriftliche
Ausarbeitung: Projektbericht

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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Fachpräsentation

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Skript	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Folien	

Online Projektsimulation

Kurscode: DLMPRWOPS02

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Projektbericht

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden

IT-Management

Modulcode: MWIT

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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

Management von IT-Projekten

- Studienformat "Fernstudium": Klausur, 90 Minuten

Management von IT-Services und IT-Architekturen

- 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 MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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. Risiken und Herausforderungen der industriellen Softwaretechnik
 - 1.1 Eigenschaften von industriellen Softwaresystemen
 - 1.2 Softwaretechnik
 - 1.3 Risiken und typische Probleme
 - 1.4 Herausforderungen im Software Engineering
2. Softwarelebenszyklus: von Planung bis Ablösung
 - 2.1 Der Softwarelebenszyklus im Überblick
 - 2.2 Planung
 - 2.3 Entwicklung

- 2.4 Betrieb
- 2.5 Wartung
- 2.6 Abschaltung
- 3. Rollen im Software Engineering
 - 3.1 Idee der rollenbasierten Herangehensweise
 - 3.2 Typische Rollen
- 4. Organisation von Softwareprojekten
 - 4.1 Vom Prozessparadigma zum Softwareprozess
 - 4.2 Prozessparadigmen
- 5. Softwareprozessmodell-Rahmenwerke
 - 5.1 V-Modell XT
 - 5.2 Rational Unified Process (RUP)
 - 5.3 Scrum
- 6. Organisation und Struktur im IT-Projektmanagement
 - 6.1 Überblick und Managementebenen von PRINCE2
 - 6.2 Managementprozesse in PRINCE2
 - 6.3 Pragmatisches IT-Projektmanagement (PITPM)
 - 6.4 Konfiguration des IT-Projekts in PITPM
 - 6.5 Steuern des Projekts in PITPM
- 7. Ausgewählte Techniken im IT-Projektmanagement
 - 7.1 Planung und Organisation mit dem Kanban Board
 - 7.2 Priorisierung
 - 7.3 Drei-Punkt-Schätzung (PERT)
- 8. Denkmodelle im IT-Projektmanagement
 - 8.1 Agile Softwareentwicklung
 - 8.2 Value-Based Software Engineering

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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Management von IT-Services und IT-Architekturen

Kurscode: MWIT02

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 5	Zugangsvoraussetzungen 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 Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

AI and Mastering AI Prompting

Module Code: DLMEAIMAIP

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

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

Module Coordinator

Prof. Dr. Claudia Heß (Artificial Intelligence) / Prof. Dr. Gissel Velarde Perez (Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques)

Contributing Courses to Module

- Artificial Intelligence (DLMAIAI01)
- Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques (DLMPAIECPT01)

Module Exam Type

Module Exam

Split Exam

Artificial Intelligence

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

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

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

Weight of Module

see curriculum

Module Contents**Artificial Intelligence**

- History of AI
- Expert Systems
- Neuroscience
- Modern AI Systems
- AI Application Areas

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

In this module, students delve into the world of generative AI applications, creating AI-generated content such as text, images, and videos. They learn to design, analyze, and evaluate different prompting techniques in these systems and apply them within their respective fields of study.

Learning Outcomes**Artificial Intelligence**

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Links to other Modules within the Study Program

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

Links to other Study Programs of the University

All Master Programs in the IT & Technology field

Artificial Intelligence

Course Code: DLMAIAI01

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

Course Description

The quest for artificial intelligence has captured humanity's interest for many decades and has been an active research area since the 1960s. This course will give a detailed overview of the historical developments, successes, and set-backs in AI, as well as the development and use of expert systems in early AI systems. In order to understand cognitive processes, the course will give a brief overview of the biological brain and (human) cognitive processes and then focus on the development of modern AI systems fueled by recent developments in hard- and software. Particular focus will be given to discussion of the development of "narrow AI" systems for specific use cases vs. the creation of general artificial intelligence. The course will give an overview of a wide range of potential application areas in artificial intelligence, including industry sectors such as autonomous driving and mobility, medicine, finance, retail, and manufacturing.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- remember the historical developments in the field of artificial intelligence.
- analyze the different application areas of artificial intelligence.
- comprehend expert systems.
- apply Prolog to simple expert systems.
- comprehend the brain and cognitive processes from a neuro-scientific point of view.
- understand modern developments in artificial intelligence.

Contents

1. History of AI
 - 1.1 Historical Developments
 - 1.2 AI Winter
 - 1.3 Notable Advances in AI
2. Expert Systems
 - 2.1 Overview Over Expert Systems
 - 2.2 Introduction to Prolog
3. Neuroscience
 - 3.1 The (Human) Brain

3.2 Cognitive Processes

4. Modern AI Systems

4.1 Recent Developments in Hard- and Software

4.2 Narrow vs General AI

4.3 NLP and Computer Vision

5. AI Application Areas

5.1 Autonomous Vehicles & Mobility

5.2 Personalized Medicine

5.3 FinTech

5.4 Retail & Industry

Literature

Compulsory Reading

Further Reading

- Chowdhary, K. R. (2020). Fundamentals of Artificial Intelligence. Springer India.
- Russell, S. & Norvig, P. (2022). Artificial intelligence. A modern approach (4th ed.). Pearson Education.
- Ward, J. (2020). The student's guide to cognitive neuroscience. (4th ed.). Taylor & Francis Group.

Study Format Distance Learning

Study Format Distance Learning	Course Type Theory Course
--	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support	Learning Material	Exam Preparation
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	<input checked="" type="checkbox"/> Course Book	<input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam
<input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint	<input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Online Tests
<input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Slides	

Study Format myStudies

Study Format myStudies	Course Type Theory Course
----------------------------------	-------------------------------------

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: yes
Type of Exam	Exam, 90 Minutes

Student Workload					
Self Study 90 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 30 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods		
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Learning Material <input checked="" type="checkbox"/> Course Book <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Slides	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Practice Exam <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Project: AI Excellence with Creative Prompting Techniques

Course Code: DLMPAIECPT01

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

Course Description

In this course, students explore the exciting world of prompting in various generative AI applications. They involve themselves in hands-on exercises that combine various prompting techniques to create new AI-generated content, including text, images, and videos. Through these exercises, students learn how to effectively use, analyze, combine, and assess these systems within their specialized fields of study.

Course Outcomes

On successful completion, students will be able to

- comprehend and implement various prompting techniques in generative AI applications.
- analyze, assess, and combine different prompt techniques for various expected AI outputs.
- implement ethical considerations into the design and execution of various generative AI applications.
- design, implement, and refine effective prompts and their combinations for real-world scenarios through various hands-on exercises.
- showcase creative and innovative thinking and reasoning in the application of advanced prompting techniques to solve multidimensional problems in their specialized area of study.

Contents

- In this course, students engage in a practical application of a generative AI use case by choosing from the options provided in the extensive supplementary guide. The course presents practical examples as study materials and exercises with both individual and combined prompting techniques for open-source text, image, and video generation use cases. The exercises are crafted to inspire and lead students in executing their distinct generative AI use case work and provide guidance on describing the use case and selecting a mixture of prompting techniques. Additionally, students are led to critically evaluate the design, implementation, and the outcomes from both technical and ethical perspectives.

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

- Dang, H., Mecke, L., Lehmann, F., Goller, S., & Buschek, D. (2022). How to prompt? Opportunities and challenges of zero- and few-shot learning for human-AI interaction in creative applications of generative models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2209.01390.pdf>
- Epstein, Z., Hertzmann, A., Herman, L., Mahari, R., Frank, M. R., Groh, M., Schroeder, H., Smith, A., Akten, M., Fjeld, J., Farid, H., Leach, N., Pentland, A. S., & Russakovsky, O. (2023). Art and the science of generative AI: A deeper dive. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2306.04141.pdf>
- Gozalo-Brizuela, R., & Garrido-Merchán, E. C. (2023). A survey of generative AI applications. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2306.02781.pdf>
- Wei, J., Wang, X., Schuurmans, D., Bosma, M., Ichter, B., Xia, F., Chi, E. H., Le., Q. V., & Zhou, D. (2023). Chain-of-thought prompting elicit reasoning in large language models. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2201.11903.pdf>

Study Format Distance Learning

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

Information about the examination	
Examination Admission Requirements	Online Tests: no
Type of Exam	Written Assessment: Project Report

Student Workload					
Self Study 120 h	Contact Hours 0 h	Tutorial/Tutorial Support 30 h	Self Test 0 h	Independent Study 0 h	Hours Total 150 h

Instructional Methods	
Tutorial Support <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	Exam Preparation <input checked="" type="checkbox"/> Guideline

Management Consulting

Modulcode: MWBC-01

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen keine	Niveau MA	CP 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. Andreas Herrmann (Management Consulting I) / Dierk Rommel (Management Consulting II)

Kurse im Modul

- Management Consulting I (MWBC01-01)
- Management Consulting II (MWBC02-01)

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
- Marktsegmente und Merkmale
- Typische Gründe und Situationen für den Einsatz von Beratung
- Beratungsorganisationen und Geschäftsmodelle
- Beratungsprojekte und Projektleitung
- Logisches Schlussfolgern
- Überzeugendes Darstellen von Erkenntnissen

Management Consulting II

- Generische Strategien von Porter
- Segmentierung und Portfolioanalyse
- Optimierung des Betriebs
- Investitionsentscheidungen
- Innovation und Disruption
- Anwendung in der Praxis: Fall für das Selbststudium

Qualifikationsziele des Moduls

Management Consulting I

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die prinzipielle Bedeutung der Unternehmensberatung für die Gesamtwirtschaft und die Unternehmen als Angebotsseite der Wirtschaft zu beschreiben.
- zu verstehen, was die Nachfrage nach Beratungsleistungen antreibt und warum Berater beschäftigt werden.
- den Aufbau und das Geschäftsmodell der Beratungsunternehmen sowie die Durchführung von Beratungsprojekten zu erklären.
- ausgewählte Prinzipien des analytischen Denkens sowie der effektiven Kommunikation zu beherrschen.

Management Consulting II

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu verstehen, welche generischen strategischen Positionierungen Unternehmen einnehmen können und wie diese Positionierungen mit dem Lebenszyklus der Branche zusammenhängen.
- einige der grundlegenden Konzepte und Werkzeuge anzuwenden, die Unternehmensberater verwenden, um Kunden bei der strategischen Positionierung zu unterstützen.
- das erworbene Wissen auf ein komplexes Geschäftsproblem anzuwenden und daraus umsetzbare Handlungsempfehlungen abzuleiten.

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: MWBC01-01

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

Beschreibung des Kurses

Volkswirtschaften können als selbstregulierende Gebilde betrachtet werden, in denen Innovationen kreative Disruption bewirken. Dies führt zu einem kontinuierlichen Umbau der Volkswirtschaften. Neue Unternehmen und neue Wege der Wertschöpfung entstehen, die das Althergebrachte ersetzen. Wirtschaftsteilnehmer setzen Unternehmensberater ein, um diese kreative Disruption und den damit verbundenen Wandel voranzutreiben und zu managen. Damit leisten Unternehmensberater einen wichtigen Beitrag zur Umgestaltung der Volkswirtschaften und steigern die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Klienten. Dabei entwickeln die Unternehmensberatungen ihre Beratungsmethoden weiter, die dann von den Klienten in ihr Standardinstrumentarium aufgenommen werden. Für ihre Arbeit benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil an fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Zu den fachlichen Kompetenzen gehören fundierte Kenntnisse relevanter Analysemethoden und -instrumente sowie Grund- und Spezialkenntnisse der Betriebswirtschaft und des strategischen Managements. Hinzu kommt ein tiefes Verständnis für Märkte und gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen. Berater müssen in der Lage sein, Beratungsprojekte zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes auf der Basis strategischer Konzepte zu planen, durchzuführen und deren Erfolg zu kontrollieren. Persönliche und soziale Kompetenzen ergänzen die fachlichen und methodischen Fähigkeiten. Sie befähigen Berater, die Erwartungen ihrer Klienten zu verstehen, Beratungskonzepte auf den individuellen Beratungsbedarf abzustimmen und die Berater-Klienten-Beziehung im Sinne einer wertschöpfenden Leistungspartnerschaft aktiv zu gestalten. In Management Consulting I lernen die Studierenden, warum Unternehmen Berater beauftragen und wie Beratungsunternehmen und -projekte aufgebaut und gesteuert werden. Darüber hinaus werden die Studierenden mit ausgewählten grundlegenden Werkzeugen des logischen Denkens und der effektiven Kommunikation vertraut gemacht, die die Basis der täglichen Arbeit von Beratern bilden.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die prinzipielle Bedeutung der Unternehmensberatung für die Gesamtwirtschaft und die Unternehmen als Angebotsseite der Wirtschaft zu beschreiben.
- zu verstehen, was die Nachfrage nach Beratungsleistungen antreibt und warum Berater beschäftigt werden.
- den Aufbau und das Geschäftsmodell der Beratungsunternehmen sowie die Durchführung von Beratungsprojekten zu erklären.
- ausgewählte Prinzipien des analytischen Denkens sowie der effektiven Kommunikation zu beherrschen.

Kursinhalt

1. Management Consulting als professionelle Dienstleistung
 - 1.1 Definition und Begriffserklärung „Unternehmensberatung“
 - 1.2 Managementberatung – die Perspektive des Topmanagements
 - 1.3 Geschichte des Management Consulting
 - 1.4 Disruption durch Megatrends
 - 1.5 Markt und Hauptakteure
2. Typische Gründe und Situationen für den Einsatz von Beratung
 - 2.1 Ergänzende Managementressourcen: Methodenkompetenz, Fachwissen und Kapazitäten
 - 2.2 Unabhängigkeit der Managementberatung: Zweitmeinung, Rechtfertigung, Überwindung von Widerständen und Unvoreingenommenheit
 - 2.3 Themenfelder für Managementberatungen
3. Beratungsorganisationen und Geschäftsmodelle
 - 3.1 Rechtliche und vertragliche Aspekte
 - 3.2 Geschäftsmodell
 - 3.3 Zentrale Erfolgsfaktoren der Value Creation
4. Beratungsprojekte und Projektleitung
 - 4.1 Das Beratungsprojekt: Aufbau und Rollen
 - 4.2 Durchführung und Ablauf
 - 4.3 Techniken für eine erfolgreiche Modulbearbeitung
5. Logisches Schlussfolgern
 - 5.1 Die Welt umspannen: Das MECE-Konzept
 - 5.2 Hypothesengetriebenes Arbeiten
 - 5.3 Die Kunst des Schlussfolgerns: Induktion und Deduktion

5.4 Interdependenzen finden: Korrelation und Kausalität

6. Überzeugendes Darstellen von Erkenntnissen

6.1 Grafische Darstellungen von Informationen

6.2 Grundsätze für gutes Schaubilddesign

6.3 Strukturierung von Informationen

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Bono, E. de. (repr 2002, 1982): De Bono's Thinking Course (new edition): Powerful Tools to Transform Your Thinking. rev. and updated ed., BBC Books, London.
- Christensen, C. M./ Wang, D./ van Bever, D. (2013): Consulting on the Cusp of Disruption: Competitive Strategy. Harvard Business Review 91, no. 10: 106-114.
- Minto, B. (2001): The pyramid principle: Present your thinking so clearly that the ideas jump off the page and into the reader's mind. 3rd ed., FT Publishing International, New Jersey.
- Schumpeter, J. A. (1934): The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Harvard economic studies: vol. XLVI. Harvard University Press, Cambridge.
- Zelazny, G.(2015): Wie aus Zahlen Bilder werden: Der Weg zur visuellen Kommunikation.7. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden.

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung <input checked="" type="checkbox"/> Course Feed	Lernmaterial <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input checked="" type="checkbox"/> Folien	Prüfungsvorbereitung <input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

Management Consulting II

Kurscode: MWBC02-01

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

Beschreibung des Kurses

Volkswirtschaften können als selbstregulierende Gebilde betrachtet werden, in denen Innovationen kreative Disruption bewirken. Dies führt zu einem kontinuierlichen Umbau der Volkswirtschaften. Neue Unternehmen und neue Wege der Wertschöpfung entstehen, die das Althergebrachte ersetzen. Wirtschaftsteilnehmer setzen Unternehmensberater ein, um diese kreative Disruption und den damit verbundenen Wandel voranzutreiben und zu managen. Damit leisten Unternehmensberater einen wichtigen Beitrag zur Umgestaltung der Volkswirtschaften und steigern die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Klienten. Dabei entwickeln die Unternehmensberatungen ihre Beratungsmethoden weiter, die dann von den Klienten in ihr Standardinstrumentarium aufgenommen werden. Für ihre Arbeit benötigen Unternehmensberater ein differenziertes Profil an fachlich-methodischen und persönlich-sozialen Kompetenzen. Zu den fachlichen Kompetenzen gehören fundierte Kenntnisse relevanter Analysemethoden und -instrumente sowie Grund- und Spezialkenntnisse der Betriebswirtschaft und des strategischen Managements. Hinzu kommt ein tiefes Verständnis für Märkte und gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen. Berater müssen in der Lage sein, Beratungsprojekte zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes auf der Basis strategischer Konzepte zu planen, durchzuführen und deren Erfolg zu kontrollieren. Persönliche und soziale Kompetenzen ergänzen die fachlichen und methodischen Fähigkeiten. Sie befähigen Berater, die Erwartungen ihrer Klienten zu verstehen, Beratungskonzepte auf den individuellen Beratungsbedarf abzustimmen und die Berater-Klienten-Beziehung im Sinne einer wertschöpfenden Leistungspartnerschaft aktiv zu gestalten. In Management Consulting II werden die Studierenden anhand von Fallbeispielen mit dem Standardinstrumentarium der Unternehmensberater zur Lösung typischer betriebswirtschaftlicher Probleme vertraut gemacht, um daraus zielführende Handlungsempfehlungen abzuleiten. Am Ende des Kurses erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihr kombiniertes Wissen auf einen komplexen Geschäftsfall anzuwenden und ihre Ergebnisse im Rahmen des Kurs-Tutoriums zu präsentieren und zu diskutieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- zu verstehen, welche generischen strategischen Positionierungen Unternehmen einnehmen können und wie diese Positionierungen mit dem Lebenszyklus der Branche zusammenhängen.
- einige der grundlegenden Konzepte und Werkzeuge anzuwenden, die Unternehmensberater verwenden, um Kunden bei der strategischen Positionierung zu unterstützen.
- das erworbene Wissen auf ein komplexes Geschäftsproblem anzuwenden und daraus umsetzbare Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Kursinhalt

1. Generische Strategien von Porter
 - 1.1 Die grundsätzlichen strategischen Positionierungen
 - 1.2 Industrie-Lebenszyklus
 - 1.3 Die Bedeutung von Skaleneffekten und Erfahrungskurve
 - 1.4 Werkzeuge zur Bewertung: SWOT und 5-Forces
2. Segmentierung und Portfolioanalyse
 - 2.1 Grundsätze der Segmentierung
 - 2.2 Die BCG-Matrix und ihre Anwendungen
 - 2.3 Weitere Ansätze zur Portfolioanalyse
3. Optimierung des Betriebs
 - 3.1 Working Capital Management und der Cash Conversion Cycle
 - 3.2 Komplexitätsreduktion: Das Pareto-Prinzip und seine Anwendungen
 - 3.3 De-Bottlenecking: Der geschwindigkeitsbestimmende Schritt
4. Investitionsentscheidungen
 - 4.1 Relevante Kosten bei der Entscheidungsfindung
 - 4.2 Entscheidungen über Grenzertragsbetrachtungen
 - 4.3 Cashflowbasierte Investitionsrechnung
5. Innovation und Disruption
 - 5.1 Blue-Ocean-Strategie
 - 5.2 10-Typen of Innovations
 - 5.3 Entscheidungen unter Ungewissheit: Die bekannten Unbekannten in der Szenarioplanung
6. Praxisanwendung: Fall für das Selbststudium
 - 6.1 Fallbeschreibung

6.2 Leitfragen

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

- Goldratt, E. M./ Cox, J. (1993): The goal: A process of ongoing improvement. 2nd rev. ed., Gower, Aldershot.
- Juran, J. M. (1995): Managerial breakthrough: The classic book on improving management performance. Rev. ed., internat. ed., McGraw-Hill, New Jersey.
- Keeley, L. (2013): Ten types of innovation: The discipline of building breakthroughs. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Kim, W. C. / Mauborgne, R. (2015): Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. revised and expanded edition, Harvard business School Press, Cambridge.
- Oetinger, B. (2001): Das Boston Consulting Group Strategie-Buch: Die wichtigsten Managementkonzepte für den Praktiker. 9. Auflage, Econ, Düsseldorf.
- Porter, M. E. (1998): Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance: with a new introduction. 2nd ed., Free Press, New York

Studienformat Fernstudium

Studienform Fernstudium	Kursart Theoriekurs
-----------------------------------	-------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Ja
Prüfungsleistung	Klausur, 90 Minuten

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

Lehrmethoden		
Tutorielle Betreuung	Lernmaterial	Prüfungsvorbereitung
<input checked="" type="checkbox"/> Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Intensive Live Sessions/Learning Sprint <input checked="" type="checkbox"/> Recorded Live Sessions	<input checked="" type="checkbox"/> Skript <input checked="" type="checkbox"/> Video	<input checked="" type="checkbox"/> Musterklausur <input checked="" type="checkbox"/> Online Tests

4. Semester

Masterarbeit

Modulcode: MMTH

Modultyp s. Curriculum	Zugangsvoraussetzungen Gemäß Studien- und Prüfungsordnung	Niveau MA	CP 30	Zeitaufwand Studierende 900 h
----------------------------------	---	---------------------	-----------------	---

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

<p>Lehrinhalt des Moduls</p> <p>Masterarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masterarbeit <p>Kolloquium</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kolloquium zur Masterarbeit 	
<p>Qualifikationsziele des Moduls</p> <p>Masterarbeit</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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. <p>Kolloquium</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ eine Problemstellung aus ihrem Studienschwerpunkt unter Beachtung akademischer Präsentations- und Kommunikationstechniken vorzustellen. ▪ das in der Masterarbeit gewählte wissenschaftliche und methodisch Vorgehen reflektiert darzustellen. ▪ themenbezogene Fragen von Fachexperten (Gutachter der Masterarbeit) aktiv zu beantworten. 	
<p>Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang</p> <p>Alle Module im Masterprogramm</p>	<p>Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule</p> <p>Alle Masterprogramme im Fernstudium</p>

Masterarbeit

Kurscode: MMTH01

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 27	Zugangsvoraussetzungen gemäß Studien- und Prüfungsordnung
---------------------	---	------------	-----------------	---

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	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Schriftliche Ausarbeitung: Masterarbeit

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 810 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 810 h

Lehrmethoden
Die Studierenden schreiben ihre Masterarbeit eigenständig unter der methodischen und wissenschaftlicher Anleitung eine akademischen Betreuers.

Kolloquium

Kurscode: MMTH02

Niveau MA	Kurs- und Prüfungssprache Deutsch	SWS	CP 3	Zugangsvoraussetzungen gemäß Studien- und Prüfungsordnung
---------------------	---	------------	----------------	---

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 Abschlussarbeit
-----------------------------------	-----------------------------------

Informationen zur Prüfung	
Prüfungszulassungsvoraussetzungen	Online Tests: Nein
Prüfungsleistung	Kolloquium

Zeitaufwand Studierende					
Selbststudium 90 h	Präsenzstudium 0 h	Tutorium/ Tutorielle Betreuung 0 h	Selbstüberprüfung 0 h	Praxisanteil 0 h	Gesamt 90 h

Lehrmethoden
Moderne Präsentationstechnologien stehen zur Verfügung.