

Modulhandbuch

Master of Business Administration - MBA im weiterbildenden Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft

Start: SS_2010

Stand: 22.03.2012

Inhaltsverzeichnis

1.1 - Allgemeine BWL I	3
1.2 - externes Rechnungswesen	7
1.3 - Datenbanken	9
1.4 - Wirtschaftsrecht	11
1.5 - Managementkompetenz/Human Resource Management	13
1.6 - Wirtschaftsmathematik/Statistik	15
2.1 - Internes Rechnungswesen	19
2.2 - Planung und Controlling	21
2.3 - Internationales Management	23
3.1 - Marketing	25
3.2 - Produktionsmanagement	29
3.3 - Investitions- und Finanzierungsmodelle	31
3.4 - Seminar BWL	33
3.5 - Volkswirtschaftslehre	35
3.6 - Internationales Vertragsrecht	37
3.7 - Interkulturelles Management	41
3.8.1 - Controlling	45
3.8.2 - Unternehmenssimulation	47
3.8.3 - E-Commerce	49
4.1.1 - Seminar Marktforschung	53
4.1.2 - Seminar Vertriebsmanagement	55
4.2.1 - Produktionsplanung	57
4.2.2 - Seminar Logistik	59
4.3 - Projekt-/Changemanagement/Organisation	61
4.4.1 - Informations- und Kommunikationssysteme	65
4.4.2 - Softwareengineering	67
4.5 - Managementsysteme	69

1.1 - Allgemeine BWL I

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.1	225 h	9	1. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Unternehmensprozesse	8 h	92 h	4
Grundlagen des Marketing	8 h	117 h	5

Modulart

Basismodul

Lehr- und Lernformen

Vorlesung und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen sollen in der Veranstaltung Unternehmensprozesse 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 fundamentaler Überblick über das Ineinandergreifen der einzelnen Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre gegeben.

In der Veranstaltung Grundlagen des Marketings wird den Studierenden 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

a) Unternehmensfunktionen

- Bedeutung des Betriebes in der sozialen Marktwirtschaft der BRD
- Unternehmensziele
- Unternehmensziele betrachten nationale und internationale Aspekte; Interessenkonflikte Stammkonzern; internationale Töchter
- Unternehmensführung/-organisation
- Planungs-, Steuerungs- und Kontrollsysteme
- Globaler Einblick in betriebliche Abläufe, Z. B make or buy Entscheidungen; Lieferantenauswahl (Berücksichtigung internationaler Risiken)
- Personalmanagement/Grundlagen Arbeitsrecht
- Rechtsformen der Unternehmen/Unternehmenszusammenschlüsse
- Internationale Aspekte und Entscheidungsverfahren bei der Standortwahl
- Produktion
- Hinweise auf Zoll- und andere Vorschriften bei internationaler Beschaffung und Vertrieb

- Produktions- und Kostenmodelle
 - Grundlagen der Kostentheorie
 - b) Grundlagen des Marketing
 - Marketingziele
 - Entwicklung und Auswahl von Marketingstrategien
 - Marktforschung/Analyse der Marketingchancen
 - Marketingplan
 - Marketinginstrumente
 - Beschreibung des Käufer- und Verkäufermarktes aus internationalen Perspektiven
- Vorlesung: Lernbriefe
 Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudie und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

- Lernbereiche Unternehmensziele und Unternehmensführung bereiten auf die Module Managementkompetenz vor
- Lernbereiche Unternehmensorganisation, Planungs-/Steuerungs- und Kontrollsysteme und Entscheidungstechniken bereiten auf das Planung und Controlling vor
- Lernbereiche Personalmanagement bereiten auf das Modul Managementkompetenz/Human Resource Management vor
- Lernbereich Produktion bereitet auf das Modul Produktionsplanung- und steuerung vor
- Lernbereich der Kostentheorie bereitet auf das Modul Internes Rechnungswesen vor
- Lernbereiche Marketingziele, Entwicklung von Marketingstrategien, Auswahl von Marketingstrategien, Analyse der Marketingchancen, der kurzfristige Marketingplan, Marketinginstrumente bereiten auf das Modul im Schwerpunkt Marketing (3. Semester) vor
- Erläuterung der Rechtsformwahl und Arbeitsrecht wird mit dem Modul Wirtschaftsrecht verknüpft, Arbeitsrecht steht in Zusammenhang zu personalpolitischen Entscheidungen aufgrund von Unternehmenszielen

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 2. Semesters

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

9/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/BwINeu.html>

Sonstige Informationen

keine

1.2 - externes Rechnungswesen

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.2	100 h	4	1. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
externes Rechnungswesen	16 h	84 h	4

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/Teilnehmerinnen 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

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. Hufnagel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/ExRewe.html>

1.3 - Datenbanken

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.3	75 h	3	1. Semester	1 Semester

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

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Praktikum

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen können die Möglichkeiten moderner Datenbanktechnologie beurteilen und in der Rolle des Anwenders/der Anwenderin einsetzen. Dazu

- kennen sie die Konzepte des ER-Modells und können mit ihrer Hilfe Datenbanken modellieren.
- beherrschen sie die Grundbegriffe des relationalen Datenmodells.
- können sie Anfragen und Änderungsoperationen mit SQL formulieren.
- können sie die Qualität eines Datenbankentwurfs beurteilen und kennen Methoden, um sie zu verbessern.
- haben sie praktische Erfahrungen in der Arbeit mit einem relationalen Datenbanksystem (z.B. Oracle, MySQL, DB2) gesammelt.
- können sie im Kontext von Theorie und Praxis die betrieblichen Anwendungen von Datenbanksystemen beurteilen.
- wissen sie, wie man Datenbankprojekte organisiert.
- überblicken sie 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
- Das relationale Datenmodell
- Relationale Datenmodellierung

Die Datenbanksprache SQL

- Schemadefinition
- Datenmanipulation
- Datenbankabfragen
- Sichten

- Transaktionen
- Anwendungen von Datenbanken im Information Management
- Decision Support Systeme
 - Grundlagen des OLAP
 - Data Warehouses
 - 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/Teilnehmerinnen 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 1. Semesters

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. Bramseemann

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Datenbanken.html>

1.4 - Wirtschaftsrecht

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

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

Modulart

Basismodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (= Vorlesung) und Übungen

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen 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

Disziplinarität/Vernetzung:

- o die Grundzüge des Vertragsrecht sind relevant für die Aufstellung Allgemeiner Geschäftsbedingungen und den Industriellen Kaufprozess (Grundlagen Marketing)
- o der Lernbereich Handelrecht 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

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. Gronau

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/WirtRecht.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

25

Qualifikationsziele

In dieser Veranstaltung sollen die Teilnehmer/Teilnehmerinnen 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/Teilnehmerinnen 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/Mitarbeiterinnen 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/Teilnehmerinnen 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) das für alle Fächer anwendbar ist. Enge Verzahnung mit dem Modul interkulturelles 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 2 von 3 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. Hufnagel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Managementk.html>

1.6 - Wirtschaftsmathematik/Statistik

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
1.6	100 h	4	1. Semester	1 Semester

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

Modulart

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. neuere 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/Teilnehmerinnen 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/Teilnehmerinnen 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 Gesundheitswesen, 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 Informatikfächern kommt es dabei zur Anwendung von mathematischen Funktionen oder deren Programmierung. In den anderen Fächern 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 ingenieurwissenschaftlichen Erststudium

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 1. Semesters

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. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre
<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/MatheStatistik.html>

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 und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Kostenrechnung dient der Entscheidungsunterstützung für unternehmensinterne Adressaten. Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen 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 Fach Marketing im Bereich der Preispolitik, der Preisgestaltung, der Wirtschaftlichkeitsanalyse und der Deckungsbeitragsrechnung eingesetzt

werden können.

Eine direkte Verbindung zu dem Wahlfach "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

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 2. Semesters

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. Hufnagel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/IntRewe.html>

2.2 - Planung und Controlling

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

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Planung und Controlling	16 h	109 h	5

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen sollen typische Controllinginstrumente kennen lernen und zielgerecht anwenden können. Entsprechend dem Grundverständnis des Controllings umfassen diese Planungs-, Analyse- und Steuerungsinstrumente zur Unterstützung der strategischen und operativen Unternehmensführung. Schwerpunkte bilden die Initiierung und Durchführung des operativen Planungsprozesses sowie die analytische Durchdringung des jeweiligen Führungshandelns.

Inhalte

- Betriebliche Planung und Planungsprozesse
- Methoden der strategischen Planung
- Methoden der taktischen Planung
- Methoden der operativen Planung
- Das System des Controlling
- Das operative Controllinginstrumentarium
- Behandlung internationaler Perspektiven durch die Darstellung unterschiedlicher kultureller Managementsysteme, anderer Leitbilder und Visionen, der damit veränderten Risikobereitschaft und anderer Risikomanagementsysteme.
- Fallstudie Planung und Steuerung

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien und Lernbriefen

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Die strategischen Planungsinstrumente bilden u.a. die Grundlage für die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Sie stellen damit direkt eine Verknüpfung zu den Fächern: Managementsysteme, Marketing und Produktionsplanung her. Die planerische Komponente der Budgetierung liefert die Schnittstelle zur Analyse und Steuerung im Controlling, ähnlich wie die operativen Planungsinstrumente Verbindungen zu den Fächern: Internes Rechnungswesen, Produktionsplanung und Logistik schaffen. Das operative

Controlling stellt mit der Kostenplanung , der Investitions-, Finanz- und Ergebnisplanung, mit Soll-Ist-Vergleichen enge Verknüpfungen zu den Inhalten des externen und internen Rechnungswesens her.

Verwendbarkeit des Moduls

Weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 2. Semesters

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. Bramseman

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/PlanungControlling.html>

2.3 - Internationales Management

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
2.3	100 h	4	2. Semester	1 Semester

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

Modulart

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, die Dokumente des Außenhandels und 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
- Risikoabwehr in internationalen Geschäften
- Formen der internationalen Aktivität (Export, Franchising, Tochterunternehmen)
- Organisation internationaler Unternehmen
- Welthandelsstrukturen und internationale Rahmenbedingungen
- Internationale Institutionen
- Risikoabsicherung im Außenhandel
- Verkehrswirtschaftliche Absicherung im Außenhandel, Länderanalysen

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Internationale Unternehmenszusammenschlüssen werden mit dem Modul

Unternehmensprozesse verknüpft und näher erläutert

Verknüpfung des Thema Exportes mit dem Modul Internationales

Vertragsrecht

Refinanzierungsmöglichkeiten im Export finden sich im Modul

Rechnungswesen wieder

Risikoabwehr (Hedging) mit statistischer Regressionsanalyse und

Auswirkungen auf den Kaufprozess (Marketing und Vertrieb)

Verwendbarkeit des Moduls

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 2. Semesters

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. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/InternatManagement.html>

3.1 - Marketing

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.1	250 h	10	3. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Strategisches Marketing	16 h	109 h	5
Operatives Marketing	16 h	109 h	5

Modulart

Lehr- und Lernformen

Vorlesung und Übungen/Fallstudien; Fallbeispiele aus Arbeitsbereichen der Studierenden

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

3.1.1 Strategisches Marketing

Aufbauend auf den in BWL I erworbenen Grundlagenkenntnissen des Marketings sollen die Teilnehmer/Teilnehmerinnen in diesem Modul mittel- bis langfristige Marketinginstrumente kennen und anwenden lernen. Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen 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.

3.1.1 Operatives Marketing

In diesem Modul stehen vor allem die kurzfristig angelegten Marketinginstrumente im Vordergrund. Hierzu sollen die Teilnehmer/Teilnehmerinnen die einzelnen operativen Marketinginstrumente kennen und anwenden lernen. Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen sollen befähigt werden, Zusammenhänge, Synergien und Interpendenzen 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.

Inhalte

3.1.1 Strategisches Marketing

- Einführung
- Notwendigkeit von Marketingstrategien
- Aufgaben und Umfang von Marketingstrategien
- Marktfeldstrategien
- Marktstimulation
- Marktparzellierung
- Marktarealstrategien
- Strategiekombinationen

- Strategievariationen
- Umsetzung unterschiedlicher internationaler Produktlebenszyklen in Marketingstrategie (Wasserfall-/Sprinklertheorie)
- Käuferverhalten
- Internationales Käuferverhalten mit Umsetzung in Produkt-/Preis- und insbesondere Kommunikationspolitik

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht und Lernbriefe

3.1.2 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 das Modul Investitions- und Finanzierungsmodelle sowie Planung und Controlling.

Das Wissen aus dem Seminar Marktforschung bildet die Grundlage für die Erkennung von Marketingmaßnahmen. Kenntnisse aus dem Bereich Planung und 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

Für die Erstellung von Deckungsbeitragsanalysen und Kennzahlensysteme wird Wissen aus Modul Internes Rechnungswesen benötigt

Für die Ideengewinnung von Neuprodukten werden Methoden im Modul Managementkompetenz (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, insbesondere Vertragsrecht Voraussetzung zum Thema Internetwerbung sind Kenntnisse aus dem Modul Informations- und Kommunikationssysteme hilfreich

bei den Auswahlverfahren der Stichproben und der Datenauswertung innerhalb der Marktforschung sind Kenntnisse aus dem Modul Statistik erforderlich

Verwendbarkeit des Moduls

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur / mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

10/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Marketing.html>

3.2 - Produktionsmanagement

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.2	250 h	10	3. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
PPS I	16 h	109 h	5
PPS II	16 h	109 h	5

Modulart

Basismodul

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

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung

Stellenwert der Note in der Endnote

10/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. Gronau

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Produktionsmanagement.html>

3.3 - Investitions- und Finanzierungsmodelle

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

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Neue Investitions- und Finanzierungsmodelle	16 h	84 h	5

Modulart

Lehr- und Lernformen

Vorlesung 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/Teilnehmerinnen 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/Teilnehmerinnen 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 in der Vorlesung 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

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. Hufnagel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Finanzierungsmodelle.html>

3.4 - Seminar BWL

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.4	75 h	3	3. Semester	1 Semester

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

Modulart

Lehr- und Lernformen

Seminar

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen in diesem Modul die Inhalte des Moduls allgemeine BWL praxisorientiert an einer konkreten Problemstellung ihres Arbeitgebers/iher Arbeitgeberin anwenden und eine Lösung selbstständig wissenschaftlich erarbeiten. Hierzu soll ein Referat zu einem aktuellen Thema aus diesem Bereich durch eine Gruppe von 2-3 Studenten erstellt werden. Die Studierenden sollen lernen, das erstellte Referat mittels geeigneten Medien den anderen Teilnehmern/Teilnehmerinnen verständlich und überzeugend vorzutragen. Die anschließende Diskussion dient der Vertiefung des Themas und soll die referierenden Studierenden gleichzeitig auch in die Lage von Moderatoren versetzen, um einen Einblick in die Moderationstechnik zu erlangen. Der Vortrag sowie die anschließende Diskussion wird mittels einer Videokamera aufgenommen, um den Studierenden ihr Präsentationsverhalten vor Augen führen und Tipps zur Verbesserung geben zu können.

Inhalte

Im Seminar sollen die Studierenden in Gruppen (2 bis 3 Personen) ein praxisorientiertes Referat zu einem der Themengebiete aus den Fächern "Unternehmensprozesse" (1. Semester) und "Grundlagen des Marketing" (2. Semester) erstellen und dieses dann in einem 2-tägigen Blockseminar 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.

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht

Interdisziplinarität/Vernetzung:

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

- Themenbereiche aus dem Modul Allgemeine BWL werden vertieft und

praxisorientiert untersucht

- Aufgaben eines modernen Personalmanagements (passend zu Modul Allgemeine BWL)
- Outsourcing als Mittel der Wettbewerbsfähigkeit (schon ein Vorgriff auf das Modul Logistik)
- Konkurrenz-/Wettbewerbsforschung (schon ein Vorgriff auf das Modul Seminar Marktforschung)

um sich das Seminar organisatorisch gut einzuteilen sind Kenntnisse Modul Projekt-Change-Management/Organisation sehr hilfreich

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Hausarbeit mit Präsentation der Ergebnisse

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Prüfungsleistung und Anwesenheit an beiden Blocktagen

Stellenwert der Note in der Endnote

3/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Seminar_BWL.html

3.5 - Volkswirtschaftslehre

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.5	100 h	4	3. Semester	1 Semester

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

Modulart

Basismodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe und Fallstudien/seminaristischer Unterricht

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 grenzüberschreitender 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 Unternehmensprozesse zum Thema Personalmanagement

Verwendbarkeit des Moduls

Verbundstudiengang Technische Betriebswirtschaft sowie weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters

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. Gronau

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/VWL.html>

3.6 - Internationales Vertragsrecht

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.6	100 h	4	3. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Internationales Vertragsrecht	16 h	84 h	4

Modulart

Lehr- und Lernformen

Vorlesung und Übungen/Fallstudien; Problemstellungen aus dem Aufgabenbereich der Arbeitgeber der Studierenden

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen die im 1. Semester grundlegenden nationalen Kenntnisse des Vertragsrechts (Privatrechts) international anwenden und einordnen können. Sie lernen, Verträge mit Auslandsberührung einzuordnen. Sie beschäftigen sich mit Kaufverträgen deutscher Unternehmen nach den Regeln des UN-Kaufrechts (Convention of International Sales of Goods).

Nachrangig wenden sie die Vorschriften des Internationalen Privatrechts an, insbesondere den Grundsatz der freien Rechtswahl und bestimmen das mangels Rechtswahl anzuwendende Recht. Im Internationalen Handelsrecht wird die kaufvertragliche Dimension um Aspekte der globalen Vertriebssysteme erweitert. Ferner erwerben die Studierenden Kenntnisse im Europäischen Wirtschaftsrecht mit Blick auf den Gemeinsamen Markt in der Europäischen Union.

Exemplarisch wird auf den elektronischen Geschäftsverkehr eingegangen und insbesondere die eCommerce-Richtlinie der EU behandelt. Ausgehend von den medienrechtlichen Grundsätzen werden Informations- und Kommunikationsdienste im Internet von den alten Medien (Presse und Rundfunk) abgegrenzt. Für das Angebot von Internet-Diensten mit Sitz in der EU ist das Herkunftslandprinzip einschlägig. Im Fernabsatz gelten europaweit spezielle Verbraucherschutzregelungen. Unternehmer haben für den elektronischen Geschäftsverkehr eine Reihe von Pflichten zu beachten. Aus diesen rechtlichen Rahmenbedingungen können die Studierenden eine Check-Liste für einen kommerziellen Internet-Auftritt erstellen. Sie lernen wirtschaftliche Aktivitäten im Internet mit dem Ziel der Vorbereitung und des Abschlusses von Verträgen einzuschätzen und zu bewerten.

Inhalte

Inhalte:

1 Internationales Vertragsrecht

- 1.1 Internationales Privatrecht gem. Art. 27-37 EGBGB
- 1.2 Der Grundsatz der freien Rechtswahl
- 1.3 Anwendbares Recht beim Fehlen einer Rechtswahl
- 1.4 Verbraucherverträge gem. Art. 29 EGBGB
- 1.5 Internationale Warenkaufverträge/UN-Kaufrecht
- 1.6 Lizenzierung und Technologietransfer/Internationale Lizenzverträge
- 1.7 Franchising und Joint Venture

- 2 Internationales Handelsrecht
 - 2.1 Vertriebssysteme (Handelsvertreter, Makler etc.)
 - 2.2 Fracht- und Speditionsverträge
 - 2.3 Internationale Handelsklauseln/Incoterms
 - 2.4 Internationale Handelsgesellschaften

- 3 Europäisches Wirtschaftsrecht
 - 3.1 Der Gemeinsame Markt
 - 3.2 Die europäischen Grundfreiheiten
 - 3.3 Die europäische Wettbewerbsordnung
 - 3.4 Europäisches Arbeits- und Sozialrecht
 - 3.5 Europäischer Verbraucherschutz
 - 3.6 Europäische Wirtschafts- und Währungspolitik

- 4 Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs
 - 4.1 Medienrechtliche Grundsätze
 - 4.2 Informations- und Kommunikationsdienste
 - 4.3 Herkunftslandprinzip in der EU
 - 4.4 Fernabsatzverträge und Verbraucherschutz
 - 4.5 Unternehmerpflichten im eCommerce
 - 4.6 Werberecht im Internet

4.7 Datenschutz im Internet

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien und Lernbriefe

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Verknüpfung zum Modul Wirtschaftsrecht (Vertragsrecht)

Europäische Wirtschafts- und Währungspolitik ergänzend zum Modul

Volkswirtschaftslehre (Währungspolitik)

Ansätze von E-Commerce in Verbindung mit dem Modul E-

Commerce(Telekommunikationsgesetz)

Verknüpfung zum Thema Kommunikation und Vertrieb im Modul Marketing

(Grenzen/Möglichkeiten der Internetwerbung und Vertrieb via Internet)

Verwendbarkeit des Moduls

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur oder mündliche Prüfung am Ende des 3.Semesters

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. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/InternationalesVertragsrecht.html>

3.7 - Interkulturelles Management

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.7	100 h	4	3. Semester	2 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Interkult. Management 1	16 h	34 h	2
Interkult. Management 2	16 h	34 h	2

Modulart

Basismodul

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 selbständige 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

Lernbriefe:

BOB - Build your Own Business (CD-ROM)

- fachsprachlicher Aufbauwortschatz
Advanced Business Skills: Small Talk / CV (Curriculum Vitae) / Application / Presentation / Presenting statistics / Meetings / Negotiations / E-mails / Telephoning
- fachspezifische Kenntnisse
Formation of a company (Build your Own Business - CD-ROM und Internetanwendung)
- fachsprachliche Grundlagen:
Prospects / Concept / Company Structure / Personnel / Resources / Financing / Marketing / 3-Year Plan

- Methodenkompetenz:
Fähigkeit zur Gestaltung von Problemlösungsprozessen,
Projektmanagement

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

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. Dazu gehört auch die Entwicklung eines Slogans in englischer Sprache unter Berücksichtigung interkultureller Besonderheiten.

Ziel der Hausarbeit ist, dass der Student/die Studentin exemplarisch an einem oder mehreren Aspekten einer Geschäftsidee zeigt, dass er/sie komplexe Sachverhalte angemessen in der Fremdsprache, unter Einhaltung formaler Kriterien, wie logischer Aufbau und korrekter Verwendung fremdsprachlicher Mittel, die im englischsprachigen Raum zum Abfassen schriftlicher Arbeiten Norm sind, darstellen und vermitteln kann.

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)

Verwendbarkeit des Moduls

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

Der virtuelle Existenzgründungsworkshop BOB kann auch im Rahmen von betriebswirtschaftlichen Modulen, wie z.B. im Bereich Controlling, Unternehmensprozesse, Marketing, Führung und Organisation und Managementkompetenz, verwendet werden.

Teilnahmevoraussetzungen

Ausfüllen des Online-Fragebogens zur Feststellung der Kenntnisse im Englische (<http://www2.ifv-nrw.de/fragebogen>)

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

Bei sehr geringen Vorkenntnissen wird die Teilnahme am Online-Brückenkurs Englisch oder der Besuch anderer Vorkurse dringend empfohlen.

Prüfungsform

Kombinationsprüfung:

1. Hausarbeit (studienbegleitend)
2. mündliche Gruppenprüfung

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Teilnahme an einer Simulation während des 1. Halbmoduls (Meeting zum Thema 'Prospects of our start-up') sowie Bestehen der Modulprüfung

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Sommersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

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

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/BusinessCommunication.html>

Sonstige Informationen

Grundlage der Projektarbeit ist der virtuelle Existenzgründungs-Workshop 'BOB - Build your Own Business', der vom Bereich Hochschuldidaktik und Fernstudienentwicklung am Institut für Verbundstudien entwickelt wurde.

Ausführlichere Informationen:

http://www.ifv-nrw.de/ifv_entw/projekte/bob.htm

Zur Vertiefung und Unterstützung stehen den Studierenden außerdem Lernbriefe zur Verfügung, die vom Arbeitsgebiet Sprachenausbildung erstellt wurden.

3.8.1 - Controlling

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.8.1	125 h	5	3. Semester	1 Semester

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

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Studierenden erarbeiten sich ein vertieftes Verständnis für die Wertschöpfungs- und Geschäftsprozesse im Spannungsfeld "Kunden - Unternehmung - Lieferanten" und der sich daraus ergebenden Fragestellungen aus Sicht der Kosten-/Erlösrechnung und des Controllings. Die Studierenden erwerben mit dem ganzheitlichen Denken in Prozessen und Systemen die Fähigkeit zu sach- und fachgerechtem Controllinghandeln.

Inhalte

Aufbauend auf den in den einschlägigen Vorlesungen erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten werden folgende Themenbereiche vertieft:

- Balanced Scorecard als Instrument zur Beschreibung, Umsetzung und Kontrolle einer Unternehmensstrategie
- Controlling in KMU: Wertorientierte Führung in kleinen und mittleren Unternehmen
- Controlling in Funktionsbereichen
- FuE-Controlling
- Produktionscontrolling
- Instandhaltungscontrolling
- Marketingcontrolling
- Internationales Controlling: Ergebnis-, Finanz- und Leistungssteuerung international tätiger Unternehmen angesichts besonderer wirtschaftlicher, finanzieller, politischer und kultureller Risiken.

Vorlesung: Lernbriefe

Übungen: Präsenzunterricht mit Fallstudien und Lernbriefen

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Aufbauend auf dem Modul Planung und Controlling 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 sowie die Organisation des Controllings

multinationaler Unternehmen. Anknüpfungspunkte existieren auch im Modul 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

Weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters

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. Bramseman

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Controlling.html>

3.8.2 - Unternehmenssimulation

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.8.2	125 h	5	3. Semester	1 Semester

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

Modulart

Wahlpflichtmodul

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 Planspiel 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 Fach Unternehmenssimulation Rechnung getragen. Durch die vorherige breite Vermittlung von Kenntnissen in allen Fächern gelingt es hier "über den oftmals begrenzten Abteilungshorizont hinauszuschauen", um gesamtunternehmerische Entscheidungen im Team zu treffen.

Verwendbarkeit des Moduls

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters

Im Rahmen des Planspiels werden von den Studierenden folgende Leistungen bewertet:

1. Präsentation des Planspiels
2. Geschäftsbericht
3. Präsentation im Rahmen der Hauptverhandlung am Ende des Spiels
4. Eine Presseveröffentlichung

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. Hufnagel

Modulbeauftragte in der Lehre**Sonstige Informationen**

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Unternehmenssimulation.html>

3.8.3 - E-Commerce

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
3.8.3	125 h	5	3. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
E-Commerce	16 h	109 h	5

Modulart

Wahlpflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Vorlesung und Praktikum

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

In der Veranstaltung E-Commerce sollen die Studierenden die Anwendungen des Internet mit ihren Möglichkeiten und Grenzen kennen und einschätzen lernen. Dabei stehen neben dem Internet und dem WWW die Begriffe Web 2.0 und Semantic Web im Mittelpunkt der Betrachtung. Die Studierenden 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. Sie kennen die typischen Geschäftsmodelle des E-Commerce und wissen über die Besonderheiten des M-Commerce. Das Wissen über Bezahlungssysteme im Internet ist ein weiterer Baustein in diesem Modul.

Am Ende der Veranstaltung kennen die Teilnehmer/Teilnehmerinnen 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 Web2.0

- 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 eCommerce Strategie untersucht und Wettbewerbs-situationen 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

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 3. Semesters

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. Bramseemann

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/eCommerce.html>

4.1.1 - Seminar Marktforschung

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.1.1	100 h	4	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar Marktforschung	16 h	84 h	4

Modulart

Wahlmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe; praxisorientierte Anwendung im Seminar

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen sollen in diesem Modul die erlernten theoretischen Inhalte der Marktforschung praxisorientiert anwenden können. Dazu werden Projekte mit interessierten Unternehmen durchgeführt, die unterschiedliche Themenstellungen vorgeben, 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 erfolgreichem Ablegung des Seminars 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, 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 Lerneinheiten 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, Durchführung der Datenerhebung (meistens Mail oder Internetbefragung Eingabe der Fragebogendaten in das Computersystem, 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

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Hausarbeit (Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung: 100% Anwesenheit an beiden Blocktagen)

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. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/MAFO.html>

4.1.2 - Seminar Vertriebsmanagement

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.1.2	100 h	4	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar Vertriebsmanagement	16 h	84 h	4

Modulart

Wahlmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe; praxisorientierte Anwendung im Seminar

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Der nationale sowie internationale Vertrieb technischer und sonstiger Produkte 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
- Überblick über Software Angebote im Vertriebsmanagement
- Aspekte internationalen Vertriebs (Kunden, Lieferanten)

Interdisziplinarität/Vernetzung:

Vertriebscontrolling stelle eine Verknüpfung zum Fach Controlling dar
Vertrieb als Element im Marketing-Mix,
Zusammenhänge zum Thema Logistik und Wertschöpfungsketten
(Managementsysteme)
Überblick über Software Angebote im Vertriebsmanagement

Verwendbarkeit des Moduls

weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Hausarbeit (Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung:
100% Anwesenheit an beiden Blocktagen)

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. Uhe

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Vertriebsmanagement.html>

4.2.1 - Produktionsplanung

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.2.1	100 h	4	4. Semester	1 Semester

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

Modulart

Wahlmodul

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

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestehen der Hausarbeit

Stellenwert der Note in der Endnote
4/120

Häufigkeit des Angebots
jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs
Prof. Dr. Gronau

Modulbeauftragte in der Lehre
<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/PPS3.html>

4.2.2 - Seminar Logistik

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.2.2	100 h	4	4. Semester	1 Semester

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Seminar Logistik	16 h	84 h	4

Modulart

Wahlmodul

Lehr- und Lernformen

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

Gruppengröße

20

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen folgende Sachverhalte wissen und verstehen:

- Denkansatz der Logistik
- Ziele und Zielkonflikte der unternehmensinternen Logistik
- Materialflussgestaltung (Lagerwesen & Kommissionierung), 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 sowie der Einsatz von Verkehrsträgern weiter an Bedeutung.

Inhalte

Lernbriefe: Bedeutung der Logistik, Ziele und Zielkonflikte, Aufgaben der Logistik, Materialflussgestaltung (Lagerwesen & Kommissionierung), 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 Fach Produktionsmanagement ergänzt wird, erfolgt auf dem Gebiet der betriebswirtschaftlichen Fächer eine Schwerpunktbildung mit den Fächern Projekt-/Change Management/Organisation, Controlling, Wahlpflichtfach

Controlling (Wertschöpfungs- u. Geschäftsprozesse) und Vertriebsmanagement. Analog bietet sich als volkswirtschaftlicher Anknüpfungspunkt die Infrastruktur- und Verkehrspolitik oder Wirtschaftspolitik an.

Verwendbarkeit des Moduls

andere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

keine

Prüfungsform

Hausarbeit am Ende des 4. Semesters

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestandene Klausur

Stellenwert der Note in der Endnote

4/120

Häufigkeit des Angebots

jährlich zum Wintersemester

Modulverantwortliche(r) des Studiengangs

Prof. Dr. Gronau

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Logistik.html>

4.3 - Projekt-/Changemanagement/Organisation

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

Lehrveranstaltung	Kontaktzeit	Selbststudium	ECTS-Punkte
Projektmanagement/Change Management/Organisation	16 h	109 h	5

Modulart

Pflichtmodul

Lehr- und Lernformen

Lernbriefe (=Vorlesung) und Übungen/Fallstudien

Gruppengröße

25

Qualifikationsziele

Projektmanagement:

Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen sollen folgende Fachkompetenzen erwerben

- Lösen von innovativen Problemstellungen in interdisziplinären Projektgruppen mit dem Schwerpunkt auf Organisationsprojekten
- Erwerb von Kenntnissen und Fähigkeiten zur Planung, Kontrolle und Steuerung komplexer Vorhaben

Change Management:

- Einordnung des Change Management als strategische Führungsaufgabe
- Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten zur Planung und Steuerung des strategischen Wandels

Organisation:

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

Inhalte

Projektmanagement:

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

Change Management:

- Organisation und Change Management
- Handlungsfelder des Change Management

- Veränderung und Widerstand
- Konzepte des organisatorischen Wandels
- Change Management und Unternehmenskultur
- Die Lernende Organisation als Modell der Zukunft

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)

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. Ein großes Tätigkeitsgebiet ist die Koordinierung von Projekten, in denen dann speziell dieses interdisziplinäre Wissen zur Anwendung kommt. Die Berührungspunkte zu anderen Fächern sind vielfältig, sei es in den Lehrveranstaltungen, in denen gemeinsame Hausarbeiten angefertigt werden müssen (Seminar BWL, Marktforschung, Produktionsplanung, Logistik, Managementsysteme) oder im Team zusammengearbeitet werden muss (Unternehmensplanspiel). Praktische Bezugspunkte ergeben sich aus den Fächern: Rechnungswesen, Controlling, Managementkompetenz einschließlich Human Resource Management.

Im Modul "Change Management" 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.

Organisation unterstützt als zweckgerichtete Gestaltung betrieblicher Strukturen die klassischen Führungsfunktionen "Gestalten - Lenken - Entwickeln". Sie ist eng vernetzt mit den Funktionen Planung und Kontrolle, Personalmanagement und Informationsmanagement. Die Lösung von Organisationsfragen zwingt zur integrierten Sichtweise .

Verwendbarkeit des Moduls

Weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung am Ende des 4. Semesters

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. Bramseman

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/ChangeManagement.html>

4.4.1 - Informations- und Kommunikationssysteme

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.4.1	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

Internet:

Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen sollen folgende Fachkompetenzen erwerben

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

sowie folgende Methodenkompetenzen:

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

Elektronischer Handel:

- 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

Weitere betriebswirtschaftliche Verbundstudiengänge

Teilnahmevoraussetzungen

Keine

Prüfungsform

Klausur/mündliche Prüfung 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. Bramseman

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/Infosysteme.html>

4.4.2 - Softwareengineering

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.4.2	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 sollen die in der industriellen Praxis eingesetzten Methoden zur Problemanalyse und Anforderungsdefinition bei der Durchführung von Software-Projekten kennen lernen, wobei objektorientierte Methoden im Vordergrund stehen. Im Rahmen des Requirements Engineering werden Anforderungen und Problemstellungen mittels geeigneter Techniken analysiert und dokumentiert. Die Studierenden lernen Techniken zur Modellierung von Anwendungsfällen, Klassendiagrammen und zur Durchführung von Software-Projekten kennen. Nach erfolgreichem Absolvieren der Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, auch komplexe Anforderungen an IT-Abteilungen stellen zu können.

Die Teilnehmer sollen folgende Fachkompetenzen erwerben:

- Erwerb von Grundlagenwissen über IT-Systeme,
- Bedeutung von IT-Qualität kennen lernen,
- Wissenserwerb über die moderne Software-Entwicklung,
- Kennen lernen verschiedener Vorgehensmodelle für die Software-Entwicklung,
- Kennen lernen der Phasen einer Software-Entwicklung, ihrer Dauer und ihrer Zwischenprodukte,
- Zusammenhang von Anwendungsfällen und ihrer Umsetzung in IT-Systemen kennen lernen,
- Anforderungen an IT-Systeme kennen lernen.

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-Systeme 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

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. Bramseman

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/SoftwareEngineering.html>

4.5 - Managementsysteme

Kenn-Nr.	Workload	ECTS-Punkte	Startsemester	Dauer
4.5	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 unterliegen 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

Teilnahmevoraussetzungen

keine

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. W. Hufnagel

Modulbeauftragte in der Lehre

<http://www.mba-verbundstudium.de/faecher/managementsysteme.html>