

Modulhandbuch Technische Betriebswirtschaft (MBA)

1.1	- Allgemeine BWL	3
1.2	- Externes Rechnungswesen.....	6
1.3	- Wirtschaftsrecht.....	8
1.4	- Wirtschaftsmathematik/Statistik	11
1.5	- Managementkompetenz/Human Resource Management.....	14
2.1	- Internes Rechnungswesen	17
2.2	- Controlling I (Controlling).....	20
2.3	- Volkswirtschaftslehre.....	22
2.4	- Business Communication	25
3.1	- Seminar Allgemeine BWL.....	29
3.2	- Investitions- und Finanzierungsmodelle	31
3.3	- Controlling II (Wertorientierte Unternehmensführung).....	34
3.4	- Strategisches Management	37
3.5	- Unternehmenssimulation	39
3.6	- Marketing.....	41
3.7	- Produktionsmanagement.....	44
4.1	- Organisation/Projektmanagement	47
4.2	- Managementsysteme	50
4.3	- Internationales Management	52
4.4	- Datenbanken.....	55
4.5	- Softwareengineering.....	58
4.6	- Informations- und Kommunikationssysteme.....	61
4.7	- Seminar Vertriebsmanagement	64
4.8	- Seminar Marktforschung	66
4.9	- Seminar E-Commerce.....	69
4.10	- Seminar Produktionsplanung.....	72
4.11	- Seminar Logistik	74

1.1 - Allgemeine BWL

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.1	200 h	8	1. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Allgemeine BWL I	12 h	88 h	4
Allgemeine BWL II	12 h	88 h	4

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Vorlesung und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer sollen in diesem Modul die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre verstehen und auf die betriebliche Praxis anwenden können. Der Gesamtzusammenhang von güter-, leistungs- und finanzwirtschaftlichen Prozessen ist ihnen im nationalen und internationalen Kontext nach der Veranstaltung klar. Es wird so ein grundlegender Überblick über das Ineinandergreifen der einzelnen Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre gegeben. In der Veranstaltung wird den Studierenden auch ein Überblick über die Marketinginstrumente gegeben. Sie sollen diese kennen und kombiniert unter Berücksichtigung verschiedener Länder, Branchen und Unternehmenssituationen anwenden können. Außerdem sollen sie befähigt werden, sich mit betriebswirtschaftlichen Fragestellungen aus der Marketingperspektive auseinander zu setzen.

Inhalte

- Bedeutung des Betriebes in der sozialen Marktwirtschaft der BRD
- Unternehmensziele (Betrachtung auch im Rahmen nationaler und internationaler Aspekte; Interessenkonflikte Stammkonzern- internationale Töchter)
- Unternehmensführung/-organisation; Prozessorientierung
- Planungs-, Steuerungs- und Kontrollsysteme
- Globaler Einblick in betriebliche Abläufe, z. B. make or buy Entscheidungen; Lieferantenauswahl (Berücksichtigung internationaler Risiken)
- Personalmanagement

- Unternehmenszusammenschlüsse
- Internationale Aspekte und Entscheidungsverfahren bei der Standortwahl
- Produktion, Logistik
- Grundlagen der Kostentheorie
- Marketingziele
- Entwicklung und Auswahl von Marketingstrategien
- Marktforschung/Analyse der Marketingchancen
- Marketingplan
- Marketinginstrumente
- Beschreibung des Käufer- und Verkäufermarktes aus nationalen und internationalen Perspektiven

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien und Lernbriefen

Interdisziplinarität/Vernetzung:

- Lernbereiche Unternehmensziele und Unternehmensführung bereiten auf das Modul Managementkompetenz/ Human Resource Management vor
- Lernbereiche Unternehmensorganisation, Planungs-/Steuerungs- und Kontrollsysteme bereiten auf das Modul Controlling vor
- Lernbereiche Personalmanagement bereiten auf das Modul Managementkompetenz/Human Resource Management vor
- Lernbereich Produktion bereitet auf das Modul im Schwerpunkt Produktionsmanagement vor
- Lernbereich der Kostentheorie bereitet auf das Modul Internes Rechnungswesen vor
- Lernbereiche Marketingziele, Entwicklung von Marketingstrategien, Auswahl von Marketingstrategien, Analyse der Marketingchancen, kurzfristiger Marketingplan, Marketinginstrumente bereiten auf das Modul im Schwerpunkt Marketing vor

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 2. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 120 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

8/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. G. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

1.2 - Externes Rechnungswesen

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.2	125 h	5	1. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
externes Rechnungswesen	16 h	109 h	5

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (= Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen neben den elementaren Grundkenntnissen der Buchführung insbesondere die Vorschriften zur Erstellung einer Bilanz erlernen. Hierbei sollen die handels- und steuerrechtlichen Bewertungskriterien und deren Interdependenzen erörtert werden. Möglichkeiten von bilanzpolitischen Maßnahmen und deren Auswirkungen auf den Jahresabschluss werden diskutiert. Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden selbständig eine Bilanzanalyse mit Kennziffern zur Finanz- und Ertragslage erstellen zu können und internationale Begrifflichkeiten in der Rechnungslegung kennenlernen.

Inhalte

Neben der grundlegenden Buchungstechnik, sollen hier Anwendungen von Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen für die Handels- und Steuerbilanz erlernt werden. Dabei wird vertieft auf Besonderheiten der Bilanzierung und Bewertung wichtiger Bilanzpositionen und aktueller Problemstellungen bei

der Bilanzierung eingegangen. Möglichkeiten und Auswirkungen von bilanzpolitischen Maßnahmen werden besprochen und diskutiert. Die Errechnung von wichtigen Bilanzkennziffern und die Bedeutung der Bilanzanalyse soll den Studierenden anhand von Übungsbilanzen nahe gebracht werden. Des Weiteren werden die Grundzüge der Internationalen Rechnungslegung (IFRS) besprochen und anhand einzelner Bilanzpositionen Abweichungen zur deutschen Rechnungslegung aufgezeigt und gegenübergestellt.

- Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens (Tutorium Buchungstechnik)
- Einzelfragen der Bilanzierung und Bewertung für Handels- und Steuerbilanz

- Besondere Bewertungsvorschriften für Kapitalgesellschaften
- Grundlagen der Jahresabschlussanalyse
- Grundzüge der Internationalen Rechnungslegung (IFRS)

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 1. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

5/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. A. Uphaus

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

1.3 - Wirtschaftsrecht

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.3	125.0 h	5	1. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Wirtschaftsrecht	16 h	109 h	5

Modulart

Basismodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (= Vorlesung) und Übungen

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer sollen in der Veranstaltung Wirtschaftsrecht die Grundlagen des Wirtschaftsrechts (u.a. Handels-; Vertrags- und Arbeitsrechts) kennen lernen und bei ihren Entscheidungen berücksichtigen können. Ziel ist es, ein grundsätzliches Verständnis der juristischen Denk- und Arbeitsweise einerseits und des Deutschen Rechtssystems andererseits zu schaffen. Die Studierenden sollen so befähigt werden, sich mit diesen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen auch aus der juristischen Perspektive auseinander zu setzen.

Inhalte

Durch die Darstellung der wichtigsten zivilrechtlichen Vorschriften und Zusammenhänge wird ein fundamentaler Überblick über Lösungsmöglichkeiten für die in der betriebswirtschaftlichen Praxis wichtigsten relevanten Probleme gegeben.

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

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien und Anwendungsbeispielen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

- o die Grundzüge des Vertragsrecht sind relevant für die Aufstellung Allgemeiner Geschäftsbedingungen und den Industriellen Kaufprozess (Schwerpunktmodul Marketing)
- o der Lernbereich Handelsrecht vertieft die Kenntnisse, die im Modul Externes Rechnungswesen vermittelt wurden
- o der Lernbereich Arbeitsrecht vertieft die Kenntnisse, die im Modul Allgemeine BWL vermittelt wurden und bildet

die rechtliche Grundlage für den Bereich Führung innerhalb des Moduls Managementkompetenz/Human Resource Management und die unternehmerischen Entscheidungen für Prozessoptimierungen, sofern sie personalwirtschaftliche Konsequenzen haben

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 1. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

5/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. F. Striewe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende/index.html>

1.4 - Wirtschaftsmathematik/Statistik

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.4	100 h	4	1. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Wirtschaftsmathematik/Statistik	16 h	84 h	4

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (= Vorlesung) und Übungen

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Qualifikationsziele:

Die Studierenden sollen die mathematisch-statistischen Grundlagen für die Anwendung in den betriebswirtschaftlichen Fächern (z.B. Investitions- und Finanzierungsmodelle, Marktforschung) erwerben und in die Lage versetzt werden, selbstständig die passenden mathematisch-statistischen Modelle zur Lösung betrieblicher Probleme auszuwählen und anzuwenden.

Die Teilnehmer sollen folgende Fachkompetenzen erwerben:

- Erfassen des Äquivalenzprinzips der Finanzmathematik und Anwendung des grundlegenden finanzmathematischen Formelwerkes
- Anwendung der Methoden der Analysis und der Matrizenrechnung auf wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen
- Anwendung der Grundzüge der Deskriptiven und Analytischen Statistik auf betriebswirtschaftliche und qualitätsprüfende Fragestellungen
- Erkennen von Zusammenhängen zwischen Deskriptiver und Analytischer Statistik (z.B. Häufigkeitsverteilung und Dichtefunktion)
- Verständnis der Schätz- und Testverfahren

Die Teilnehmer sollen folgende Methodenkompetenzen erwerben:

- Fähigkeit, typische quantitative Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre zu analysieren und in mathematische Modelle zu transformieren

- Fähigkeit, die mathematischen Modelle mit adäquaten mathematischen Verfahren zu lösen
 - Fähigkeit, die mathematischen Lösungen anhand des Modells zu evaluieren und auf ihre Anwendbarkeit auf die auslösende Problemstellung zu evaluieren
 - Beurteilung geeigneter Verteilungen zur Lösung empirischer Fragestellungen
 - Fähigkeit, geeignete Test- und Schätzverfahren auszuwählen
 - Auswahl geeigneter Methoden anhand von Fallbeispielen (z.B. Inventur, Marktforschung)
 - Kennen lernen der vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten im Rahmen der amtlichen und empirischen Statistik
-
- Verständnis der Messproblematik anhand konkreter Beispiele aus dem Bereich Rentenversicherung usw.
 - Verstehen der ähnlichen Methoden der Zeitreihen- und Regressionsanalyse

Inhalte

Grundlagen der Finanzmathematik

- Das Äquivalenzprinzip der Finanzmathematik
- Verzinsungsformen
- Rentenrechnung
- Investitions- und Finanzierungsrechnung

Anwendungen der Analysis und des Matrizenkalküls auf ökonomische Fragen

- Differenziation multivariater Funktionen, Elastizitäten
- Implizite Funktionen
- Lineare Gleichungssysteme Grundlagen der Statistik

Tabellarische, parametrische und grafische Darstellung eindimensionaler Verteilungen

Zwei- und mehrdimensionale Verteilungen Zeitreihenanalyse

Indizes Wahrscheinlichkeitsrechnung Diskrete und stetige Verteilungen Schätz- und Testverfahren

Ein- und Mehrfachregressionen

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

In dem Modul Mathematik werden Grundlagen und Vertiefungen über ausgewählte Bereiche der Mathematik und Statistik vermittelt. So erhalten die Teilnehmer einen guten Einblick über die Techniken der Mathematik, die sie in den aufgeführten Fächern benötigen. In den Informatikmodulen kommt es dabei zur Anwendung von mathematischen Funktionen oder deren

Programmierung. In den anderen Modulen erfolgen, wenn im Modul Mathematik nicht schon gemacht, die spezifische Anwendung der hier gelehrt Mathematik und Statistik (Unternehmensplanung = lineare Optimierung)

Im Modul Seminar Marktforschung erfolgen ebenfalls statistische Analysen, die auf dem Modul Statistik aufbauen

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Übliche mathematische Kenntnisse eines ingenieur-/naturwissenschaftlichen Erststudium

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 1. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 120 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. M. Schroer

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende/index.html>

1.5 - Managementkompetenz/Human Resource Management

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.5	150 h	6	1. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Managementkompetenz I	24 h	51 h	3
Managementkompetenz II	24 h	51 h	3

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (= Vorlesung) und Praktikum

Gruppengröße

20

Qualifikationsziele

In dieser Veranstaltung sollen die Teilnehmer die theoretischen und praktischen Grundlagen für eine professionelle Kommunikationsbasis erlernen. Des Weiteren sollen sie befähigt werden, Reden und Vorträge zu halten sowie Feedback entgegen zu nehmen und zu geben. Hierzu werden Feedbackregeln vermittelt, die die Teilnehmer zu einer vernünftigen, kritischen Auseinandersetzung befähigen sollen. Als Instrumentarium für Reden und Vorträge sind Präsentationsunterlagen sehr wichtig. Ein weiteres Lernziel ist daher die richtige Visualisierung von Texten, Graphiken und Tabellen in Präsentationen. Die Studierenden können wissenschaftliche Methoden einsetzen, um qualifizierte MA effektiv zu motivieren, führen und zu coachen. Die Studierenden sollen folgende Sachverhalte wissen, verstehen und anwenden können:

- welche Führungsstile und -techniken eingesetzt werden können
- wie Kommunikation/Motivation funktioniert (situationsgerechte Gesprächsführung)
- dass Führung erst bei der eigenen Person anfängt (persönliche Arbeitstechniken)
- welche Forschungsansätze es zur Führung und Motivation gibt

Inhalte

- Kommunikation (national/international)
- Feedback entgegennehmen und Feedback geben
- Sprechen und Reden halten

- Visualisierung als zentrales Element von Präsentationen
- Grundlagen der Führung
- Führungstechniken
- Verhandlungstechniken mit internationalen Partnern,
- Führung von Mitarbeitern in internationalen Konzernen (Diversity Management)
- Führungsstile, -modelle und -theorien
- Sensibilisierung für Kulturunterschiede,
- Informationsprozess über internationale Fremdheitsgrade

Vorlesung: Lernbriefe Ganztägige Seminare:

Fallstudien mit Videoaufnahme und Reflexionsphasen Die Teilnehmer werden Führungssituationen erleben, dabei die Wirkung der eigenen Person in der Gruppe erfahren lernen. Sie werden Führungsaufgaben wahrnehmen und Grundlagen der Kommunikation anwenden.

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Vermittlung von interdisziplinärem Handlungswissen und Methodenkompetenz (der Kommunikationswissenschaft, der Mitarbeiterführung, der Personalentwicklung und der Verhandlungs- und Präsentationstechniken) die für alle Fächer anwendbar ist. Enge Verzahnung mit dem Modul internationales Management, in dem auf die Besonderheiten unterschiedlicher Kulturen eingegangen wird (Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten)

Verwendbarkeit des Moduls

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Hausarbeit am Ende des 2.Semesters Anwesenheitspflicht an 4 von 6 Tagen

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. F. Striewe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

2.1 - Internes Rechnungswesen

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
2.1	125 h	5	2. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
internes Rechnungswesen	16 h	109 h	5

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Vorlesung (= Lernbriefe) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Kostenrechnung dient der Entscheidungsunterstützung für unternehmens- interne Adressaten. Die Teilnehmer sollen ein grundlegendes Verständnis der Kostenrechnung erlangen. Dazu sollen sie Kenntnisse der betriebswirtschaftlichen Werkzeuge und Begriffe der Kostenrechnung kennen lernen, die Fähigkeiten entwickeln, aktiv einfache Praxisfälle in Modellen der Kostenrechnung abzubilden sowie passiv alle Praxis-Anwendungen der Kostenrechnung kritisch zu beurteilen und auszuwerten.

Inhalte

- Einführung in die Kostenrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- Kostenrechnungssysteme
- Normalkostenrechnung
- Plankostenrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung
- Prozesskostenrechnung
- Zero Based Budgeting, Gemeinkostenwertanalyse, Target Costing und Prozesskostenrechnung

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Einblick in die Kalkulation, übergreifender Einblick in die Angebotskalkulation. Nicht allein die technische Lösung steht im Mittelpunkt, sondern auch die Marktfähigkeit. Gerade hier werden die Instrumente vermittelt, die dann z.B. im Modul Marketing im Bereich der Preispolitik, der Preisgestaltung, der Wirtschaftlichkeitsanalyse und der Deckungsbeitragsrechnung eingesetzt werden können.

Eine direkte Verbindung zu dem Modul "Unternehmenssimulation" besteht auch hier durch die Anwendung der erlernten Instrumente, die dann dort im Unternehmenszusammenhang wirken.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 2. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

5/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. A. Uphaus

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende/index.html>

2.2 - Controlling I (Controlling)

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
2.2	125 h	5	2. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Controlling I	16 h	109 h	5

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- erhalten einen Überblick über das Controllingsystem
- lernen die Notwendigkeit der betrieblichen Planung kennen
- können Instrumente der Initiierung und Durchführung des operativen Planungsprozesses sowie der analytische Durchdringung des jeweiligen Führungshandelns anwenden.

Inhalte

- Das System des Controlling
- Controllingbegriff und Controllingaufgaben
- Organisation des Controlling
- Betriebliche Planung und Planungsprozesse
- Methoden der strategischen Planung
- Methoden der operativen Planung

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien und Lernbriefen

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Die strategischen Analyse- und Prognoseinstrumente bilden u.a. die Grundlage für die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Sie stellen damit eine Verknüpfung zu den Modulen: Marketing, Unternehmenssimulation und Managementsysteme her. Die operative

Planung integriert mit der Kostenplanung, der Investitions-, Finanz- und Ergebnisplanung die Module externes und internes Rechnungswesen, Produktionsplanung, Logistik und Informationsmanagement und liefert mit der Budgetierung und den Soll-Ist- Vergleichen die Schnittstelle zur Analyse und Steuerung im Controlling.

Verwendbarkeit des Moduls

Weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 2. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

5/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. A. Uphaus

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

2.3 - Volkswirtschaftslehre

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
2.3	100 h	4	2. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Volkswirtschaftslehre I	8 h	42 h	2
Volkswirtschaftslehre II	8 h	42 h	2

Modulart

Basismodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen die mikroökonomischen und makroökonomischen Grundtheorien verstehen und deren Konsequenzen auf Unternehmen ableiten können. Ursachen von Arbeitslosigkeit, Konjunkturverläufe, Inflations- und Zinsentwicklungen sollen im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang gesehen und beurteilt werden können, um daraus Prognosen für die Zukunft - wissenschaftlich basiert - erstellen zu können.

Inhalte

- Nachfrage der Haushalte
- Markt-/Preisbildung/Marktformen
- Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Volkswirtschaftliche Theorien (Keynesianismus/Monetarismus)
- Volkswirtschaftliche Ziele und Zielkonflikte
- Instrumente der Wirtschaftspolitik (Geldpolitik, Finanzpolitik, Währungspolitik, Außenwirtschaftspolitik)
- Strategische Unternehmensplanung muss internationale Aspekte betrachten (Wirkung des Auslands auf Zinsniveau, Beschäftigung, Preisniveau. Konjunktur; Umwelt)
- Preispolitik internationaler Güter (Beschaffung/Absatz; Wechselkursabsicherung; internationale Zinsdifferenzen)

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

- Auswirkungen der Wirtschaftspolitik auf die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen (Konjunktur-/Finanzpolitik = Nachfrage; Zinsniveau, Finanzierung, Arbeitsmarktpolitik = betriebl. Personalpolitik usw.
- Auswirkungen der Wirtschaftspolitik auf die grenzüberschreitenden Güter, Kapital -und Faktorströme

Verknüpfung zu

- Standortentscheidungen/Betriebsverlagerungen; Beschaffungsplanung
- Investitions- und Finanzierungsentscheidungen
- Außenwirtschaftspolitik mit Bezug auf das Modul Internationales Management
- Beschäftigung und Arbeitslosigkeit aufbauend auf dem Modul Allgemeine BWL zum Thema Personalmanagement

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. F. Striewe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

2.4 - Business Communication

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
2.4	100 h	4	2. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Business Communication I	16 h	34 h	2
Business Communication II	16 h	34 h	2

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Projektstudium: Kombination von Selbststudium und Präsenzunterricht. Gruppenarbeit, Teamarbeit, Partnerarbeit und Diskussionen in den Präsenzphasen und in den Selbststudienphasen mit neuen Medien.

Einzelarbeit mit Analysen und selbständigen Recherchen z.B. im Internet oder in Medienzentren in den Selbststudienphasen.

Rollenspiele, Simulationen und Präsentationen in den Präsenzphasen.

Gruppengröße

20

Qualifikationsziele

Ziel der Ausbildung in englischer Sprache ist die Entwicklung der berufsbezogenen kommunikativen Handlungskompetenz. Die Studierenden sollen Fähigkeiten und Kompetenzen entwickeln, die sie in die Lage versetzen, international zu kommunizieren und zu interagieren. Dazu ist es notwendig, die fachspezifischen englischen Redemittel und Kenntnisse adäquat anzuwenden und sensibel und angemessen auf interkulturelle und situative Besonderheiten zu reagieren sowie wichtige Schlüsselqualifikationen wie interkulturelle Kompetenz, Teamfähigkeit, Selbstlernkompetenz, Medienkompetenz und Sozialkompetenz zu erwerben.

Inhalte

Skills in englischer Kommunikation

1. fachsprachliche Grundlagen:

Prospects / Concept / Company Structure / Personnel / Resources / Financing / Marketing / 3-Year Plan

2. fachsprachlicher Aufbauwortschatz:

Advanced Business Skills: Small Talk / CV (Curriculum Vitae)/ Application / Presentation / Presenting statistics / Meetings / Negotiations / E-mails / Telephoning

3. Schlüsselqualifikationen:

Präsentationstechniken / Teamarbeit / Problemlösungsfähigkeit / Diskussionsfähigkeit / Lern- und Arbeitstechniken/ interkulturelle Kompetenz

4. Methodenkompetenz:

Fähigkeit zur Gestaltung von Problemlösungsprozessen, Projektmanagement

5. Anwendung fachspezifischer Kenntnisse:

Formation of a company (Darstellung bekannter Probleme von Unternehmen in der Fremdsprache):

- Unternehmensplanung (BOB - Build your Own Business)
- Produktentwicklung und -vermarktung
- Unternehmensentwicklung (Finding a niche)
- Eindringen in neue Märkte/Länder

Prüfung:

Zum Ende des 2. Halbmoduls müssen die Studierenden als schriftliche Hausarbeit eine im Team (3 Personen) entwickelte Geschäftsidee einreichen, die zu 30% mit in die Endnote einfließt.

Die Hausarbeit umfasst pro Person eine 4-seitige fokussierte Darstellung des bearbeiteten Aspekts der im Team entwickelten Geschäftsidee und eine detaillierte Begründung der individuellen Entscheidungsprozesse. Zudem sollen ein oder mehrere Werbeträger entwickelt werden, wie Flyer, Poster, Internetseiten, Broschüren etc., was im Rahmen der unter 5. festgelegten Aufgabenstellung erforderlich ist. Dazu gehört auch die Entwicklung eines Slogans in englischer Sprache unter Berücksichtigung interkultureller Besonderheiten.

Ziel der Hausarbeit ist, dass der/die Studierende exemplarisch an einem oder mehreren Aspekten einer Geschäftsidee zeigt, dass er/sie komplexe Sachverhalte angemessen in der Fremdsprache darstellen und vermitteln kann.

Dazu sollen formale Kriterien eingehalten werden, wie logischer Aufbau und korrekte Verwendung fremdsprachlicher Mittel, die im englischsprachigen Raum zum Abfassen schriftlicher Arbeiten Norm sind.

Das Modul schließt mit einer mündlichen Gruppenprüfung, in der die Studierenden sich selbst und ihre Geschäftsidee präsentieren und Chancen und Möglichkeiten dieser Geschäftsidee sprachlich korrekt und gemäß den internationalen Standards angemessen diskutieren.

Die mündliche Note umfasst 70% der Gesamtnote.

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Kommunikation verbindet Kommunikation aus Modul Managementkompetenz

Verknüpfung zu Führung und Motivation, Unternehmensorganisation (Teambildung, Netzwerke, Projektmanagement)

Verknüpfung zu Marketing (internationale Kommunikation; Vertriebswege) und zum internationalen Management.

Verwendbarkeit des Moduls

Dieses Modul ist im Bereich Wirtschaftssprache (advanced learners) und International Communication Skills in anderen Studiengängen mit vergleichbaren Anforderungen einsetzbar.

Teilnahmevoraussetzungen

Empfohlene sprachliche Voraussetzungen sind Kenntnisse, die gemäß den Vorgaben des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens der Stufe B2 entsprechen (<http://www.goethe.de/z/50/commeuro/303.htm>).

Prüfungsform

Kombinationsprüfung:

1. Hausarbeit (studienbegleitend)
2. mündliche Gruppenprüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Teilnahme an einer Simulation während des 1. Halbmoduls sowie Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. F. Striewe / Jutta Sczesny, Hochschuldidaktik und Fernstudienentwicklung:
Sprachenausbildung und Multimedia

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende/index.html>

Sonstige Informationen

Der Kurs bereitet die Studierenden darauf vor, dass am Ende der TOEIC (Test Of English for International Communication), ein standardisierter Nachweis der Englischkenntnisse im beruflichen Kontext auf freiwilliger Basis absolviert werden kann.

3.1 - Seminar Allgemeine BWL

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.1	100 h	4	3. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar BWL	12 h	88 h	4

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Seminar

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studenten sollen in diesem Modul die Inhalte des Moduls allgemeine BWL praxisorientiert an einer konkreten Problemstellung ihres Arbeitgebers anwenden und eine Lösung selbstständig wissenschaftlich erarbeiten. Hierzu soll eine Hausarbeit zu einem aktuellen Thema aus diesem Bereich durch eine Gruppe von 2-3 Studenten erstellt werden. Die Studierenden sollen lernen, die erstellte Hausarbeit mittels geeigneter Medien den anderen Teilnehmern verständlich und überzeugend vorzutragen. Die anschließende Diskussion dient der Vertiefung des Themas und soll die referierenden Studenten gleichzeitig auch in die Lage von Moderatoren versetzen, um einen Einblick in die Moderationstechnik zu erlangen.

Inhalte

Im Seminar sollen die Studenten in Gruppen (2 bis 3 Personen) ein praxisorientiertes Referat zu einem der Themengebiete aus den Fächern "Allg. BWL I" (1. Semester) und "Allg. BWL II" (2. Semester) erstellen und dieses dann in einem 1-tägigen Seminar vortragen. Anschließend betätigen sich die Referenten als Moderatoren zu einer Diskussion zum vorgetragenen Thema. Der Vortrag wird mit Hilfe einer Videokamera aufgezeichnet, um so auch Tipps zum Präsentationsverhalten geben zu können.

Alle Themen sollen mit Hilfe eines Praxisbeispiels erarbeitet werden. Übungen: Präsentation der Hausarbeiten mit moderierter Diskussion

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Zum Halten der Präsentation innerhalb des Seminars sind die erlernten Fähigkeiten aus dem Modul "Managementkompetenz/ Human Resource Management" erforderlich.

- Themenbereiche aus dem Modul Allgemeine BWL werden vertieft und praxisorientiert angewendet.
- Aufgaben eines modernen Personalmanagements (passend zum Modul Allgemeine BWL)
- Outsourcing als Mittel der Wettbewerbsfähigkeit (Vorgriff auf das Modul Seminar Logistik)
- Konkurrenz-/Wettbewerbsforschung (Vorgriff auf das Modul Seminar Marktforschung)

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse aus der allgemeinen BWL

Prüfungsform

Hausarbeit mit Präsentation der Ergebnisse

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung und Anwesenheit am Präsentationstag

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. G. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende/index.html>

3.2 - Investitions- und Finanzierungsmodelle

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.2	100 h	4	3. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Investitions- und Finanzierungsmodelle	16 h	84 h	4

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Vorlesung (= Lernbriefe) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

In der Veranstaltung soll das Verständnis für finanzwirtschaftliche Aufgabenstellungen in Unternehmen gelegt werden und grundlegende Kenntnisse zu deren Lösung vermittelt werden. Die Teilnehmer sollen die Zusammenhänge zwischen Kapitalverwendung und Kapitalbeschaffung und die Aufgaben, Funktionen und Ziele der Investitions- und Finanzierungsrechnung verstehen lernen. Hierbei sollen das Verständnis für investitions- und finanzwirtschaftliche Fragestellungen (Vorgänge der Kapitalbeschaffung und -verwendung) in Unternehmen gelegt und grundlegende Kenntnisse zu deren Lösung vermittelt werden. Die Teilnehmer sollen die Vorteilhaftigkeit von einzelnen Investitionsvorhaben aus finanzwirtschaftlicher Sicht beurteilen können, eine Auswahl zwischen konkurrierenden Investitionsmaßnahmen treffen können und beurteilen lernen, wie lange Investitionen genutzt werden sollen und wann eine alte Anlage durch eine neue ersetzt werden sollte. Ebenso sollen sie den Kapitalbedarf

zur Sicherstellung einer ausreichenden Liquidität ermitteln können, Instrumente zur Kapitalbeschaffung und die Strukturierung der Kapitalbeschaffung beurteilen können. Gefördert werden sollen insbesondere unternehmerisches und vernetztes Denken sowie die Einbeziehung einer rentabilitätsorientierte Bewertung in alle unternehmerischen Tätig- und Entscheidungsbereiche. Um die Qualifikationsziele zu erreichen, werden neben der Vorlesung Übungen angeboten, bei denen die im Selbststudium (Lernbriefe) erworbenen Studieninhalte anhand von Aufgaben gefestigt werden sollen.

Inhalte

- Grundlagen betriebswirtschaftlicher Investitionsentscheidungen
- Statische Investitionsrechenverfahren
- Dynamische Investitionsrechenverfahren
- Neuere Ansätze zur Investitionsrechnung
- Grundlagen betriebswirtschaftlicher Finanzierungsentscheidungen
- internationaler Standards bei der Kreditvergabe

- Ermittlung des Kapital- und Liquiditätsbedarfs
- Langfristige Fremdfinanzierung
- Kurzfristige Fremdfinanzierung
- Leasing und Factoring
- Mischformen der Finanzierung
- Innovative Finanzierungsinstrumente; moderne internationale Finanzierungsinstrumente
- Selbstfinanzierung aus Gewinnen
- Finanzierung aus Abschreibungen, Pensionsrückstellungen und Kapitalfreisetzungen
- internationale (Finanzierungs-)Institutionen
- Zusammenhang zwischen Liquiditäts-; Rendite- und Risikooptimierung (Wechselkurse, translation risks)

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Verbindung einer kaufmännischen Betrachtung mit technischen Alternativen in der Produktion. Der technische Sachverstand führt mithilfe der statischen und dynamischen Investitionsverfahren zu ökonomischer Urteilskraft. Die vermittelten Grundlagen des externen Rechnungswesens (u.a. Bilanzanalyse) legen den Grundstein für die Ermittlung von Kapital- u. Liquiditätsbedarfen von Finanzierungsinstrumenten

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. A. Uphaus

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

3.3 - Controlling II (Wertorientierte Unternehmensführung)

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.3	100 h	4	3. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Controlling II	16 h	84 h	4

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- erhalten einen Überblick über strategisches und operatives Controlling,
- verstehen den Unterschied zwischen strategischem und operativem Controlling,
- können Instrumente des Controlling anwenden,
- lernen die Aufgaben und die Bedeutung des internationalen Controlling kennen.

Inhalte

Aufbauend auf den in den einschlägigen Vorlesungen (= Lernbriefe) erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten werden folgende Themenbereiche vertieft:

- Operatives Controlling als Teil des Controllingsystems, mit seiner Gestaltung von Planungs- und Erfolgskonzepten sowie das Erreichen und die Kontrolle der kurzfristigen Erfolgsziele.
- Handlungsrahmen des Operativen Controlling
- Steuerung durch Kennzahlensysteme
- Kosten- und Erfolgscontrolling
- Strategisches Controlling zur Sicherung der langfristigen Zielsetzung und der Unternehmensexistenz
- Notwendigkeit des Strategischen Controlling
- Organisation des Strategischen Controlling
- Strategische Steuerung durch wertorientierte Unternehmensführung
- Strategische Steuerung durch Risikomanagement

- Instrumente zur Umsetzung von Strategien ins Operative Controlling
- Internationales Controlling: Ergebnis-, Finanz- und Leistungssteuerung international tätiger Unternehmen angesichts besonderer wirtschaftlicher, finanzieller, politischer und kultureller Risiken.
- Balanced Scorecard als Instrument zur Beschreibung, Umsetzung und Kontrolle einer Unternehmensstrategie

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien und Lernbriefen

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Ergänzend zu den in dem Modulen Controlling I behandelten Fragestellungen des "nationalen" Controllings werden die Kenntnisse im internationalen Controlling für KMU vertieft.

Bezugspunkte bilden das externe Rechnungswesen und die International Financial Reporting Standards (IFRS), das interne Rechnungswesen (Plankostenrechnung), die jeweiligen Länderanalysen (Modul internationales Management) sowie die Organisation des Controllings multinationaler Unternehmen. Anknüpfungspunkte existieren auch im Fach Managementsysteme, im Bereich des strategischen und operativen Controllings und Marketings in der Form, dass hier den Studierenden anhand von Fallstudien die Inhalte wertorientierter Unternehmensführung in mittelständischen Unternehmen vermittelt werden sowie die Praxisfähigkeit vollständiger Finanzpläne und wertorientierter Kennzahlen dargestellt wird.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse aus dem Modul Controlling I

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters

Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. A. Uphaus

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

3.4 - Strategisches Management

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.4	100 h	4	3. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Strategisches Management	16 h	84 h	4

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten zur Ermittlung und Analyse strategischer Ziele, Formulierung und Umsetzung von Strategien. Die Teilnehmer erkennen die zunehmende Wichtigkeit strategischer Entscheidungen in globaler werdenden Märkten. Sie sind überblicksartig mit den Konzepten des strategischen Managements vertraut. Sie beherrschen die Instrumente zur Durchführung einer strategischen Analyse (Strategie- und Zielformulierung, Umfeldanalyse, Wettbewerbsanalyse, Ermittlung Kernkompetenzen....). Sie können Strategiealternativen formulieren und systematisch die geeignete Strategiealternative auswählen. Sie kennen Umsetzungs- und Implementierungsmethoden und können diese differenziert nach Geschäftsfeld- und Unternehmensebene umsetzen.

Inhalte

Zunächst wird den Studierenden ein Überblick über die theoretischen Ansätze geboten. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, den Prozess des strategischen Managements mit seinen Aufgabenbereichen:

- Ermittlung strategischer Ziele,
- Strategische Analyse der Umwelt und der Unternehmung,
- Formulierung von Strategien und
- Umsetzung von Strategien beschreiben und analysieren zu können.

Kernelement dieses Moduls stellt der Strategieprozess dar. Er wird in seinen Phasen beschrieben und erläutert. Besonderer Wert wird auf die Erlernung und Anwendung der zugrunde liegenden Instrumente der einzelnen Phasen gelegt.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse aus dem Modul Controlling I

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. F. Striewe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende/index.html>

3.5 - Unternehmenssimulation

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.5	125 h	5	3. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Unternehmenssimulation	16 h	109 h	5

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Anwendung des Unternehmensplanspiels "TOPSIM" im CIP-Pool. Die Studierenden erarbeiten in Gruppen ihre Unternehmensstrategie und setzen diese im Planspiel gegeneinander ein.

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels das Basiswissen der Betriebswirtschaftslehre vertiefen und die Konsequenzen verschiedener Instrumente vernetzt verstehen und anwenden.

Inhalte

Durchführung des Planspiels TOPSIM in mehreren Runden unter kontinuierlicher Moderation durch den Dozenten.

Arbeitsanleitung zum Planspiel.

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Dieses Modul ist in sich schon ein "Integrationsmodul". Gerade die Intention des "Generalisten", dem Denken in Systemzusammenhängen wird im Modul Unternehmenssimulation Rechnung getragen. Durch die vorherige breite Vermittlung von Kenntnissen in allen Modulen gelingt es hier "über den oftmals begrenzten Abteilungshorizont hinauszuschauen", um gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team zu treffen.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur oder mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

5/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. A. Uphaus

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

3.6 - Marketing

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.6	200 h	8	3. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Marketing I	16 h	84 h	4
Marketing II	16 h	84 h	4

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Vorlesung (= Lernbriefe) und Übungen/Fallstudien; Fallbeispiele aus Arbeitsbereichen der Studierenden

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Aufbauend auf den im Modul Allgemeine BWL erworbenen Grundlagenkenntnissen des Marketings sollen die Teilnehmer im strategischen Marketing mittel- bis langfristige Marketinginstrumente kennen und anwenden lernen. Die Teilnehmer sollen aus den individuellen Unternehmenszielen und Marktsituationen entsprechende Marketingstrategien ableiten können, um eine langfristig angelegte, erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens fördern zu können. Dabei sollen die Studierenden befähigt werden, eine sinnvolle Variation verschiedener Strategien zu bilden.

Im operativen Marketing stehen vor allem die kurzfristig angelegten Marketinginstrumente im Vordergrund. Hierzu sollen die Teilnehmer die einzelnen operativen Marketinginstrumente kennen und anwenden lernen. Die Teilnehmer sollen befähigt werden, Zusammenhänge, Synergien und Interdependenzen zwischen den einzelnen Instrumenten zu erkennen und sinnvoll zu nutzen. Dabei sollen diese vor allem auch hinsichtlich der strategischen Ausrichtung des Unternehmens verstanden und entsprechend angewendet werden können.

Die Studierenden können die Marketingstrategie sowie den adäquaten Marketing- Mix im nationalen und internationalen Umfeld zielgerichtet einsetzen.

Inhalte

Strategisches Marketing

- Einführung
- Notwendigkeit von Marketingstrategien
- Aufgaben und Umfang von Marketingstrategien
- Marktfeldstrategien
- Marktstimulation
- Marktparzellierung
- Marktarealstrategien
- Strategiekombinationen
- Strategievariationen
- Umsetzung unterschiedlicher internationaler Produktlebenszyklen in Marketingstrategien (Wasserfall-/Sprinklertheorie)
- Käuferverhalten
- Internationales Käuferverhalten mit Umsetzung in Produkt-/Preis- und insbesondere Kommunikationspolitik

Operatives Marketing

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

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Wichtige Hilfestellungen, ob geplante Strategien überhaupt erfolgreich durchführbar sind, liefern die Module Investitions- und Finanzierungsmodelle sowie Controlling I und II. Kenntnisse aus dem Bereich Controlling sind erforderlich, um die Realisierbarkeit der geplanten Maßnahmen abschätzen zu können.

Um einen industriellen Kaufprozess durchführen zu können, ist Wissen aus dem Modul Internes Rechnungswesen erforderlich.

Auch für die Erstellung von Deckungsbeitragsanalysen und Kennzahlensystemen wird Wissen aus dem Modul Internes Rechnungswesen benötigt.

Für die Ideengewinnung von Neuprodukten werden Methoden im Modul Managementkompetenz/ Human Resource Management (Kreativitätstechniken) vermittelt.

Um für eine Neuproduktidee eine Wirtschaftlichkeitsanalyse durchzuführen und um eine kostenorientierte Preispolitik durchzuführen sind Kenntnisse aus dem Modul Internes Rechnungswesen erforderlich.

Um die Allgemeinen Geschäftsbedingungen festzulegen, ist die Kenntnis des Moduls Wirtschaftsrecht Voraussetzung.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse der allgemeinen BWL und des Controlling I

Prüfungsform

Klausur/ mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 120 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

8/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. G. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

3.7 - Produktionsmanagement

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.7	250 h	8	3. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
PPS I	16 h	84 h	4
PPS II	16 h	84 h	4

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (Vorlesung) und Übungen/Anwendung unter Einsatz von IDES mittels des SAP® R/3® Softwaresystems; Demonstration der Inhalte anhand multimedialer Hilfsmittel (CD-ROM).

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

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

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

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

Inhalte

Lernbriefe:

PPS-Datenhaltung u.a.: Stamm- und Strukturdaten, Bewegungsdaten, Produktionsprogrammplanung, Produktionsbedarfsplanung, Eigenfertigungsplanung und -steuerung, Auftragskoordination, PPS- Controlling.

Übung: Vertiefung der Inhalte der Vorlesung durch Diskussion, Fallbeispiele, Übungen; unter Einsatz von IDES

- Planung
- Steuerung

- Hilfsmittel und Methoden in Planung und Steuerung
 - Randbedingungen und Auswirkungen der Marktentwicklung auf Produktionsunternehmen
 - PPS- Ziele, Zielkonflikte und deren Lösungsansätze
 - Gliederung der Produktionsplanung und -steuerung
 - PPS- Hauptfunktion: Datenverwaltung
 - Funktionalität der Kernaufgaben der PPS
- Funktionalität der Querschnittsaufgaben der PPS Vorlesung: Lernbriefe
Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Die Kenntnisse der Allgemeinen BWL finden auch hier eine vielfältige Beachtung (opt. Bestellmenge, Ressourcenplanung, etc.). Die Planungsinstrumente im Fach Controlling können auch im Fachgebiet der Produktionsplanung und -steuerung Anwendung finden. Anknüpfungspunkte finden sich auch wiederum zum Fach Marketing/Marktforschung, wenn es um die Bedingungen und Auswirkungen der Marktentwicklung geht. Im Rahmen der Produktionsbedarfsplanung und der damit verbundenen Bedarfsbeschaffung werden die Instrumente des internen Rechnungswesens verwandt (Make or buy). Vielfältige Verknüpfungspunkte finden sich auch zum Modul Logistik

Verwendbarkeit des Moduls

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 120 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

10/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. M. Schroer

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.1 - Organisation/Projektmanagement

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.1	150 h	6	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Organisation/Projektmanagement	24 h	126 h	6

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben folgende Fachkompetenzen: Organisation

- Kenntnissen zur strukturschaffenden und strukturausfüllenden Funktion der Organisation
- Beurteilung organisatorischer Lösungen
- Aktuelle Organisationsthemen und Trends erkennen und einordnen können

Projektmanagement:

- Lösen von innovativen Problemstellungen in interdisziplinären Projektgruppen mit dem Schwerpunkt auf Organisationsprojekten
- Kenntnissen und Fähigkeiten zur Planung, Kontrolle und Steuerung komplexer Vorhaben
- Change Management als strategische Führungsaufgabe nutzen können
- Planung und Steuerung des strategischen Wandels

Inhalte

Organisation

- Grundlagen (Begriffe, Unternehmen als soziotechnische Systeme)
- Prozessorganisation (Prozessorientierung, Ziele und Vorgehensmodelle zur Gestaltung von Geschäftsprozessen, Dokumentationstechniken)
- Organisationseinheiten (Arbeitsteilung und Spezialisierung, Stellenbildung und Stellenbesetzung, Arbeitsgruppen)

- Leitungsorganisation (Abteilungsbildung, Koordination, Konfiguration und Leitungsorganisation, Formen der Primärorganisation, Formen der Sekundärorganisation, Dokumentationstechniken)

Projektmanagement:

- Grundlagen des Projektmanagements
- Stufen der Projektabwicklung
- Phasen der Problemlösung
- Planung von Projekten
- Kontrolle und Steuerung von Projekten

- Organisation von Projekten
- Techniken des Projektmanagements
- Konzepte des organisatorischen Wandels
- Changemanagement und Unternehmenskultur
- Die Lernende Organisation als Modell der Zukunft

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe Interdisziplinarität/Vernetzung:

Gerade die Schnittstellenfunktion des Masterabsolventen (Technik - als Studienvoraussetzung - und BWL) wird in diesem Modul zum Ausdruck gebracht, denn die Lösung von Organisationsfragen zwingt zu einer integrierten Sichtweise. Organisation unterstützt als zweckgerichtete Gestaltung betrieblicher Strukturen die klassischen Führungsfunktionen "Gestalten - Lenken - Entwickeln". Organisatorisches Handeln ist in der Betriebspraxis eng vernetzt mit den Funktionen Planung und Kontrolle, Personalmanagement und Informationsmanagement. Zur erfolgreichen Planung, Steuerung und Kontrolle komplexer Vorhaben sind neben der Projektmethodik, neben produktspezifischem und Managementwissen die sozialen Fähigkeiten eines Projektmanagers hinsichtlich Kommunikation und Konfliktmanagement, Teambildung und Motivation ausschlaggebend. Im Modul werden Möglichkeiten und Erfordernisse der Steuerung von Change- und Innovationsprozessen vorgestellt und eingeübt. Die Studierenden können notwendige Veränderungen initiieren und die Innovationsgeschwindigkeit eines Unternehmens positiv verändern. Die in diesem Modul erworbenen Kenntnisse unterstützen die Ausübung von beruflichen Tätigkeiten in internationalen Projekten und in internationalen Unternehmen mit unterschiedlichen Kulturen. Diese Interdisziplinarität äußert sich im Lehrangebot in vielfältigen Berührungspunkten etwa zu den Modulen Seminar BWL, Marktforschung, Produktionsplanung, Logistik, Managementsysteme, aber auch zum Rechnungswesen, Controlling, Managementkompetenz einschließlich Human Resource Management.

Verwendbarkeit des Moduls

Weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters

Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 120 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

6/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. F. Striewe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.2 - Managementsysteme (strategisches Projekt)

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.2	100 h	4	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Managementsysteme	16 h	84 h	4

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (= Vorlesungen) und Übungen

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten zur Beurteilung und zum sachgerechten Einsatz von Managementinstrumenten.

Inhalte

- Übersicht über erfolgreiche Managementkonzepte und ihre Ausprägungen
- Strukturierung der Managementkonzepte hinsichtlich ihrer Problemlösungsfähigkeit für Zwecke der Strategie, Organisation/Prozesse/Qualität, Controlling/Finanzierung, Führung/Personal
- Vermittlung einer integrativen Sichtweise im Wege der Anwendung der Managementkonzepte zur strategischen und operativen Steuerung des gesamten Unternehmens und seiner Teilbereiche

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

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Aufbauend auf den vermittelten Kenntnissen des strategischen Controllings und Marketings können hier Unternehmensstrategien formuliert werden. Die Vernetzung der Module findet in diesem Fach eine besondere Bedeutung, da die erlernten betriebswirtschaftlichen Methoden und Instrumente zusammenfassend in einen Unternehmensaufbau bzw. der Unternehmensanalyse angewendet werden sollen. Abgebildet durch die

Wertschöpfungskette gilt es unternehmerische Wettbewerbsvorteile zu generieren. Das Modul Unternehmenssimulation liefert eine Grundlage auf der operativen Ebene.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Studiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse des Controllings und des strategischen Managements

Prüfungsform

Hausarbeit

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. F. Striewe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.3 - Internationales Management

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.3	125 h	5	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Internationales Management	16 h	109 h	5

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Ziel ist es, die Studierenden zu befähigen, Umfeld, Abläufe und Wirkungen des internationalen Wirtschaftsgeschehens zu begreifen und die verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionen unter dem Aspekt grenzüberschreitender Güter- und Faktorströme zu analysieren. Die Studierenden sollen das Basiswissen erwerben, das für den Vertrieb und die Produktion im Ausland erforderlich ist.

Inhalte

Die Inhalte des Faches sind geprägt durch Exporttechnik, durch Internationales Marketing, Organisation internationaler Unternehmen sowie Berücksichtigung kultureller Unterschiede bei Kunden, Arbeitnehmern, Lieferanten usw. Im Rahmen der Exporttechnik werden internationale Ausschreibungen, Vertragsgestaltung mit und ohne Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen, Zahlungsbedingungen mit Akkreditiven oder Dokumenteninkasso und die Wechselkursabsicherung behandelt, um nur einige Teilbereiche zu nennen. Zum Internationalen Marketing zählen nicht nur die entsprechenden absatzpolitischen Instrumente. Die grundlegenden Kenntnisse für die Gründung einer Niederlassung oder eines Joint Ventures werden erörtert sowie die Gewinnung von Vertriebspartnern im Ausland analysiert.

Weitere Themen:

- Internationale Unternehmens-/Marketingstrategien
- Risikosteuerung in internationalen Geschäften/ Außenhandel
- Formen der internationalen Aktivität (Export, Franchising, Tochterunternehmen)
- Organisation internationaler Unternehmen
- Welthandelsstrukturen und internationale Rahmenbedingungen

- Internationale Institutionen
- Länderanalysen/ internationale Standortwahl

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Internationale Unternehmenszusammenschlüsse werden mit dem Modul Allgemeine BWL verknüpft und näher erläutert; Refinanzierungsmöglichkeiten im Export finden sich im Modul Internes Rechnungswesen und Investitions- und Finanzierungsmodelle wieder; Risikoabwehr (Hedging) mit statistischer Regressionsanalyse im Modul Wirtschaftsmathematik/ Statistik und Auswirkungen auf den Kaufprozess im Modul Marketing sowie im Seminar Vertriebsmanagement.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse der allgemeinen BWL, der strategischen Unternehmensführung und des Controllings

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

5/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. G. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.4 - Datenbanken

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.4	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Datenbanken	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Praktikum

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- können die Möglichkeiten moderner Datenbanktechnologie beurteilen und in der Rolle des Anwenders einsetzen.
- kennen die Konzepte des ER-Modells und können mit ihrer Hilfe Datenbanken modellieren.
- beherrschen die Grundbegriffe des relationalen Datenmodells.
- können Anfragen und Änderungsoperationen mit SQL formulieren.
- können die Qualität eines Datenbankentwurfs beurteilen und kennen Methoden, um sie zu verbessern.
- haben praktische Erfahrungen in der Arbeit mit einem relationalen Datenbanksystem (z.B. Oracle, mySQL, DB2) gesammelt.
- können im Kontext von Theorie und Praxis die betrieblichen Anwendungen von Datenbanksystemen beurteilen.
- wissen, wie man Datenbankprojekte organisiert
- überblicken die Einsatzmöglichkeiten von Datenbanken als Systeme zur Informationsversorgung des Managements

Inhalte

Datenbanken und Informationssysteme

- Grundbegriffe und Eigenschaften von Datenbanken
- Datenmodelle

- Informationssysteme
- Planung von Datenbankprojekten Datenbankmodellierung
- Konzeptionelle Datenmodellierung mit dem ER-Modell
- Das relationale Datenmodell
- Relationale Datenmodellierung Die Datenbanksprache SQL
- Schemadefinition
- Datenmanipulation
- Datenbankabfragen
- Sichten

- Transaktionen

Anwendungen von Datenbanken im Informationsmanagement

- Decision Support Systeme
- Grundlagen des OLAP
- Data Warehouse Systeme
- Data Mining

Vorlesung: Präsenzunterricht/Lernbriefe Praktikum: Präsenzunterricht

Disziplinarität/Vernetzung:

In diesem Modul werden Kenntnisse im Umgang mit und zu den Einsatzmöglichkeiten von Datenbanken vermittelt. Durch den Praxisanteil im Präsenzunterricht erwerben die Teilnehmer die notwendige Handlungskompetenz, um Datenbanken als Systeme im modernen Managementprozess zielgerichtet einzusetzen.

Information werden in Form von Daten in Datenbanksystemen gespeichert und stellen ein entscheidenden Wettbewerbsfaktor von Unternehmen dar. In den Bereichen Marketing, allgemeinen Management und des Controlling basieren Entscheidungen auf Informationen, die aus Datenbanken gewonnen werden. Daher bietet das Modul eine Vielzahl von Anknüpfungspunkten zu nahezu allen Lehrinhalten und Modulen aus den drei genannten Bereichen und ist mit diesen inhaltlich vernetzt.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters

Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. P. Hartel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.5 - Softwareengineering

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.5	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Softwareengineering	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Praktikum/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- lernen die in der industriellen Praxis eingesetzten Methoden zur Problemanalyse und Anforderungsdefinition bei der Durchführung von Software-Projekten kennen, wobei objektorientierte Methoden im Vordergrund stehen. Im Rahmen des Requirements Engineering werden Anforderungen und Problemstellungen mittels geeigneter Techniken analysiert und dokumentiert.
 - können Techniken zur Modellierung von Anwendungsfällen, Klassendiagrammen und zur Durchführung von Software-Projekten anwenden.
- Nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls sind die Studierenden in der Lage, auch komplexe Anforderungen an IT-Abteilungen stellen zu können.

Die Studierenden erwerben folgende Fachkompetenzen:

- Grundlagenwissen über IT-Systeme,
- Bedeutung von IT-Qualität,
- Wissenserwerb über die moderne Software-Entwicklung,
- verschiedene Vorgehensmodelle für die Software-Entwicklung anwenden,
- einer Software-Entwicklung, ihrer Dauer und ihrer Zwischenprodukte in Phasen aufteilen,
- Zusammenhang von Anwendungsfällen und ihrer Umsetzung in IT-Systemen planen,
- Anforderungen an IT-Systeme darstellen.

Die Teilnehmer sollen folgende Methodenkompetenzen erwerben:

- Fähigkeit, Anforderungen an IT-Systeme systematisch zu analysieren und zu spezifizieren,

- Fähigkeit, mittels objektorientierter Analyse einen Problembereich in UML- Notation für ein Software-System zu modellieren.

Inhalte

Einstieg und Übersicht

- Systembegriff
- IT-Qualität und IT-Qualitätsmanagement
- Vorgehensmodelle
- Requirements Engineering

- Entscheidungstabellen
- Anwendungsfälle (Text-Schablone, UML Use Case-Diagramme)
- Objektorientierte Analyse
 - o Objekt- und Klassenbegriff
 - o UML (Klassendiagramme, Objektdiagramme)

Vorlesung: Lernbriefe Übungen: Präsenzunterricht

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. P. Hartel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.6 - Informations- und Kommunikationssysteme

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.6	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Informations- und Kommunikationssysteme	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Praktikum

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben folgende Fachkompetenzen:

- über das Internet und die zugrunde liegende Technologie, TCP/IP- Schichtenmodell und speziell die Protokolle IP, TCP, UDP
- über klassische und moderne Kryptologie
- über Dienste der Anwendungsschicht: E-Mail, WWW, FTP
- über Sicherheitsaspekte und Schutzmöglichkeiten von Diensten der Anwendungsschicht: E-Mail, WWW, FTP
- über Sicherheitsaspekte und Schutzmöglichkeiten im Rahmen allgemeiner Internetnutzung (WLAN, IP)
- über allgemeine Bedrohungen und Schutzmöglichkeiten (Viren, Trojaner etc.)

sowie folgende Methodenkompetenzen:

- Internet-Technologien in die entsprechenden Schichten von TCP/IP-Modell und OSI-Referenzmodell einzuordnen,
- Sicherheitsmechanismen in die entsprechenden Schichten von TCP/IP- Modell und OSI-Referenzmodell einzuordnen,
- fachliche Aufgabenstellungen durch konkrete Internet- und Intranet- Anwendungen für Endbenutzer umzusetzen,
- die Verwendung moderner kryptologischer Verfahren in Internet- Technologien zu beurteilen und anzuwenden (z.B. E-Mail Verschlüsselung, HTTPS, VPN).

- Bedeutung der Sicherheitsproblematik als Querschnittsfunktion im gesamten elektronischen Handel/Datenverkehr kennen lernen,
- Aktuelle Meldungen bezüglich Sicherheitsproblemen im Internet einordnen können.

Inhalte

- Internet Technologie
 - o Die TCP/IP-Protokollfamilie, Protokolle IP und UDP/TCP
 - Kryptologie
 - o klassische Kryptologie

 - o moderne Kryptologie
 - o Kryptologie und Internetsicherheit
 - Inter- und Intranet, Dienste und Anwendungen
 - o Internet- und Intranet-Anwendungen für Endbenutzer: E-Mail, WWW, FTP o Sicherheitsbedrohungen und Schutzmechanismen der Internet- und Intranet-Anwendungen für Endbenutzer: E-Mail, WWW, FTP
 - Dienste und Sicherheit
 - o Gefahren, Angriffe, Risiken
 - o Schutzmechanismen: Firewall, Virens Scanner o WLAN
 - o Verschlüsselung auf der IP-Schicht o Verschlüsselung von Festplatten Vorlesung: Lernbriefe
- Praktikum: Einsatz moderner Software

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters
Klausurdauer lt. Prüfungsplan: 90 Min.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. P. Hartel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.7 - Seminar Vertriebsmanagement

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.7	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar Vertriebsmanagement	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe; praxisorientierte Anwendung im Seminar

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Der nationale sowie internationale Vertrieb technischer und sonstiger Produkte/ Dienstleistungen ist heute in zunehmendem Maß ein komplexer Problemlösungsprozess. Die Studierenden können das Instrumentarium des Vertriebsmanagements zur Realisierung der Vertriebsziele einsetzen, kennen die Risiken im Vertrieb und erfahren, welche Probleme bei der betriebsinternen Koordinierung auftreten und wie diese zu lösen sind. Weiterhin können sie die verschiedenen Organisationsformen des Vertriebes auf ihr Unternehmen anwenden und Beherrschen die Steuerung indirekter Vertriebssysteme und das Vertriebscontrolling.

Inhalte

- Vertrieb als Element der Kommunikationspolitik im Marketing-Mix
- Marketing-Logistik; Absatzkanäle, Kanalkonflikte
- Die Arbeit mit dem Kunden
- Selbstorganisation des Vertriebsmanagers
- Verkaufsförderung
- Entlohnungs-/Motivationssysteme
- Vertriebsorganisationen/-stufen
- Vertriebscontrolling
- Aspekte internationalen Vertriebs (Kunden, Lieferanten)

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Das Modul baut auf den Kenntnissen des Moduls Marketing auf (Vertrieb als Element im Marketing-Mix). Vertriebscontrolling stellt eine Verknüpfung zum Modul Controlling dar. Zusammenhänge zum Thema Logistik und Wertschöpfungsketten (Managementsysteme)

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Allgemeine Kenntnisse der BWL und Kenntnisse des Moduls Marketing

Prüfungsform

Hausarbeit am Ende des 4. Semesters (Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung: 100% Anwesenheit an den Blocktagen)

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. G. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/Lehrende>

4.8 - Seminar Marktforschung

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.8	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar Marktforschung	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe; praxisorientierte Anwendung im Seminar

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer sollen in diesem Modul die erlernten theoretischen Inhalte der Marktforschung praxisorientiert anwenden können. Dazu werden Projekte mit interessierten Unternehmen durchgeführt, die von den Studierenden gelöst und präsentiert werden. Die Studierenden erlernen so die praxisnahe Herangehensweise zur Lösung solcher Projekte. Die Auswertung der Analyseergebnisse erfolgt mit der Marktforschungssoftware SPSS. Nach erfolgreicher Arbeit im Seminar sind die Studierenden selbst in der Lage, Marktforschungsstudien in Auftrag zu geben, Angebote qualitativ und kostenmäßig zu bewerten sowie eigenständig Marktforschungsprojekte zu initiieren, durchzuführen, auszuwerten, zu präsentieren und die Ergebnisse in marketingorientierte Maßnahmen umzusetzen.

Inhalte

- Im Seminar werden Marktforschungsprojekte praxisorientiert realisiert, d. h. zum einen werden herstellerunabhängige Marktstudien durchgeführt, zum anderen können Unternehmen, bei denen die Studierenden beschäftigt sind, solche Projekte in Auftrag geben. Zudem wird die Marktforschungssoftware SPSS im PC Labor erlernt und angewandt.
- Grundlage der theoretischen Vermittlung im Selbststudium sind die Lernbriefe zum Thema Marktforschung und die Arbeitsanleitung zum Seminar Marktforschung mit Anweisungen zum Umgang mit der Anwendungssoftware SPSS.

- Die Studierenden durchlaufen alle Phasen dieses Projektes von der Erstellung des Untersuchungsdesigns, über den Entwurf des Fragebogens, der Durchführung der Datenerhebung (meistens Mail oder Telefoninterview), Eingabe der Fragebogendaten mittels SPSS, Auswertung und Interpretation der Ergebnisse, Erstellen der Präsentation, Marktforschung im internationalen Umfeld, Quellen von Sekundärmarktforschung auf internationalem Gebiet.

Interdisziplinarität/Vernetzung:

- Die Studierenden bereiten diese Ergebnisse im Rahmen einer Präsentation auf und entwickeln - basierend auf den Marktforschungsergebnissen und den Kenntnissen aus dem Modul Marketing - unternehmensbezogene Lösungsvorschläge (Unternehmensplanung, Marketingstrategie).
- zur Bearbeitung der Adressdatei ist Wissen aus dem Modul Datenbanken hilfreich.
- für die Stichprobenauswahl und die Auswertung der Daten sind Kenntnisse aus dem Modul Statistik erforderlich.
- die Erstellung der Präsentation erfordert Wissen aus dem Modul Managementkompetenz.
- Für den Ablauf des Seminars sind Kenntnisse im Projektmanagement unerlässlich.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse der Allgemeinen BWL sowie der Grundlagen der Marktforschung

Prüfungsform

Hausarbeit am Ende des 4. Semesters (Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung: 100% Anwesenheit an den Blocktagen)

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. G. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.9 - Seminar E-Commerce

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.9	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar E-Commerce	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe; praxisorientierte Anwendung im Seminar

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- lernen die Anwendungen des Internet mit ihren Möglichkeiten und Grenzen kennen und einschätzen. Dabei stehen neben dem Internet und dem WWW die Begriffe Web 2.0 und Semantic Web im Mittelpunkt der Betrachtung.
- setzen sich in diesem Modul mit den betriebswirtschaftlichen Aspekten des E-Commerce auseinander und wissen im Anschluss, wodurch sich E-Commerce und E-Business unterscheiden und in welche Kategorien die Aktivitäten im Bereich des E-Commerce unterteilt werden.
- kennen die typischen Geschäftsmodelle des E-Commerce und wissen über die Besonderheiten des M-Commerce. Das Wissen über Bezahlsysteme im Internet ist ein weiterer Baustein in diesem Modul.

Am Ende der Veranstaltung kennen die Teilnehmer die Besonderheiten des E-Commerce im Kontext der Bereiche Technologie, Organisation und Management und sind in der Lage, eine bestehende E-Commerce-Strategie zu analysieren und kritisch zu bewerten. In den Praktikumsveranstaltungen konzipieren, präsentieren und diskutieren die Studierenden eigenständig E-Commerce-Lösungen. Dazu werden Fallstudien im Team bearbeitet.

Inhalte

Grundlagen des eCommerce

- Definition und Abgrenzung E-Commerce und E-Business
- Technologische Besonderheiten des elektronischen Handels

- E-Commerce Taxonomie Geschäftsmodelle und Konzepte
- Modelle im Bereich Business-to-Consumer (B2C)
- Modelle im Bereich Business-to-Business (B2B)
- Sonderformen des E-Commerce (C2C, P2P, M-Commerce, ?)
- Einfluss des Internet auf Strategie, Struktur und Prozesse von Unternehmen Technologie des Internet
- Hypertext und Markup Languages (SGML, HTML, XML, ?)
- Anwendungen des Internet und Web 2.0
- Bausteine einer E-Commerce-Web-Seite

Bezahlen im Internet

- Arten von Bezahlssystemen
- Kreditkarten-Transaktionen
- Digital Bezahlssysteme Sicherheit
- Zielkonflikt Sicherheit und Nutzbarkeit
- Gefahren und Risiken
- Technische Lösungen Marketing
- Nutzerverhalten im E-Commerce
- Internet Technologie und Business Intelligence
- Marketing-Kommunikation im Internet Anwendungen des E-Commerce
- Handel im Internet
- Online-Dienstleistungen
- B2B und Supply-Chain-Management
- Auktionen, Portale und Communities
- Online-Content-Provider

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Geschäfte elektronisch mit Hilfe des Internets abzuwickeln ist das Kernthema dieses Moduls. Unternehmen werden im Hinblick auf ihre E-Commerce Strategie untersucht. Wettbewerbssituationen werden analysiert; dabei sind insbesondere Kenntnisse aus den Modulen Unternehmensplanung, Marketing (Vertrieb) und Projektmanagement wichtig.

Als "manager engineer" ist es wichtig zu wissen, ob und wie ein Unternehmen davon profitieren kann, Geschäfte elektronisch abzuwickeln. Weitere Verbindungspunkte sind zu dem Fach Managementsysteme (Wertschöpfungsketten) gegeben.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudium Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Kenntnisse der Allgemeinen BWL; Grundlagen des Marketings und des strategischen Managements

Prüfungsform

Hausarbeit am Ende des 4. Semesters

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. P. Hartel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.10 - Seminar Produktionsplanung

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.10	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Produktionsplanung	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Projektstudium:

Kombination von Selbststudium (Lernbriefe) und Präsenzunterricht Gruppenarbeit, Teamarbeit,

Demonstration der integrierten Funktionalitäten des Moduls PP anhand multimedialer Hilfsmittel (CD-ROM) teilweise unter Einbindung von Referenten aus der Praxis.

Praktikum am SAP IDES®-System (Modellunternehmen) mit Dokumentation und Präsentation.

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen die betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Zusammenhänge der integrierten Produktionsplanung am Beispiel des Moduls PP von SAP® erlernen. Sie sollen die zugehörigen Funktionalitäten abgrenzen, verstehen und anwenden können.

Inhalte

Praktikum: Prozessorientierte Erläuterung der integrierten Funktionalitäten des Moduls PP, Praktische Vertiefung am SAP® -System anhand von Fallbeispielen des Moduls PP

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Anhand praktischer Beispiele wird die Produktionsplanung mittels SAP demonstriert. Es findet eine praktische Umsetzung des erlernten Wissens aufbauend aus dem Modul Produktionsmanagement statt, sodass auch hier die obigen Vernetzungen zu anderen Fächern greifen.

Verwendbarkeit des Moduls

andere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Hausarbeit am Ende des 4. Semesters (Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung: 100% Anwesenheit an den Blocktagen)

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Hausarbeit

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. M. Schroer

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>

4.11 - Seminar Logistik

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.11	75 h	3	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar Logistik	16 h	59 h	3

Modulart

Wahlmodul

Lehr- und Lernformen

Projektstudium: Kombination von Selbststudium (Lernbriefe) und Präsenzunterricht, Gruppenarbeit, Teamarbeit.

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen folgende Sachverhalte wissen und verstehen:

- Denkansatz der Logistik
- Ziele und Zielkonflikte der unternehmensinternen Logistik
- Materialflussgestaltung, Informationslogistik
- Funktionale Logistik: Beschaffung, Produktion und Distribution

Bearbeitung von Projekten mit den in der Logistik gebräuchlichen Analysehilfsmitteln und Bewertung und Ausarbeitung logistischer Systeme. Die Studierenden sollen die Instrumente in diesem Bereich sicher und praxisorientiert anwenden können.

Im Zuge des Aufbaus globaler Unternehmensnetzwerke und der zunehmenden internationalen Verflechtung gewinnen Fragen der Materialflusstechnik und Logistik, Probleme der Gestaltung von unternehmensübergreifenden Logistikketten (Supply Chain) sowie der Einsatz von Verkehrsträgern weiter an Bedeutung.

Inhalte

Lernbriefe: Bedeutung der Logistik, Ziele und Zielkonflikte, Aufgaben der Logistik, Materialflussgestaltung, Informationslogistik und Datenträger, Beschaffungslogistik, Produktionslogistik, Distributionslogistik, Organisatorische Einbindung der Logistik.
 Übung: Vertiefung der Inhalte der Vorlesung durch Diskussion, Fallbeispiele, Übungsaufgaben.

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Ausgehend vom technischen Kernbereich der Materialflusstechnik und der Logistik, das in Richtung Produktion durch das Modul Produktionsmanagement ergänzt wird, erfolgt auf dem Gebiet der betriebswirtschaftlichen Module eine Schwerpunktbildung mit den Modulen Organisation/Projektmanagement, Controlling I und II, und Vertriebsmanagement.

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Hausarbeit am Ende des 4. Semesters (Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung: 100% Anwesenheit an den Blocktagen)

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Hausarbeit

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. M. Schroer

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/lehrende>