

Modulbeschreibung

**Fachhochschule Wedel/University of Applied Sciences
Wedel**

Master of Science / Betriebswirtschaftslehre

Hinweise:

- In diesem Dokument sind sämtliche Module in der Reihenfolge ihrer numerischen Modulbezeichnung aufgelistet.
- Veranstaltungsbegleitende Materialien finden Studierende auf unserem internen Handoutserver.
- Die zentralen Quellen zu den Veranstaltungen der jeweiligen Dozenten finden Sie in der Lehrbuchsammlung der Bibliothek.

Stand: 19. Februar 2009

Inhalt

	Seite
Quantitative Modelle	3
Strategisches Management	6
Internationales Management.....	11
Unternehmenskommunikation.....	17
Data Warehouse	22
Enterprise Resource Planning.....	25
Angewandte Mikroökonomik	28
Marktforschung	33
Innovationsmanagement.....	38
Management Support System.....	42
Operations Research	45
Seminar ABWL	49
Planspiel Unternehmensgründung	52
Praxis- und Projektarbeiten.....	56
Auslandssemester Master.....	62
Master-Thesis	65
Index aller Prüfungsleistungen/Lehrveranstaltungen.....	67

Quantitative Modelle

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h10
Modultitel	Quantitative Modellbildung
Semester/ Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Quantitative Modellbildung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	WS
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	$4/120=3,33\%$
Qualifikationsziele des Moduls	Neben den eigentlichen quantitativen Modellen der Produktion sollen die Studentinnen und Studenten grundlegende und spezielle Begriffe sowie Konzepte quantitativer Modelle kennenlernen. Auch sollen sie das Modellieren als Tätigkeit erfahren.

	<p>Studierende sollen lernen, quantitative Modelle zu erstellen, strukturiert zu beschreiben, zu modifizieren, anzuwenden und zu diskutieren.</p> <p>Die Analysefähigkeit der Studierenden soll gestärkt werden, indem klassische Modelle im Original aus Fachzeitschriften an praxisorientierten Beispiele behandelt werden. Falls dazu Änderungen an den Modellen notwendig sind, sollen diese durchgeführt werden können.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Nach einer Einführung in die Grundlagen quantitativer Modelle werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantitative Modelle der Produktion <ul style="list-style-type: none"> ○ Lagerhaltung und Losgröße ○ Reihenfolgeplanung ○ Materialwirtschaft • Quantitative Modell der Standortplanung <ul style="list-style-type: none"> ○ Modelle für rechtwinklige Distanzen ○ Modelle für gradlinige Distanzen <p>Ergänzend werden weitere Themen der quantitativen Modelle aufgegriffen, auch Modelle, die nicht die Produktion als Gegenstand der Abbildung haben.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ggfs. Gastdozenten
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Domschke, Wolfgang und Andreas Drexl: Logistik: Standorte, 4. Auflage, Oldenbourg, 1996 • Ford W. Harris: How many parts to make at once, The Magazine of Management, Vol. 10, Nr. 2, 1913 • Heller, Jack und George Logemann: An algorithmus for the construction and evaluation of feasible schedules, Management Science, Vol. 8, Nr. 2, 1962 • Kistner, Klaus-Peter und Marion Steven: Produktionsplanung, 3. Auflage, Physica-Verlag, Heidelberg, 2001 • Vazsonyi, Andrew: The use of mathematics in production an inventory control, Management Science, Vol. 1, Nr. 1, 1954
Lehrveranstaltung: Quantitative Modellbildung (siehe oben Modulbeschreibung)	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h100
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Inhalte der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Lehr- und Lernmethoden	s.o. Modulbeschreibung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	s.o. Modulbeschreibung
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	s.o. Modulbeschreibung

Strategisches Management

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h15
Modultitel	Strategisches Management
Semester/ Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Alle Bestandteile sind Pflichtveranstaltungen
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Vorlesung Strategisches Management• Vorlesung Organisationslehre• Vorlesung Change Management
Häufigkeit des Angebots des Moduls	WS
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Keine
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Ulrich Raubach
Name der Hochschullehrer	Prof. Dr. Ulrich Raubach Dipl.-Ök. Harald Gall (Lehrbeauftragter)
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Stunden, davon: Kontaktzeit: 45 Stunden Selbststudium: 135 Stunden
SWS	6 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Vorlesungsinhalte werden durch eine gemeinsame Klausur überprüft (Dauer: 120 Min)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/120 = 5%
Qualifikationsziele des Moduls	Mit den drei Vorlesungen dieses Moduls sollen die Studierenden befähigt werden, <ul style="list-style-type: none">• die Richtung von Veränderungen methodisch gestützt absichern zu können (strategische Analyse und Planung),• das i.d.R. notwendig werdende organisatorische Umgestalten zielführend zu argumentieren• und durch den Einsatz der Methoden des Change Management erfolgreich zu begleiten.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Darlegung des qualitativen Überbaus des strategischen Managements• Ausgewählte Methoden der strategischen Planung

	<ul style="list-style-type: none"> • Elemente und Dimensionen für das organisatorische Gestalten • Strukturformen (Aufbauorganisation) und prozessuale Sicht (Ablauforganisation) • ausgewählte Methoden und Maßnahmen des Change Management
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungen, Assignments, Referate von Studierenden
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Vorlesung Strategisches Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h150.1
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Ulrich Raubach
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Workload: 60 Stunden, davon: 15 Stunden Kontaktzeit 45 Stunden Selbststudium
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	kurzes Assignment mit Vortrag sowie Klausur (modulanteilig 40 Minuten)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	33%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Die Studierenden sollen strategische Management als</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motor für permanente, langfristig und nachhaltig angelegte Veränderungen verstehen, die • autonom als Aktionen intern Veränderungen einleiten, extern den Wettbewerb gestalten, oder heteronom als Reaktionen auf Umfeldveränderungen Anpassungsprozesse auslösen, die • das Leistungsspektrum, die Prozesse der Leistungserstellung, die Ressourcen und die Organisation betreffen.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Mit der Vorlesung Strategisches Management wird ein Aufgabenbündel angesprochen, das die nachhaltige Existenzfähigkeit eines Unternehmens fokussiert.</p> <p>Ausgehend von der Mission, wird über das Leitbild und die Vision das qualitative Fundament deduziert, das mit ausgewählten Methoden der strategischen Analyse und</p>

	Planung einer Operationalisierung zugeführt wird, die wiederum den Einsatz von Steuerungs- und Controlling-techniken erlaubt.
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Assignment mit Vortrag
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Nein
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Dillerup, Ralf; Stoi, Roman: Unternehmensführung, München: Vahlen, 2006 • Gälweiler, Alois: Unternehmensplanung; Frankfurt/Main: Campus, 1986 • Grant, Robert M.; Nippa, Michael: Strategisches Management, 5. Aufl., München: Pearson, 2006, • Hahn, Dietger; Taylor, Bernhard (Hrsg.): strategische Unternehmensplanung – strategische Unternehmensführung, 9. Aufl., Berlin; Heidelberg: Springer, 2006 • Horváth, Péter: Controlling, 11., neubearb. Aufl., München: Vahlen, 2009 • Keuper, Frank: Strategisches Management, München; Wien: Oldenbourg, 2001 • Müller-Stewens, Günter; Lechner, Christoph: Strategisches Management, 3. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2006 • Oecking, Georg: Strategisches und operatives Fixkostenmanagement, München: Vahlen, 1994 • Picot, Arnold; Reichwald, Ralf; Wigand, Rolf T.: Die grenzlose Unternehmung: Information, Organisation und Management; 4. vollst. überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2001 • Staehle, Wolfgang: Management, 8. Aufl., München: Vahlen, 1999 • Steinmann, Horst; Schreyögg, Georg: Management, 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler, 2000 • Wild, Jürgen: Grundlagen der Unternehmensplanung, 4. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag, 1982
Vorlesung Organisationslehre	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h150.2
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Ulrich Raubach
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2
Workload und ihre Zusammensetzung	Workload: 60 Stunden, davon: Kontaktzeit: 15 Stunden

(z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Selbststudium: 45 Stunden
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (modulanteilig 40 Minuten)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	33%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Die Studierenden erhalten das Rüstzeug, für praktisches organisatorisches Gestaltungshandeln, um auf der Basis theoretischer Erkenntnisse fundiert argumentieren zu können.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Mit der Vorlesung werden methodische Grundlagen vermittelt, die es gestatten, soziotechnische Systeme effizient zu gestalten. Im Zentrum der Lehre steht der anerkannte „situative Ansatz“. Er erlaubt es, über die sechs Gestaltungsvariablen Zentralisation / Dezentralisation, Funktionalisierung, Delegation, Partizipation, Standardisierung und Arbeitszerlegung die grundlegenden Formen der Aufbau- und Ablauforganisation zu begründen. Traditionelle Strukturformen, wie z.B. Ein- und Mehrliniensysteme, Stab-Liniensysteme und Matrixorganisation werden ebenso hergeleitet wie mit ihren Vor- und Nachteilen gewürdigt; moderne Konzepte, wie z.B. das Prozess- und Lean Management, Netzwerkstrukturen und virtuelle Organisationsformen werden vorgestellt und der Gesamtsystematik integriert.
Lehr- und Lernmethoden	Veranstaltungsform Vorlesung. Der Vorlesung werden aktuelle Beispiele von publizierten organisatorischen Veränderungen in Unternehmen integriert. Die Studierenden sind gehalten, die von den Unternehmen getroffenen Entscheidungen argumentativ zu würdigen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bullinger, Hans-Jörg; Warnecke, Hans Jürgen; Westkämper, Engelbert (Hrsg.): Neue Organisationsformen im Unternehmen, 2. Aufl., Berlin: Heidelberg; New York: Springer, 2003 • Gaitanides, Michael: Prozeßorganisation, München: Vahlen, 1983 • Hill, Wilhelm; Fehlbaum, Raymond; Ulrich, Peter: Organisationslehre 1, 5. Aufl., Bern; Stuttgart: Haupt, 1994 • Hill, Wilhelm; Fehlbaum, Raymond; Ulrich, Peter: Organisationslehre 2, 4. Aufl., Bern; Stuttgart: Haupt, 1994 • Laux, Helmut; Liermann, Felix: Grundlagen der Organisation, 6. Aufl., Berlin: Heidelberg; New York: Springer, 2005 • Raubach, Ulrich: Materialien zur Vorlesung, Wedel, Ifde. Jge, auf dem Handoutserver der FH zur Verfügung gestellt • Scholz, Christian: Strategische Organisation, Landsberg/Lech: verlag moderne industrie, 1997, • Schulte-Zurhausen, Manfred: Organisation, 2. Aufl., München: Vahlen, 1999

Vorlesung Change Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h150.3
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Dipl.-Ök. Harald Gall (Lehrbeauftragter)
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Workload: 60 Stunden, davon Kontaktzeit: 15 Stunden Selbststudium: 45 Stunden
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (modulanteilig 40 Minuten)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	33%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Die Studentinnen und Studenten sollen in die Lage versetzt werden, sich einen Überblick über Methoden und Maßnahmen des Change Managements zu verschaffen und eine qualifizierte Auswahl dieser Instrumente für eine spezifische Anforderung treffen zu können.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Definition und Abgrenzung von CM • Ursachen von CM • Anwendungsbereiche von CM • Wirkungsweise von CM • Methoden und Maßnahmen des CM • Kritische Erfolgsfaktoren
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung und Referate der Studentinnen und Studenten
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Doppler, Klaus; Lauterburg, Christoph: Change Management, 11. Aufl., Frankfurt/Main: Campus, 2005 • Kraus, Georg; Becker-Kolle, Christel; Fischer, Tomas: Handbuch Change Management, 2. Aufl., Berlin: Cornelsen, 2006 • Scheer, August-Wilhelm et al.: Change Management in Unternehmen, Berlin; Heidelberg New York: Springer, 2005 • Schmelzer, Herrmann J.; Sesselmann, Wolfgang: Geschäftsprozess Management in der Praxis, 6. Aufl., Berlin: Hanser, 2007

Internationales Management

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h20
Modultitel	Internationales Management
Semester/ Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Internationale Wirtschaft, Internationalisierung von Dienstleistungen
Häufigkeit des Angebots des Moduls	WS
Zugangsvoraussetzungen	Das Modul baut insbesondere auf volkswirtschaftlichen Grundkenntnissen auf, wie sie üblicherweise in einem Bachelor-Studiengang erworben werden (z.B. komparativer Kostenvorteil, Aufbau der Zahlungsbilanz etc.). Daneben werden einige Grundkenntnisse zum Thema Dienstleistungen erwartet.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	teilweise als Wahl im Master-Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Stunden, davon Kontaktzeit: 40 Stunden Selbststudium/Gruppenarbeit: 140 Stunden
SWS	6 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur und Gruppenarbeiten mit Referat
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/120 = 5%
Qualifikationsziele des Moduls	Internationale Aspekte durchdringen sämtliche Bereiche der Wirtschaft. Die Zusammenhänge sind dabei häufig komplex, die Interpretationen vielfältig. Ziel des Moduls ist

	<p>es, eine grundlegende Orientierung zu Fragen der Internationalisierung der Wirtschaft zu geben.</p> <p>Im Vordergrund stehen dabei zunächst volkswirtschaftliche Aspekte. Die Studierenden werden in unterschiedlichen Zusammenhängen angeleitet, sich mit internationalen Wirtschaftsdaten zu befassen, dabei sollen auch selbständig internationale Datenquellen zum Handel erprobt werden.</p> <p>Die Komplexität von Zusammenhängen wird im Rahmen bekannter Handelsmodelle veranschaulicht, die zeitlich einen weiten Bogen des ökonomischen Denkens umspannen (Ricardo, Ohlin, Krugman etc.). Dies verdeutlicht die zentrale Bedeutung von Handelstheorien im volkswirtschaftlichen Denken überhaupt.</p> <p>Auf diese Weise sollen die Studierenden angeleitet werden, auch aktuelle handelspolitische Diskussionen einordnen und beurteilen zu können, eine Fähigkeit, die für die Übernahme von Managementfunktionen in einem internationalen Umfeld förderlich ist. Dies gilt auch für die Einbeziehung von monetären Aspekten der Internationalisierung, die ebenfalls behandelt wird, und eine Einführung in die Theorie multinationaler Unternehmen.</p> <p>Der Schwerpunkt Dienstleistungen soll helfen, das parallel erworbene allgemeine Wissen aus Sicht einer konkreten Themenstellung und der mit ihr verbundenen Managementfragen zu reflektieren, dabei soll eine verstärkt betriebswirtschaftliche Sicht eingenommen werden.</p>
<p>Inhalte des Moduls</p>	<p>Die Internationalisierung sämtlicher Wirtschaftsbeziehungen kennzeichnet das wirtschaftliche Geschehen, Schlagwort ist hier die Globalisierung. Fragestellungen der Globalisierung haben allerdings die Entwicklung des ökonomischen Denkens auch schon früher maßgeblich bewegt. Das Modul Internationales Management verbindet volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Fragestellungen, die sich aus der Internationalisierung der Wirtschaft ergeben.</p> <p>In der Lehrveranstaltung Internationale Wirtschaft wird in Grundlagen der empirischen und theoretischen Betrachtung der internationalen Wirtschaft eingeführt. Ausgangspunkt sind dabei zunächst Daten, die die wirtschaftliche Verflechtung kennzeichnen. Nachfolgend werden klassische und neuere Ansätze der Außenhandelstheorie vorgestellt. Es folgen Betrachtungen zur Außenhandelspolitik und zur monetären Außenhandelstheorie und -politik. Daten und Analysen zu multinationalen Unternehmen beschließen die Einführung in die internationale Wirtschaft.</p> <p>Die Lehrveranstaltung Internationalisierung von Dienstleistungen behandelt im Schwerpunkt Fragen des Handels mit Dienstleistungen, der zunehmend an Bedeutung gewinnt, und geht anschließend auf die hiermit verbundenen Managementherausforderungen ein.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Vorlesungen mit Übungen und Kurzreferaten.</p>

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Fallweise Einbeziehung von Gastvorträgen und Exkursionen.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	s.u.
Internationale Wirtschaft	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h200.1
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	s.o.
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch/Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 120 Stunden, davon Kontaktzeit: 30 Stunden Selbststudium/Gruppenarbeit: 90 Stunden
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur und Gruppenarbeiten mit Referat
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	67%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Kennzeichen der Internationalisierung der Wirtschaft ist eine erhöhte Komplexität des wirtschaftlichen Handelns. Die Veranstaltung soll anhand unterschiedlicher Modelle Einblick in diese Komplexität geben.</p> <p>Volkswirtschaftliche Analysen bilden dabei den Schwerpunkt, da sowohl die hierin abgebildeten realen wie monetären Zusammenhängen grundlegend für jedes internationale Management sind.</p> <p>Eingeübt wird die selbstständige Analyse und Präsentation der Empirie internationaler Handelsströme. Kenntnisse über grundlegende Entwicklungen der internationalen Handelspolitik und der Finanzordnung werden vermittelt.</p>
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Modelle der Außenhandelstheorie • Die Wirkung von Zöllen und Fragen der Handelspolitik (WTO, GATT, GATS)

	<ul style="list-style-type: none"> • Monetäre Außenhandelstheorie (Geldmenge, Zins, Wechselkurse) • Finanzordnung • Analyse und Daten zu Multinationalen Unternehmen
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Gruppenarbeit und Referat
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Fallweise Einbeziehung von Gastvorträgen und Exkursionen.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<p><u>Basistext:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Krugman, Paul C.; Obstfelder, Maurice, <i>Internationale Wirtschaft. Theorie und Politik der Außenwirtschaft</i>, 7. Aufl., Pearson, München 2006. <p><u>Weitere Texte:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Donovan, Arthur, Bonney, Joseph, <i>The Box That Changed the World: Fifty Years of Container Shipping - An Illustrated History</i>, Commonwealth Business Media Inc, 2006. • Feenstra, Robert C.; Taylor, Alan M., <i>International Economics</i>, Worth Publishers; 2008. • Friedman, Thomas L., <i>The World is Flat: The Globalized World in the Twenty-first Century</i>, 2Rev Ed, Penguin, 2007. • Grant, Robert M., <i>Contemporary Strategy Analysis</i>, 6th ed., Blackwell Publishers, 2007. (Chapter 16) • Hill, Charles W. L., <i>International Business. Competing in the Global Marketplace</i>, 6th ed., McGraw-Hill Professional, 2006. • Kutschker, Michael; Schmid, Stefan, <i>Internationales Management</i>, 6. Aufl., München: Oldenbourg 2008 • Picot, Arnold, u.a., <i>Die grenzenlose Unternehmung: Information, Organisation und Management</i>, 5. Aufl., Wiesbaden: Gabler 2003.
Internationalisierung von Dienstleistungen	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h200.2
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	s.o.
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 60 Stunden, davon Kontaktzeit: 10 Stunden

	Selbststudium/Gruppenarbeit: 50 Stunden
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur und Gruppenarbeiten mit Referat
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	33%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Die Veranstaltung vertieft das bereits vorhandene Wissen zum Thema Dienstleistungsmanagement (vgl. Modul BWL-Wahlblockgrundlagen im Bachelor-Studiengang). Der Aspekt der Internationalisierung erweitert dabei den Blickpunkt speziell aufgrund der notwendigen Einbeziehung kultureller und rechtlicher Unterschiede hinsichtlich des Ziel- bzw. Gastlandes.</p> <p>Daneben wird das methodische Wissen aus der Veranstaltung Internationale Wirtschaft durch den Schwerpunkt Dienstleistungen ebenfalls vertieft und ergänzt.</p> <p>Hieraus können sich auch interessante Fragestellungen für weiterführende Arbeiten, sei es in Seminararbeit, Fallstudie oder Master-Thesis ergeben.</p>
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Der Handel mit Dienstleistungen ist nicht leicht zu erfassen (es wird diesbezüglich auch teilweise vom „unsichtbaren Handel“ gesprochen). Auch erscheinen „Dienstleistungen“ von ihren Merkmalen her weniger für den internationalen Handel geeignet zu sein. Während Dienstleistungen etwa 70% der gesamten Wertschöpfung von Industrienationen einnehmen, liegt der Anteil von Dienstleistungen am internationalen Handel nur bei etwa 19%. Von einer Steigerung dieses Anteils versprechen sich viele einen Wachstumsschub für die nationalen Wirtschaften und die Weltwirtschaft insgesamt.</p> <p>Nach der Beschreibung und Definition des Handels mit Dienstleistungen sind insbesondere die mit einer Ausweitung des internationalen Dienstleistungshandels verbunden Herausforderungen für das Management Gegenstand der Betrachtung.</p> <p>Hier wiederum wird ein Schwerpunkt auf die Behandlung der Motive und Wege zur Internationalisierung eines Dienstleisters gelegt. Thematisch knüpft dies an der Veranstaltung Internationale Wirtschaft an, vertieft und ergänzt diese aber durch den speziellen Schwerpunkt "Dienstleistungen" und den stärker betriebswirtschaftlichen Fokus.</p>
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Gruppen/Einzelarbeit und Referat.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	

Empfohlene Literaturliste
(Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)

Allgemeine Literaturhinweise zum Thema:

- Bruhn, Manfred, Stauss Bernd (Hrsg.), *Internationalisierung von Dienstleistungen*, Wiesbaden: Gabler 2005.
- Gardini, Marco A., Dahlhoff, H.Dieter (Hrsg.), *Management internationaler Dienstleistungen*, Wiesbaden: Gabler 2004.
- Haller, Sabine, *Dienstleistungsmanagement*, 3. Aufl. (speziell Kapitel 9), Wiesbaden: Gabler 2005.

Weitere Hinweise:

- Clark, T. et al., „Toward a Theory of International Services. Marketing Intangibles in a World of Nations“, in: *Journal of International Marketing*, 4 (2), 1996, 9-28.
- Dolski, Joerg, Hermanns, Arnold, „Internationalisierungsstrategien von Dienstleistungsunternehmen“, in: Gardini/Dahlhoff 2004, S. 85-110.
- Holtbrügge, Dirk et al., „Konfiguration und Koordination internationaler Dienstleistungsunternehmen“, in: Gardini/Dahlhoff 2004, S. 159-179.
- John, Eva-Maria, „Zur Globalisierung des Dienstleistungssektors: Entwicklungsperspektiven für Deutschland“, in Gardini/Dahlhoff 2004, S. 63-81.
- Kantsperger, Roland et al., „Wettbewerbsstrategien internationaler Dienstleistungsunternehmen“, in: Gardini/Dahlhoff 2004, S. 111-158.
- Sampson, G.P., Snape, R.H., „Identifying the Issues in Trade in Services“, in: *The World Economy*, 8 (8), 1985, 24-31.
- Stauss, Bernd, „Internationales Dienstleistungsmarketing“, in: Herrmanns, Arnold et al. (Hrsg.), *Internationales Marketing Management*, München 1995, S. 437-474.
- Vandermerwe, S., Chadwick, M., „The Internationalisation of Services“, in: *Service Industries Journal*, 9 (1), 1989, S. 79-93.

Unternehmenskommunikation

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h25
Modultitel	Unternehmenskommunikation
Semester/ Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Unternehmenskommunikation, Verhandlungsführung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	WS
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Keine
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Sabine Baumann
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Sabine Baumann
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch/Englisch (die Veranstaltungen des Moduls können auch vollständig auf Englisch angeboten werden, wenn von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gewünscht).
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Stunden Kontaktzeit: 70 Stunden Selbststudium 110 Stunden
SWS	6
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Unternehmenskommunikation: Klausur oder mündliche Prüfung Verhandlungsführung: Übungen zu Verhandlungssituationen/ Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/120 = 5%
Qualifikationsziele des Moduls	In der Veranstaltung Unternehmenskommunikation erweitern und verbessern Studierende ihr Verständnis von Unternehmenskommunikation und wie sie von Unternehmen eingesetzt wird, um ihre strategischen Ziele

	zu erreichen, durch Erlernen und Anwenden relevanter Konzepte und Ansätze der Kommunikationswissenschaft. Der Workshop Verhandlungsführung versetzt Studierende in die Lage, englischsprachige Präsentationen und Verhandlungen mit Arbeitgebern, Kunden, Kollegen und anderen internationalen Partnern erfolgreich halten bzw. führen zu können. Weitere Details bei den Veranstaltungsbeschreibungen.
Inhalte des Moduls	Siehe Veranstaltungsbeschreibungen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Unternehmenskommunikation: Die Veranstaltung setzt einen strukturierten Rahmen, innerhalb dessen die Studierenden eigenverantwortlich Inhalte erarbeiten und anwenden. Die inhaltlichen Themen werden über eine Vielzahl von Wegen adressiert, u.a. kurze, einführende Vorlesungsanteile, Filmsequenzen, Diskussionen und Debatten, studentische Präsentationen sowie einen Unternehmensbesuch. Verhandlungsführung: Interaktiver und partizipativer Workshop mit Rollenspielen, Simulationen, Selbstbewusstseinsübungen und Fallstudien Weitere Details bei den Veranstaltungsbeschreibungen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Dozent aus der Praxis bei Verhandlungsführung. Unternehmensbesuch bei Unternehmenskommunikation.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe bei den jeweiligen Veranstaltungen
Unternehmenskommunikation	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h250.1
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Sabine Baumann
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch (die Veranstaltung kann auch auf Englisch angeboten werden, wenn von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gewünscht).
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 120 Stunden Kontaktzeit: 30 Stunden Selbststudium 90 Stunden

SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur oder mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	67%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Studierende erweitern und verbessern ihr Verständnis von Unternehmenskommunikation und wie sie von Unternehmen eingesetzt wird, um ihre strategischen Ziele zu erreichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis und Verstehen der Entwicklung von Unternehmenskommunikation sowie der zugehörigen theoretischen Ansätze der Kommunikationswissenschaft • Fähigkeit, adäquate theoretische Konzepte zur Lösung praktischer Probleme zu identifizieren und anzuwenden • Kritische Bewertung der Rolle der Unternehmenskommunikation im Rahmen des Management der Reputation und des Images von Unternehmen in verschiedenen Kontexten • Beurteilung aktueller Situationen in der Wirtschaft aus Kommunikationsperspektive
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>In einer Zeit der beschleunigten Entwicklung der Kommunikationstechnik und der Kommunikationskultur sind sowohl eine effiziente und zielgerichtete interne Informationsweitergabe als auch eine wirkungsfunktionale und adressatenorientierte externe Kommunikation entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Folglich erkennen immer mehr Unternehmen, Institutionen und Organisationen die - durch den Trend zur Globalisierung noch verstärkte - Notwendigkeit, längerfristige und geplante kommunikative Beziehungen mit ihren verschiedenen Zielgruppen zu pflegen.</p> <p>Vor diesem Hintergrund werden im ersten Teil der Veranstaltung nach einer kurzen Betrachtung der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen die theoretischen und konzeptionellen Grundlagen der internen und externen Unternehmenskommunikation gelegt. Ausgehend vom Anspruchsgruppenkonzept werden die Ziele, Medien und Instrumente der internen sowie externen Unternehmenskommunikation vorgestellt und die jeweiligen Einsatzbereiche beleuchtet.</p> <p>Darauf aufbauend werden im zweiten Teil ausgewählte Gebiete der Unternehmenskommunikation vertieft. Im Bereich der internen Kommunikation wird das Wissensmanagement betrachtet, bei der externen Kommunikation liegt der Schwerpunkt auf den Public Relations und hierbei insbesondere dem Lobbying. Die theoretischen Überlegungen werden jeweils durch Anwendungs- und Übungsbeispiele aus dem Kommunikations- und Mediumfeld ergänzt. Der dritte Teil legt seinen</p>

	Schwerpunkt auf das Issues Management und die Krisenkommunikation, die durch die Verbreitungsmöglichkeiten der neuen Medien eine besondere Bedeutung erhalten haben.
Lehr- und Lernmethoden	Die Studierenden sollen sich zu unabhängigen Lernenden entwickeln. Daher setzt die Veranstaltung einen strukturierten Rahmen, innerhalb dessen die Studierenden eigenverantwortlich Inhalte erarbeiten und anwenden. Es wird erwartet, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die vorgegebenen Kapitel und Aufsätze der Basisliteratur vorbereiten und sich in der Veranstaltung durch Vertreten eigener Beiträge und Meinungen einbringen. Die inhaltlichen Themen werden über eine Vielzahl von Wegen adressiert, u.a. kurze, einführende Vorlesungsanteile, Filmsequenzen, Diskussionen und Debatten, studentische Präsentationen sowie einen Unternehmensbesuch.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Besuch der Abteilung Unternehmenskommunikation eines Unternehmens in der Metropolregion Hamburg.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Argenti, Paul A. (2007) Corporate Communication, 4. Aufl. (Boston: McGraw-Hill/Irwin). • Cornelissen, Joep (2008) Corporate Communications: a Guide to Theory and Practice, 2. Aufl. (London: Sage). • Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (2007) (Hrsg.) Handbuch Unternehmenskommunikation (Wiesbaden: Gabler). • Schmidt, Beat F./Lyczek, Boris (2006) (Hrsg.) Unternehmenskommunikation (Wiesbaden: Gabler).
Verhandlungsführung	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h250.2
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Daniel Roochvarg
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 60 Stunden Kontaktzeit: 30 Stunden Selbststudium 30 Stunden
SWS	2 (Blockveranstaltung)

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Abschlusspräsentation im Rahmen des Workshops.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	33%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Die Veranstaltung soll Studierende in die Lage versetzen, englischsprachige Präsentationen und Verhandlungen mit Arbeitgebern, Kunden, Kollegen und anderen internationalen Partnern erfolgreich halten bzw. führen zu können.</p> <p>Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen lernen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • überzeugende und deskriptive Präsentation zu organisieren, • ihre Zuhörer in Präsentationen und Verhandlungen zu kontrollieren, • Verhandlungen vorzubereiten und Erfolgsstrategien zu formulieren, • unterschiedliche Verhandlungsstile zu identifizieren und darauf zu reagieren, • diverse Verhandlungstaktiken und ihre Anwendung, • Menschen vom Problem zu trennen, • kreative Lösungen für komplizierte Probleme zu entwickeln, • langanhaltende, konstruktive Geschäftsbeziehungen zu schaffen.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Der "Professional Skills Workshop" ist ein interaktives Programm, das den Teilnehmern ein Verständnis der grundlegenden Aspekte von Geschäftspräsentationen und Verhandlungen sowie die Fähigkeiten zur erfolgreichen Anwendung vermittelt. Der Schwerpunkt liegt auf dem Aufbau praktischer Fähigkeiten und den interpersonellen Aspekten des Geschäftslebens.</p> <p>Die Veranstaltung ist eine Kombination der Trainingsprogramme "World-Class Presentations" und "World-Class Negotiations".</p>
Lehr- und Lernmethoden	Das Veranstaltungsformat ist hoch interaktiv und partizipativ. Rollenspiele, Simulationen, Selbstbewusstseinsübungen, Fallstudien werden intensiv genutzt, um die theoretisch vermittelten Aspekte einzuüben. Die Teilnehmer werden während der Präsentationen und Rollenspiele gefilmt, so dass sie ihren eigenen Fortschritt während des Workshops jeder Zeit nachvollziehen können.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Der Dozent ist Managementtrainer und Mediator.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Entfällt aufgrund des Workshop-Charakters der Veranstaltung.

Data Warehouse

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h30
Modultitel	Data Warehouse
Semester/ Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Data Warehouse
Häufigkeit des Angebots des Moduls	WS
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4/120=3,33%
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studentinnen und Studenten sollen in diesem Modul grundlegende und spezielle Begriffe, Konzepte und Techniken des Data-Warehouse einschließlich des Data-Mining kennen lernen.

	<p>Grundlegende Architekturen eines Data-Warehouse und spezieller Ausprägungen sollen verstanden, erläutert und kritisch anhand technischer und betriebswirtschaftlicher Aspekte diskutieren werden können. Die Kenntnisse der Studentinnen und Studenten über DW-Architekturen sollen in praktischen Übungen mit einem Datenbankmanagementsystem vertieft werden.</p> <p>Darüber hinaus sollen die Studentinnen und Studenten weitgehend eigenständig ein typisches Data-Mining-Projekt durchführen können. Die Grenzen der Datenanalyse sollen erkannt werden.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Architektur eines Data-Warehouse: <ul style="list-style-type: none"> ○ 1. Ebene: Datenquelle, ○ 2. Ebene: Extraktion, Transformation und Laden, (ETL) ○ 3. Ebene: DW-Datenbanken, ○ 4. Ebene: DW-Anwendungen • Evaluation eines Data-Warehouse • Einführung eines Data-Warehouse • Data-Mining: Grundlagen, Klassifizieren, Assoziieren, Clustern
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Übungen am Computer, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ggfs. Gastdozenten
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Andreas Bauer, Holger Günzel (Herg.): Data Warehouse System: Architektur, Entwicklung, Anwendung, 2. Auflage, dpunkt.verlag, Heidelberg, 2004 • William H. Innon: Building the Data Warehouse, 4. Auflage, Wiley Publishing, Indianapolis, 2005 • Ralph Kimball: The Data Warehouse Toolkit, 2. Auflage, Wiley Publishing, New York, 2002 • Wolfgang Lehner: Datenbanktechnologien für Data-Warehouse-Systeme, Konzepte und Methoden, dpunkt.verlag, Heidelberg, 2003
Lehrveranstaltung: Data Warehouse	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h300
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4

Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Inhalte der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Lehr- und Lernmethoden	s.o. Modulbeschreibung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	s.o. Modulbeschreibung

Enterprise Resource Planning

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h35
Modultitel	Enterprise Resource Planning
Semester/ Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Enterprise Resource Planning
Häufigkeit des Angebots des Moduls	WS
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4/120=3,33%

<p>Qualifikationsziele des Moduls</p>	<p>Die Studentinnen und Studenten sollen in diesem Modul spezielle Begriffe sowie technische und betriebswirtschaftliche Konzepte des Enterprise-Resource-Planning mit Standardsoftware kennen lernen. Sie sollen diese beschreiben, erläutern und diskutieren können.</p> <p>Darüber hinaus sollen sie wissen, wie man ein ERP-System grundsätzlich in einem Projekt mit und ohne Beratern einführen und anpassen kann.</p> <p>Auch sollen die Studentinnen und Studenten befähigt werden, konkrete Probleme eines Betriebes bei der Einführung und dem Anpassen einer ERP-Software zu erkennen und zu bewerten. Die Studentinnen und Studenten sollen beispielsweise einfache Anpassungen am SAP ERP 6.0 eigenständig durchführen können.</p>
<p>Inhalte des Moduls</p>	<p>Nach einer Einführung werden hintereinander spezieller Themen der ERP-Systeme behandelt. Hierzu gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Fallstudie der SAP AG: Customizing der SAP-ERP-Software. Die Studentinnen und Studenten agieren als EDV-Leiter und als Administrator – Fallstudie der SAP AG und der Intelligence AG: Projekt „Mittelstandsberatung“ – Einführung einer ERP-Software. Die Studentinnen und Studenten agieren in verschiedenen Rollen, beispielsweise als Consulter, Geschäftsführer oder Poweruser – Preisgekrönte Fallstudie von Brown und Vessey: Nibco's „Big Bang“ – Einführung einer ERP-Software <p>Darüber hinaus gibt es einen kritische Auseinandersetzung über ERP-Software. Grundlage ist ein Artikel von Rettig über den Ärger durch Versprechen der ERP-Branche, die nicht eingehalten wurden und nicht eingehalten werden.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Vorlesung, Übungen, Übungen am Computer, Fallstudien, Rollenspiel</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<p>Ggfs. Gastdozenten</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cynthia Rettig: The Trouble With Enterprise Software, MITSloan Management Review, Online Exclusive, http://sloanreview.mit.edu, Abruf: 25.09.2007 • Carol V. Brown, Iris Vessey: Nibco's „Big Bang“, AIS Communications of the Association for Information Systems, Jahrgang 5, Artikel 1, Januar 2001 • Fallstudienmaterial (Texte, Filme) zum Projekt „Mittelstandsberatung“ der SAP AG und der Intelligence AG, www.hcc-uni-magdeburg.de, Abruf: August 2007 • Customizing-Fallstudie SAP-ERP der SAP AG, www.hcc-uni-magdeburg.de, Abruf: August 2007

Lehrveranstaltung: Enterprise Resource Planning (siehe oben Modulbeschreibung)	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h350
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Inhalte der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Lehr- und Lernmethoden	s.o. Modulbeschreibung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	s.o. Modulbeschreibung
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur	s.o. Modulbeschreibung

Angewandte Mikroökonomik

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h40
Modultitel	Angewandte Mikroökonomik
Semester/ Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Entscheidungstheorie, Industrieökonomik
Häufigkeit des Angebots des Moduls	SoSe
Zugangsvoraussetzungen	Anknüpfung an Grundlagenwissen zu Marktmodellen und Rationalverhalten aus den Vorlesungen ABWL und VWL.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	teilweise als Wahl für Master-Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Unterrichts-/ Lehrsprache	deutsch/englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 120 Stunden, davon Kontaktzeit: 30 Stunden Selbststudium: 90 Stunden
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung über die Inhalte aller Lehrveranstaltungen und Referat
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	$4/120=3,33\%$
Qualifikationsziele des Moduls	Im Rahmen der modernen BWL und der zugehörigen Managementausbildung haben mikroökonomische Ansätze aus der VWL mittlerweile eine herausragende Bedeutung gewonnen. Ziel dieses Moduls ist die Stärkung der Kompetenz der Teilnehmer in Hinblick auf ausgewählte

	<p>mikroökonomische Ansätze.</p> <p>Hierbei wird zum einen die volkswirtschaftliche Methodenkompetenz der Teilnehmer vertieft, wobei an die Grundlagenveranstaltung aus dem Bachelor-Studium angeknüpft wird. Zum anderen werden spezielle Entwicklungen aus der BWL, u.a. zum Verhalten bei strategischer Interaktion, in das Zentrum der Betrachtung gerückt.</p> <p>Die Ansätze werden dabei jeweils in einem formalen Modellrahmen vorgestellt. Transferleistungen in Hinblick auf konkrete wirtschaftspolitische oder strategische Fragestellungen sind zu leisten.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Im Mittelpunkt des mikroökonomischen Grundansatzes steht das Entscheidungsverhalten von Individuen.</p> <p>Im Rahmen des Teilmoduls Entscheidungstheorie werden ausgehend vom Modell der Nutzenmaximierung eines Entscheiders unterschiedliche Entscheidungssituationen behandelt, unterschieden wird in Sicherheit, Unsicherheit, Einzel- und Gruppenentscheidung, normative und positive Perspektive und Ansätze einer strategischen Interaktion.</p> <p>Im Rahmen des Teilmoduls Industrieökonomik geht es speziell um die Behandlung der Entscheidungssituation in Abhängigkeit von unterschiedlichen Marktformen, auch hier werden Fragen der strategischen Interaktion ausführlich behandelt und im Rahmen von konkreten Kartellrechtsfällen auch hinsichtlich ihrer Relevanz überprüft.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung in kleinen Gruppen mit Diskussion und Übungen bzw. Referaten.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	s.u.
Entscheidungstheorie	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h400.1
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe

Zugangsvoraussetzung	Die Veranstaltung knüpft an einem Grundlagenwissen der Teilnehmer zum Rationalverhalten in wirtschaftlichen Entscheidungssituationen an. Dieses Wissen ist z.B. Gegenstand der einführenden Vorlesungen zur Investition, ABWL und VWL.
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 60 Stunden, davon Kontaktzeit: 15 Stunden Selbststudium: 45 Stunden
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur im Rahmen des Moduls
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Kenntnis über die Struktur unterschiedlicher Entscheidungssituationen und Methoden der Entscheidungsfindung. Reflektion über die "Rationalität" von Entscheidungen. Die Entscheidungstheorie kann als eine Basisdisziplin der Wirtschaftswissenschaften aufgefasst werden.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Das Teilmodul Entscheidungstheorie behandelt allgemein die Modellierung und Analyse von Entscheidungssituationen. Behandelt werden Entscheidungen bei: Sicherheit, Unsicherheit, Risiko, im Rahmen von Gruppen und bei strategischer Interaktion.
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung in kleinen Gruppen mit Diskussion und Übungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bamberg, Günter: Betriebswirtschaftliche Entscheidungslehre, 13. überarb. Aufl., München: Vahlen, 2006. • Eisenführ, Franz; Weber, Martin: Rationales Entscheiden, 4. neu bearb. Aufl., Berlin [u.a.] : Springer 2002. • Laux, Helmut: Entscheidungstheorie, 6. Aufl., Berlin [u.a.] : Springer 2005. • Meyer, Roswitha: Entscheidungstheorie. Ein Lehr- und Arbeitsbuch, 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler 2000. • Saliger, Edgar: Betriebswirtschaftliche Entscheidungstheorie. Einführung in die Logik individueller und kollektiver Entscheidungen, 5., durchges. Aufl., München [u.a.] : Oldenbourg 2003.

Industrieökonomik	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h400.2
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe
Zugangsvoraussetzung	Das Modul setzt Grundkenntnisse über volkswirtschaftliche Marktmodelle voraus, diese werden aufgegriffen und vertieft.
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Thorsten Giersch
Unterrichts-/Lehrsprache	deutsch/englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 60 Stunden, davon Kontaktzeit: 15 Stunden Selbststudium: 45 Stunden
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur im Rahmen des Moduls
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Vertiefung der Kenntnisse über Märkte durch Einbeziehung fortgeschrittener mikroökonomischer Modelle aus der neueren Industrieökonomik. Vermittlung von Grundkenntnissen über Wettbewerbsrecht- und Wettbewerbspolitik unter besonderer Berücksichtigung von aktuellen Kartellrechtsentscheidungen. Transferleistungen von mikroökonomischer Modellbetrachtung zu realen Märkten.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Das Teilmodul Industrieökonomik führt die Betrachtung von Märkten aus dem Grundlagenkurs VWL des Bachelor-Studiums fort, wobei die Modellbetrachtung nun komplexer und empirisch gehaltvoller ist. Behandelt werden u.a. die klassischen Strategien der Preisdifferenzierung, unterschiedliche Oligopolmodelle, wettbewerbsbehindernde Maßnahmen (Limit Pricing, Kollusionen bzw. Kartelle).
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung in kleinen Gruppen mit Diskussion und Referat zu einem Wettbewerbsfall
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	

Empfohlene Literaturliste

(Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)

Basistext:

- Pepall, Lynne; Norman, George; Richardson, Daniel, *Industrial Organization: Contemporary Theory and Practice with Economic Applications*; 3 ed., Texas; Southwestern College.

Weiterführend:

- Bain, Joseph, *Barriers to New Competition*, Cambridge: Harvard University Press 1956.
- Carlton, Dennis W., Perloff, Jeffrey M., *Modern Industrial Economics*, 4. ed., Boston et al.: Pearson Addison-Wesley 2005.
- Chamberlin, E.H., *The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge: Harvard University Press 1933.
- Scherer, F.M./Ross, David, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 3. ed., Boston: Houghton Mifflin 1990.
- Tirole, Jean, *The Theory of Industrial Organization*, Cambridge: MIT Press 1988.

Ergänzend:

- Schmidt, Ingo, *Wettbewerbspolitik und Kartellrecht*, 8. Aufl., Stuttgart: Lucius & Lucius 2005.
- Schmidt, André, *Europäische Wettbewerbspolitik und Beihilfenkontrolle*, 2. Aufl., München: Vahlen 2006.

Marktforschung

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h45
Modultitel	Marktforschung
Semester/ Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Alle Bestandteile sind Pflichtveranstaltungen
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Vorlesung Marktforschung• Übung Multivariate Statistik
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jedes Studienjahr
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Im Master-Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen (erstes Semester)
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael Ceyp
Name der Hochschullehrer	Prof. Dr. Michael Ceyp Prof. Dr. Ulrich Raubach
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Stunden, davon: Kontaktzeit: 45 Stunden Selbststudium: 135 Stunden
SWS	6 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur und vorlesungsbegleitende Assignments
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/120 = 5 %
Qualifikationsziele des Moduls	In dem Modul „Marktforschung“ setzen sich die Studierenden theoretisch und praktisch mit dem gesamten Prozess und den Planungsstufen der Marktforschung nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch umfänglich auseinander. Hierzu wird in der Übung Multivariate Statistik auf moderne Statistiksoftware zurückgegriffen. Die Studierenden sollen so alle methodischen Ansätze der Marktforschung und auch die entsprechenden Auswerteverfahren umfänglich kennenlernen, einsetzen und auch kritisch beurteilen.
Inhalte des Moduls	In der Vorlesung „Marktforschung“ erhalten die Teilnehmer eine detaillierte Gesamtsicht aller Entscheidungstatbestände innerhalb der Marktforschung und deren Vernetzung in andere Unternehmensbereiche

	(z.B. Vertrieb, Strategische Planung, Marketing oder auch Service). Dabei wird besonderer Wert auf die Beurteilungsfähigkeit der Studierenden gelegt, damit die Teilnehmer bei späteren Forschungs- oder auch Praxisarbeiten in der Lage sind, die in der Marktforschung vorhandenen Gestaltungsparameter sachgerecht und verantwortungsbewusst zu gestalten. Im Vordergrund der „Übung Multivariate Statistik“ steht dann die vertiefende praktische Anwendung und Umsetzung. Dabei liegt der Schwerpunkt auf multivariaten Verfahren der Datenanalyse, die Daten-/Ergebnispräsentation und einer angemessenen Interpretation der erhaltenen Ergebnisse.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesungseinheiten in Kleingruppen, seminaristischer Unterrichtsstil, Übungen am Computer, studentische Arbeitsgruppen und Präsentation/Diskussion
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Praktische empirische Arbeit von der Datenerhebung bis zur Datenauswertung und Ergebnispräsentation gestützt auf leistungsfähige Statistiksoftware
Vorlesung Marktforschung	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h450.1
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Michael Ceyp
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Workload: 120 Stunden, davon Kontaktzeit: 30 Stunden Selbststudium: 90 Stunden
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur (max. 90 Minuten)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100 %
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Verstehen, eigenverantwortliches Durchführen und Bewerten aller relevanten Entscheidungstatbestände (wissenschaftlicher) Marktforschung und deren Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen und Institutionen
Inhalte der Lehrveranstaltung	Ausgehend von einer grundlegenden Betrachtung von Informationen in der Markt- und Marketingforschung wird die herausragende Bedeutung von qualitätssichernden Maßnahmen (z.B. DIN 77500 Markt- und Sozialforschungsdienstleistungen) im Rahmen der Marktforschung hervorgehoben. Danach erfolgt eine

	umfassende Analyse möglicher Datenquellen und einschlägiger Gütekriterien in der Marktforschung. Nach der Diskussion verschiedener Datenmessansätze werden die verschiedenen Verfahren der Datenerhebung (Ad-hoc-, Tracking-Marktforschung, Beobachtung und Experiment) ausführlich und jeweils auf Praxisbeispiele gestützt vermittelt. Abschließend werden neueste Verfahren der Marktforschung (z.B. Semiometrie, DirektMarketing-Panel u.a. kritisch analysiert)
Lehr- und Lernmethoden	Kleingruppenveranstaltung mit hohem Diskussionsanteil sowie studentischen Präsentationen (Assignments)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Durchführung von Assignments (studentische Präsentationen zu ausgewählten Themenbereichen der Marktforschung)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P., Marktforschung, 11. Auflage, Wiesbaden 2006. • Bogner, A., Littig, B., Menz, W., Das Experteninterview, 2. Auflage, Wiesbaden 2005. • Drees, N., Schiller, S., Mystery Shopping, in: Kamenz (Hrsg.) Applied Marketing, Berlin 2003, S. 159 - 172 • Häder, M., Delphi-Befragungen, Wiesbaden 2002. • Herrmann, A., Homburg, Chr. (Hrsg.), Marktforschung, 2. Auflg., Wiesbaden 2000. • Hüttner, M., Scharing, U., Grundzüge der Marktforschung, 7. Auflage, München 2002. • Kirchhoff et al., Der Fragebogen, 3. Auflg. Wiesbaden 2006 • Raab/Poost/Eichhorn, Marketingforschung, Stuttgart 2009 • Raab, G., et al., Methoden der Marketing-Forschung, Wiesbaden 2004. • Weis, H. Chr., Steinmetz, P., Marktforschung, 5. Auflage, Ludwigshafen 2002 • sowie vertiefende Spezialliteratur
Übung Multivariate Statistik	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h450.2
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name der Hochschullehrer	Prof. Dr. Michael Ceyp Prof. Dr. Ulrich Raubach
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2
Workload und ihre Zusammensetzung	Workload: 60 Stunden, davon:

(z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	15 Stunden Kontaktzeit 45 Stunden Selbststudium
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Insgesamt sind vier Übungen zu erarbeiten, die anhand festgelegter Kriterien bewertet werden. Bewertungsrelevant sind die Lösungsdokumentationen, die in Form schriftlicher Ausarbeitungen, Präsentationen und Softwaredokumentationen (SPSS) abzugeben sind.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	0 %
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Die Zielsetzungen dieser Übung sind am Erkenntnisprozess der empirischen Sozialforschung orientiert, wobei der Schwerpunkt auf der statistischen Methodik liegt. Die Übung ist wie folgt grob strukturiert:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vorgehensweise bei der empirischen Sozialforschung kennen lernen. <ul style="list-style-type: none"> • Primärforschungsansätze • Von der Fragestellung zum Fragebogen • Code-Buch 2. Durchführung der Erhebung und Datenerfassung 3. Plausibilitätsprüfung der Daten 4. Auswerten und Interpretieren <ul style="list-style-type: none"> • Der univariate Überblick • Zusammenhänge mit multivariaten Methoden erkennen und interpretieren. <p>Qualifikationsziele sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Das im Bachelorstudium erworbene Grundlagenwissen der Statistik zu vertiefen. 2. Einsatzgebiete der multivariaten Statistik für Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis erkennen lernen.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>In dieser Übung werden die Methoden der multivariaten Statistik mithilfe der Software „SPSS“ am PC geübt.</p> <p>Nach einer jeweils kurzen Einführung in die unterschiedlichen Verfahren und Algorithmen sowie den Einstellungsmöglichkeiten in der Software, bearbeiten die Teilnehmer selbständig oder in kleinen Gruppen Statistikaufgaben aus der realen Unternehmenspraxis.</p> <p>Unter anderem werden folgende Methoden vertieft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multiple Regression • Dependenzanalyse • Multidimensionale Skalierung • Clusteranalyse • Faktorenanalyse <p>Um den gesamten Forschungsprozess einmal zu durchlaufen, wird während des Semesters eine Erhebung durchgeführt, statistisch ausgewertet, interpretiert und präsentiert.</p>
Lehr- und Lernmethoden	Moderierte Übung; Diskussionen nach Selbststudium zu den Verfahren mit Hilfestellungen seitens der Dozenten.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	hoher Anteil am Rechner

Empfohlene Literaturliste
(Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)

- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff; Weiber, Rolf: Multivariate Analysemethoden, 11. Aufl., Berlin; Heidelberg; New York: Springer, 2006
- Bortz, Jürgen: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, 6. Aufl., Heidelberg: Springer Medizin Verlag, 2005
- Bortz, Jürgen: Lehrbuch der Statistik für Sozialwissenschaftler, 5. Aufl., Berlin; Heidelberg; New York: Springer, 1999
- Bühl, Achim: SPSS 14. Einführung in die moderne Datenanalyse, 10. Aufl., PEARSON: München, 2006
- Eckey, Hans-Friedrich; Kosfeld, Reinhold; Rengers, Martina: Multivariate Statistik- Grundlagen-Methoden-Beispiele, Wiesbaden: Gabler, 2002
- Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung, 14. Aufl., Opladen: Westdeutscher Verlag, 1990
- Hartung, Joachim; Epelt, Bärbel: Multivariate Statistik, 6. Aufl., München, Wien: Oldenbourg, 1999
- Kirchhoff, Sabine; Kuhnt, Sonja; Lipp, Peter; Schlawin, Siegfried: Der Fragebogen. Datenbasis, Konstruktion und Auswertung, 3. Aufl., Opladen: Leske+Budrich, 2003

Innovationsmanagement

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h50
Modultitel	Innovationsmanagement
Semester/ Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Innovationsmanagement CRM + Neuere Ansätze
Häufigkeit des Angebots des Moduls	SoSe
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	teilweise als Pflicht/Wahl für Master-Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Michael H. Ceyp
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Michael H. Ceyp
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 120 Stunden, davon Kontaktzeit: 30 Stunden Selbststudium: 90 Stunden
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung über die Inhalte aller Vorlesungen und begleitendes Assignment/Referat
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4/120 = 3,33%
Qualifikationsziele des Moduls	Den Studierenden umfassend die eng verknüpften Ansätze im Innovationsmanagement und im Customer Relationship Management zu vermitteln und ihre Fähigkeit auszubauen, kritisch-konstruktiv mit den in der Literatur vorgeschla- genen Ansätzen und Modellen umzugehen. Letztendlich

	geht es darum, die Studentinnen und Studenten auf eine entsprechende Übernahme von Verantwortung in diesen Bereichen vorzubereiten.
Inhalte des Moduls	In diesem Modul werden die miteinander im Beziehung stehenden Ansätze im Innovationsmanagement und im Customer Relationship Management vorgestellt, analysiert und bewertet. Dabei wird in besonderer Weise auf eine prozessuale Sicht und Aspekte des Controlling eingegangen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung in kleinen Gruppen mit Diskussion und Übungen bzw. Referaten.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Mehrere Praktikervorträge zu ausgewählten, wechselnden Themen des Innovationsmanagement und des CRM
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	s.u.
Innovationsmanagement	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h500.1
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe
Zugangsvoraussetzung	keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Michael H. Ceyp
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 60 Stunden, davon Kontaktzeit: 15 Stunden Selbststudium: 45 Stunden
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur im Rahmen des Moduls
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Zentrale Zielsetzung der Vorlesung ist die umfassende Vermittlung und Bewertung der Strategien, Prozesse und Instrumente des Innovationsmanagements (unter Einbeziehung marktlicher und wettbewerblicher Einflussfaktoren) und geeigneter Organisationsmaßnahmen, um eine innovationsförderliche Unternehmenskultur zu schaffen. Anhand von praktischen Beispielen des

	Innovationsmanagements („Tops“ und „Flops“) sollen die Studierenden auch in die Lage versetzt werden, Erfolgsfaktoren des Innovationsmanagement zu erkennen, zu bewerten und zu fördern.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Aufbauend auf einem Abschnitt zur begrifflichen Klärung zentraler Konstrukte (z.B. Innovation, Technologie, Technologiebewertung, Früherkennung von Trends, Invention) wird der Prozess des Innovationsmanagement in den Mittelpunkt der Betrachtung gerückt. Hierbei werden neben Innovationsstrategien auch unterschiedliche Timingstrategien und Instrumente, z..B. zur Förderung von Kreativität, analysiert und bewertet. Abgerundet wird die Veranstaltung durch einen Abschnitt zum Controlling im Innovationsmanagement.
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung in kleinen Gruppen mit Diskussion und Übungen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Mindestens ein Praktikervortrag im Rahmen der Vorlesung
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Beise, Marian, Die Lead-Market-Strategie, Heidelberg 2006 • Berndt, Ralph (Hrsg.), Erfolgsfaktor Innovation, Heidelberg 2005. • Disselkamp, Marcus, Innovationsmanagement, Wiesbaden 2005. • Engel/Nippa (Hrsg.), Innovationsmanagement, Heidelberg 2007. • Hauschildt, Jürgen, Innovationsmanagement, 3. Auflage, München 2004. • Holzmüller/Schuh (Hrsg.), Innovationen im sektoralen Marketing, Heidelberg 2005 • König/Völker, Innovationsmanagement in der Industrie. München 2002 • Stern/Jaberg, (Hrsg.), Erfolgreiches Innovationsmanagement, 2. Auflage, Wiesbaden 2005. • Strebel, Heinz (Hrsg.): Innovations- und Technologiemanagement Wien 2003 • Vahs/Burmester (Hrsg.), Innovationsmanagement, 2. Auflage, Stuttgart 2002.
CRM + Neuere Ansätze	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h500.2
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe
Zugangsvoraussetzung	Keine

Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Michael H. Ceyp
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 60 Stunden, davon Kontaktzeit: 15 Stunden Selbststudium: 45 Stunden
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur im Rahmen des Moduls
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Zielsetzung der Vorlesung ist es, dass die Teilnehmer selbständig in die Lage versetzt werden, kritisch distanziert mit neuen CRM-Ansätzen umzugehen und ihren Wert im Vergleich zu traditionellen Aussagen der BWL und des Marketing einzuschätzen. Weitere Zielsetzung ist die praxisorientierte Ableitung von Implikationen neuerer wissenschaftlicher Erkenntnisse. Z.B. sollen komplexe Kundenwertmodelle verstanden und kritisch gewürdigt werden können.
Inhalte der Lehrveranstaltung	In der BWL wird sehr häufig mit Akronymen und neu geschaffenen „Mode-Worten“ argumentiert. Als Beispiele mögen an dieser Stelle dienen: Customer Relationship Management (CRM), Web 2.0, Tagging, Virales Marketing, Multilevel-Marketing oder auch Grassroots Campaigning. Diese Vorlesung ordnet das Begriffswirrwarr und gibt den Studentinnen und Studenten Gelegenheit, Inhalte und Konzeptionen hinsichtlich ihrer Bedeutung treffend einzuordnen. Einen wesentlichen Schwerpunkt bildet hierbei das Customer Relationship Management (CRM).
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung in kleinen Gruppen mit Diskussion und Praxis-Referaten
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	i.d.R. durchgeführt als Blockveranstaltung mit ergänzenden vier Praxisvorträgen und anschließender Diskussion
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bach, V., Österle, H., Customer Relationship Management in der Praxis, Berlin 2000. • Kracklauer, A., et al., Collaborative Customer Relationship Management, Berlin 2004 • Schwetz, W., Customer Relationship Management, Wiesbaden 2000. • sowie diverse Literatur, je nach aktuellem Diskussionsstand

Management Support System

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h55
Modultitel	Management Support System
Semester/ Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Management Support System
Häufigkeit des Angebots des Moduls	SoSe
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4/120 = 3,33%
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studentinnen und Studenten sollen grundlegende und spezielle Begriffe, Konzepte und Techniken der Management-Support-Systeme kennen lernen. Sie sollen diese Systeme beschreiben und hinsichtlich technischer, betriebswirtschaftlicher und auch persönlicher Aspekte

	<p>erklären und bewerten können.</p> <p>Auch sollen die Studentinnen und Studenten ausgewählte Management-Support-Systeme realitätsnah anwenden können. Sie sollen in der Lage sein, diese Systeme eigenständig zu erschließen. Typische Unterschiede zwischen Systemen für die Praxis und aus der Forschung sollen erkannt werden</p>
Inhalte des Moduls	<p>Nach einer Einführung in die Grundlagen der Management-Support-Systeme werden folgende Themenschwerpunkte behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management und Management-Support • Management-Support-Systeme • Decision-Support-Systeme • Arbeiten am Computer mit Software wie beispielsweise ExpertChoice aus der Praxis oder Goalgetter aus der Forschung
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Übungen am Computer, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Ggfs. Gastdozenten
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Ackoff, Russel L.: Management Misinformation Systems, Management Sciences 14, Nr. 4, Dezember 1967 • Drucker, Peter F.: Management Challenges for the 21th Century, 2. Auflage, Butterworth Heinemann, 2007 • Littmann, Peter: Je schöner die Tabellen, desto eher glaubt man ihnen, Brandeins, 02/2004 • Mintzberg, Henry: The manager's job: folklore and fact, Harvard Business Review July-August 1975 • Turban, Efraim et al: Decision Support and Business Intelligence Systems, 8. Auflage, Prentice Hall, 2006
Lehrveranstaltung: Management Support System	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h550
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe
Zugangsvoraussetzung	
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Stallkamp
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Insgesamt 120 Stunden, davon 30 Stunden Kontaktzeit, 90 Stunden Selbststudium
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur/mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Inhalte der Lehrveranstaltung	s.o. Modulbeschreibung
Lehr- und Lernmethoden	s.o. Modulbeschreibung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	s.o. Modulbeschreibung
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur	s.o. Modulbeschreibung

Operations Research

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h60
Modultitel	Operations Research
Semester/ Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Operations Research
Häufigkeit des Angebots des Moduls	SoSe
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Wirtschaftsinformatik Wirtschaftingenieurwesen
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Hans-Detlef Gerhardt
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Hans-Detlef Gerhardt
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 120 Stunden Präsenzstudium: 30 Stunden Eigenstudium: 90 Stunden
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Vorlesung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4/120 = 3,33%
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studentinnen und Studenten lernen komplexe Problemstellungen der Realität systematisch zu analysieren, selbständig zu modellieren und zu lösen. Dabei lernen sie, die Probleme in angemessener Art und Weise zu durchdringen, die Ziele und relevanten

	Zusammenhänge zu erfassen und auf Basis der entwickelten mathematischen Modelle die dazugehörigen mathematischen Lösungsmethoden zu nutzen, um aus verfügbaren Alternativen jeweils die besten Handlungsalternativen auszuwählen. Sie lernen entsprechende Softwaresysteme zur Problemlösung anzuwenden.
Inhalte des Moduls	Veranstaltungsform Vorlesung. Gelehrt werden die mathematischen Methoden des Operations Research. Die Studentinnen und Studenten erlernen mathematische Modelle zu entwickeln, diese so in standardisierte Modelle zu transformieren, dass die gelehrt Lösungsverfahren angewandt werden können. Schließlich lernen die Studentinnen und Studenten, die errechneten Ergebnisse als Grundlage für Entscheidungsfindungen zu interpretieren. Es wird gezeigt, wie der Einsatz von Software (z.B. Simplex-Solver) zur Problemlösung genutzt werden kann
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Veranstaltungsform Vorlesung. Gelehrt werden die mathematischen Methoden des Operations Research. Die Studentinnen und Studenten erlernen mathematische Modelle zu entwickeln, diese so in standardisierte Modelle zu transformieren, dass die gelehrt Lösungsverfahren angewandt werden können. Schließlich lernen die Studentinnen und Studenten, die errechneten Ergebnisse als Grundlage für Entscheidungsfindungen zu interpretieren. Es wird gezeigt, wie der Einsatz von Software (z.B. Simplex-Solver) zur Problemlösung genutzt werden kann.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Altrogge: Netzplantechnik, Oldenbourg-Verlag • Ellinger u.a.: Operations Research Eine Einführung, Springer 2003 • Runzheimer: Operations Research, Lineare Planungsrechnung und Netzplantechnik, Simulation und Warteschlangentheorie , Gabler 1999 • Suhl, Mellouli: Optimierungssysteme. Springer 2006 • Werners: Grundlagen des Operations Research. Springer 2006 • Zimmermann: Operations Research Methoden und Modelle, Viehweg 1992. • Zimmermann: Operations Research Quantitative Methoden zur Entscheidungsvorbereitung, Oldenbourg.
Operations Research	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h600
Semester/Trimester	2 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe

Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Hans-Detlef Gerhardt
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 120 Stunden Präsenzstudium: 30 Stunden Eigenstudium: 90 Stunden
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Die Studentinnen und Studenten lernen komplexe Problemstellungen der Realität systematisch zu analysieren, selbständig zu modellieren und zu lösen. Dabei lernen sie, die Probleme in angemessener Art und Weise zu durchdringen, die Ziele und relevanten Zusammenhänge zu erfassen und auf Basis der entwickelten mathematischen Modelle die dazugehörigen mathematischen Lösungsmethoden zu nutzen, um aus verfügbaren Alternativen jeweils die besten Handlungsalternativen auszuwählen. Sie lernen entsprechende Softwaresysteme zur Problemlösung anzuwenden.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Im ersten Teil der Vorlesung werden die Modelle und Lösungsmethoden der linearen Optimierung behandelt. Es wird auch auf die Ableitung dualer mathematischer Modelle und Lösung dualer Aufgabenstellungen eingegangen. Es werden die Aufgaben der Sensitivitätsanalyse erläutert und beispielhaft wird eine Sensitivitätsanalyse durchgeführt. Behandelt werden des Weiteren die Formulierung, Darstellung und Lösung von Transport- und Zuordnungsproblemen. Im zweiten Teil werden die Grundlagen der Tourenplanung diskutiert sowie Methoden vorgestellt, die bei der Lösung ganzzahliger, nichtlinearer und dynamischer Optimierungsprobleme genutzt werden können. Schließlich werden die Grundlagen der Netzplantechnik diskutiert.
Lehr- und Lernmethoden	Veranstaltungsform Vorlesung. Gelehrt werden die mathematischen Methoden des Operations Research. Die Studentinnen und Studenten erlernen mathematische Modelle zu entwickeln, diese so in standardisierte Modelle zu transformieren, dass die gelehrt Lösungsverfahren angewandt werden können. Schließlich lernen die Studentinnen und Studenten, die errechneten Ergebnisse als Grundlage für Entscheidungsfindungen zu

	interpretieren. Es wird gezeigt, wie der Einsatz von Software (z.B. Simplex-Solver) zur Problemlösung genutzt werden kann.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Altrogge: Netzplantechnik, Oldenbourg-Verlag • Ellinger u.a.: Operations Research Eine Einführung, Springer 2003 • Runzheimer: Operations Research, Lineare Planungsrechnung und Netzplantechnik, Simulation und Warteschlangentheorie , Gabler 1999 • Suhl, Mellouli: Optimierungssysteme. Springer 2006 • Werners: Grundlagen des Operations Research. Springer 2006 • Zimmermann: Operations Research Methoden und Modelle, Viehweg 1992. • Zimmermann: Operations Research Quantitative Methoden zur Entscheidungsvorbereitung, Oldenbourg.

Seminar ABWL

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h65
Modultitel	Seminar ABWL (Master)
Semester/ Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Seminar ABWL
Häufigkeit des Angebots des Moduls	SoSe
Zugangsvoraussetzungen	
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Verwendbarkeit auch in anderen Master-Studiengängen mit betriebswirtschaftlicher Vertiefung
Modulverantwortlicher	div.
Name des Hochschullehrers	div.
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Stunden Kontaktzeit: ca. 10 Stunden Selbststudium etc.: ca. 170 Stunden
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation der Problemstellung mit Gliederung, Abgabe der Hausarbeit in festgelegter Bearbeitungszeit, Referat zum eigenen Thema.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/120=5%
Qualifikationsziele des Moduls	Im Unterschied zum Seminar im Bachelor ist das Seminar im Master inhaltlich freier gehalten, eine zentrale Zielsetzung des Seminars ist daher eine eigenständige Themenerarbeitung. Den Studierenden soll die Gelegenheit gegeben werden, sich tiefgehend mit

	ausgewählten Schwerpunkten der Betriebswirtschaft befassen zu können. Das Seminar soll die Studierenden dabei gezielt an die Aufgabenstellung einer Master-Thesis heranführen. Dies betrifft zunächst die Fähigkeit der Erarbeitung einer Themenstellung zu einer aktuellen betriebswirtschaftlichen Fragestellung. Dies betrifft im Weiteren den wissenschaftlichen und methodischen Anspruch. Hierbei ist insbesondere die eigenständige Sichtung, Aneignung und Bewertung von einschlägiger Fachliteratur Aufgabe der Teilnehmer. Schließlich ist die obligatorische Präsentation und Diskussion der Ergebnisse ebenfalls Aufgabe innerhalb des Seminars.
Inhalte des Moduls	Zu den Seminarthemen werden Hausarbeiten angefertigt, deren zentrale Aussagen anschließend in einem Referat vorgetragen werden. Im Unterschied zum Bachelor-Seminar wird dabei den Studierenden bei der Auswahl der zu bearbeitenden Themen eine größere Wahl gelassen, wobei insbesondere auch eigene Themenvorschläge eingefordert werden. Je nach Betreuer können unterschiedliche Themenbereiche bearbeitet werden.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Veranstaltung in seminaristischer Form. Je nach Betreuer sind unterschiedliche Themenbereiche möglich.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Themenabhängig
Seminar ABWL	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h650
Semester/Trimester	2. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	SoSe
Zugangsvoraussetzung	
Name des Hochschullehrers	div.
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Stunden Kontaktzeit: ca. 10 Stunden Selbststudium etc.: ca. 170 Stunden
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation der Problemstellung mit Gliederung, Abgabe der Hausarbeit in festgelegter Bearbeitungszeit, Referat zum eigenen Thema.

Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Im Unterschied zum Seminar im Bachelor ist das Seminar im Master inhaltlich freier gehalten, eine zentrale Zielsetzung des Seminars ist daher eine eigenständige Themenerarbeitung. Den Studierenden soll die Gelegenheit gegeben werden, sich tiefergehend mit ausgewählten Schwerpunkten der Betriebswirtschaft befassen zu können. Das Seminar soll die Studierenden dabei gezielt an die Aufgabenstellung einer Master-Thesis heranführen. Dies betrifft zunächst die Fähigkeit der Erarbeitung einer Themenstellung zu einer aktuellen betriebswirtschaftlichen Fragestellung. Dies betrifft im Weiteren den wissenschaftlichen und methodischen Anspruch. Hierbei ist insbesondere die eigenständige Sichtung, Aneignung und Bewertung von einschlägiger Fachliteratur Aufgabe der Teilnehmer. Schließlich ist die obligatorische Präsentation und Diskussion der Ergebnisse ebenfalls Aufgabe innerhalb des Seminars.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Zu den Seminarthemen werden Hausarbeiten angefertigt, deren zentrale Aussagen anschließend in einem Referat vorgetragen werden. Im Unterschied zum Bachelor-Seminar wird dabei den Studierenden bei der Auswahl der zu bearbeitenden Themen eine größere Wahl gelassen, wobei insbesondere auch eigene Themenvorschläge eingefordert werden. Je nach Betreuer können unterschiedliche Themenbereiche bearbeitet werden.
Lehr- und Lernmethoden	Veranstaltung in seminaristischer Form. Je nach Betreuer sind unterschiedliche Themenbereiche möglich.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Themenabhängig

Planspiel Unternehmensgründung

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h70
Modultitel	Planspiel Unternehmensgründung
Semester/ Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Planspiel Unternehmensgründung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	WS
Zugangsvoraussetzungen	Vorbereitung erfolgt durch das Lesen der Teilnehmerhandbücher des Softwareherstellers
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Master Wirtschaftsingenieurwesen
Modulverantwortlicher	Dipl.-Kfm. G. Harms
Name des Hochschullehrers	Dipl.-Kfm. G. Harms, M.Sc. C. Uhlig
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	<p>Gesamtworkload: 180 Stunden Präsenzstudium: 8 Stunden Eigenstudium: 172 Stunden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Businessplan: 120 Stunden • Spieldurchlauf: 36 Stunden • Präsentation: 16 Stunden
SWS	1 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	1 schriftliche Ausarbeitung (Business-Plan) 1 unbewerteter Spieldurchlauf (4 Spielperioden) 1 bewerteter Spieldurchlauf (8 Spielperioden) 2 Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/120=5%
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kenntnis über die Probleme und der Erfolgsfaktoren einer Existenzgründung sowie

	<p>Aufbau der zugehörigen Problemlösungskompetenz.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fähigkeit sich in der Informationsflut, der sich ein Existenzgründer ausgesetzt sieht, zu Recht zu finden; Fähigkeit die für aktuelle Entscheidungen relevanten Informationen zu extrahieren. ▪ Fähigkeit, einen Business Plans zu erstellen und zu beurteilen; erkennen der zentralen Elemente und Sensibilisierung für die wichtigen Punkte und Kriterien, auf die ein „realer“ Beteiligungskapitalgeber Wert legt. ▪ Transparenz für die Folgen von getroffenen Entscheidungen gewinnen. ▪ Ziele zur Unternehmenssteuerung sinnvoll formulieren und nutzen können. ▪ Strategisches Denken verbessern; Strategien an Ziele koppeln und in Entscheidungen umsetzen. ▪ Teamarbeit und Organisation verbessern.
Inhalte des Moduls	<p>Inhalt der Lehrveranstaltung ist die Durchführung eines computergestützten Planspiels. Im Planspiel wird der gesamte Prozess einer Existenzgründung von der Darstellung der erarbeiteten Geschäftsidee über das Ausarbeiten eines Business Plans bis hin zum Markteintritt und nachfolgender Geschäftstätigkeit durchlaufen. Hintergrund des Planspiels ist eine Existenzgründung im Dienstleistungsbereich; hier eines Fitness-Centers. Im Planspiel arbeiten Studierende in Kleingruppen zusammen. Mehrere Kleingruppen konkurrieren auf dem jeweiligen Markt miteinander. Im Verlauf von acht Perioden der Geschäftstätigkeit treffen die Gruppen unter Berücksichtigung gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen alle wichtigen unternehmerischen Entscheidungen. Ein computergestütztes Simulationsprogramm verarbeitet die getroffenen Entscheidungen und simuliert den Wettbewerb. Nach jeder Entscheidungsrunde erfahren die Studierenden durch Auswertungen, ob und inwieweit ihre Maßnahmen erfolgreich waren.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	s.u. bei der Veranstaltungsbeschreibung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	s.u. bei der Veranstaltungsbeschreibung
Planspiel Unternehmensgründung	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h700
Semester/Trimester	1. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	WS

Zugangsvoraussetzung	Vorbereitung erfolgt durch das Lesen der Teilnehmerhandbücher des Softwareherstellers
Name des Hochschullehrers	Dipl.-Kfm. G. Harms, M.Sc. C. Uhlig
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 180 Stunden Präsenzstudium: 8 Stunden Eigenstudium: 172 Stunden <ul style="list-style-type: none"> • Businessplan: 120 Stunden • Spieldurchlauf: 36 Stunden • Präsentation: 16 Stunden
SWS	1 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	1 schriftliche Ausarbeitung (Business-Plan) 1 unbewerteter Spieldurchlauf (4 Spielperioden) 1 bewerteter Spieldurchlauf (8 Spielperioden) 2 Präsentationen
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kenntnis über die Probleme und der Erfolgsfaktoren einer Existenzgründung sowie Aufbau der zugehörigen Problemlösungskompetenz. ▪ Fähigkeit sich in der Informationsflut, der sich ein Existenzgründer ausgesetzt sieht, zu Recht zu finden; Fähigkeit die für aktuelle Entscheidungen relevanten Informationen zu extrahieren. ▪ Fähigkeit, einen Business Plans zu erstellen und zu beurteilen; erkennen der zentralen Elemente und Sensibilisierung für die wichtigen Punkte und Kriterien, auf die ein „realer“ Beteiligungskapitalgeber Wert legt. ▪ Transparenz für die Folgen von getroffenen Entscheidungen gewinnen. ▪ Ziele zur Unternehmenssteuerung sinnvoll formulieren und nutzen können. ▪ Strategisches Denken verbessern; Strategien an Ziele koppeln und in Entscheidungen umsetzen. ▪ Teamarbeit und Organisation verbessern.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Inhalt der Lehrveranstaltung ist die Durchführung eines computergestützten Planspiels. Im Planspiel wird der gesamte Prozess einer Existenzgründung von der Darstellung der erarbeiteten Geschäftsidee über das Ausarbeiten eines Business Plans bis hin zum Markteintritt und nachfolgender Geschäftstätigkeit durchlaufen. Hintergrund des Planspiels ist eine Existenzgründung im Dienstleistungsbereich; hier eines Fitness-Centers. Im Planspiel arbeiten Studierende in Kleingruppen zusammen. Mehrere Kleingruppen konkurrieren auf dem jeweiligen Markt miteinander. Im Verlauf von acht Perioden der Geschäftstätigkeit treffen die Gruppen unter Berücksichtigung gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen alle wichtigen unternehmerischen Entscheidungen. Ein computergestütztes Simulationsprogramm verarbeitet

	die getroffenen Entscheidungen und simuliert den Wettbewerb. Nach jeder Entscheidungsrunde erfahren die Studierenden durch Auswertungen, ob und inwieweit ihre Maßnahmen erfolgreich waren.
Lehr- und Lernmethoden	Schriftliche Ausarbeitung eines Business-Plans und zweier Vorträge. Bewertetes Feedback zum Business-Plan, zum Spieldurchlauf und zu den Vorträgen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Klandt, H.: Gründungsmanagement: Der Integrierte Unternehmensplan, Business Plan als zentrales Instrument für die Gründungsplanung, 2. vollständig überarb. und stark erw. Aufl., München 2006. • Klandt, H., Finke-Schürmann, T.: Existenzgründung für Hochschulabsolventen: So erstellen Sie einen überzeugenden Business Plan, Frankfurt am Main 1998. • McKinsey & Company: Planen, gründen, wachsen, Mit dem professionellen Business Plan zum Erfolg, 4. aktualisierte Aufl., Wien 2007.

Praxis- und Projektarbeiten

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h75
Modultitel	Praxis- und Projektarbeiten
Semester/ Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht (wenn keine Option Auslandssemester gewählt wird)
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Fallstudie Praktikum Assistenz
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Keine
Modulverantwortlicher	Im Wechsel
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Thorsten Giersch Prof. Dr. Sabine Baumann Prof. Dr. Michael H. Ceyp
Unterrichts-/ Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	24
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload 720 Stunden, davon im Rahmen des Betriebspraktikums 300 Stunden im Unternehmen, der Rest kann sich je nach Fallstudie und Assistenz unterschiedlich auf Recherche, Unternehmenskontakte, Hochschulkontakte zur Abstimmung und Ausarbeitung verteilen.
SWS	Nicht anwendbar
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Nur die Fallstudie wird benotet, die restlichen Leistungen werden durch entsprechende Nachweise erbracht, siehe hierzu unten.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	24/120=20%
Qualifikationsziele des Moduls	Das Modul enthält drei Teilleistungen, denen eine praktische Komponente gemeinsam ist. In allen drei Fällen

	<p>geht es darum, den Transfer von erlernten Inhalten und Techniken auf neue konkrete Aufgabenstellungen eigenverantwortlich zu organisieren.</p> <p>Diese Aufgabenstellungen sind dabei in einem jeweils speziellen Umfeld zu erbringen, welches neben Fach- und Methodenkompetenz auch soziale Kompetenzen in besonderem Maße einfordert und festigt.</p> <p>Da das Modul im 3. Semester des Masterstudiums angesiedelt ist, werden hier entsprechend auch reife und verantwortliche Leistungen erwartet, die bereits eine hohe Effektivität und Problemlösungskompetenz aufweisen.</p>
Inhalte des Moduls	Bearbeitung unterschiedlicher praktisch-orientierter und problembezogener Fragestellungen, näheres s.u.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	s.u.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Themenabhängig
Fallstudie	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h750
Semester/Trimester	3. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht (wenn keine Option Auslandssemester gewählt wird)
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Betreuender Dozent
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 Stunden, die sich variabel auf Recherche, Unternehmenskontakte, Abstimmung und Ausarbeitung verteilen.
SWS	Nicht anwendbar
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Benotete Fallstudiendokumentation und -präsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Bei der Fallstudie handelt es sich um eine eigenständige, empirisch orientierte Bearbeitung einer unternehmensnahen Fragestellung. Die Anfertigung der Fallstudie kann als direkte Vorbereitung der Master-Thesis dienen, sie kann aber auch eine hiervon losgelöste Fragestellung im Kontakt mit einem Unternehmen bearbeiten. Besonderer Wert wird auf eine konzeptionell anspruchsvolle und aktuelle Fragestellung und eine innovative Herangehensweise gelegt, die einen echten Mehrwert erwarten lässt.</p> <p>Im Rahmen der Anfertigung der Fallstudie als Gruppenarbeit werden zusätzlich auch stärker Techniken des projektorientierten Arbeitens vertieft.</p> <p>Die Bearbeitung der Fallstudie stärkt das Problemverständnis für die im Folgesemester anstehende Master-Thesis. Darüber hinaus bedeutet die Fallstudienarbeit in Ergänzung zum Betriebspraktikum eine angemessene Vorbereitung auf den Praxiseinstieg.</p>
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Die Fallstudie kann in unterschiedlicher Weise angefertigt werden, als Gruppenarbeit oder als Einzelarbeit. Im Rahmen der Fallstudie werden Studierende in Kleingruppen (bis ca. 4 Personen) eine konkrete Aufgabenstellung - i.d.R. aus einem Unternehmen - erhalten und diese versuchen unter Anwendung gelernter Konzepte ihres bisherigen Studiums zu lösen. Hierzu bedarf es eines guten Projektmanagements und eines intensiven Dialogs mit dem „beauftragenden“ Unternehmen. Die Fallstudienthemen können aus unterschiedlichen Gebieten der BWL stammen.</p> <p>Als Abschluss der Fallstudie sind die schriftlich dokumentierten Erkenntnisse und Problemlösungsansätze i.d.R. vor dem Unternehmen zu präsentieren.</p> <p>In Verbindung mit dem Betriebspraktikum kann ein engerer Kontakt zu ausgewählten Unternehmen entstehen. Diese Praxiskontakte können auch im Rahmen der Master-Thesis genutzt werden.</p>
Lehr- und Lernmethoden	Eigenständige Bearbeitung eines Themas unter Beachtung der Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens wie sie auch schon im Rahmen der Seminararbeit anzuwenden waren. Zusätzlich hier mit eigenständiger Themenerarbeitung. Begleitung der Ausarbeitung durch betreuenden Dozenten und Unternehmen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Themenabhängig.
Betriebspraktikum	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h752
Semester/Trimester	3. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht (wenn keine Option Auslandssemester gewählt wird)

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzung	Das Betriebspraktikum darf frühestens im 3. Verwaltungssemester absolviert werden. Vor Vertragsbeginn muss ein interner Betreuer (Dozent) feststehen.
Name des Hochschullehrers	Betreuender Dozent
Unterrichts-/Lehrsprache	Nicht anwendbar
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Das Betriebspraktikum soll mindestens 10 Wochen dauern und sich auf eine ganztägige Beschäftigung ohne Unterbrechung beziehen.
SWS	Nicht anwendbar
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Vor Beginn ist dem Dozenten ein schriftliches Konzept über die geplante und mit dem Unternehmen abgestimmte inhaltliche Ausgestaltung des Praktikums vorzulegen. Während des Praktikums sind dem betreuenden Dozenten Statusberichte vorzulegen und am Ende ist ein Abschlussbericht vorzulegen, aus dem Umfang, Tiefe und Qualität des Praktikums erkennbar werden, näheres regelt die Praktikumsordnung.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	Es wird keine Note vergeben, sondern nur die Voraussetzung der Erfüllung der Leistung überprüft.
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<p>Die Ausbildung an einer Fachhochschule ist anwendungsorientiert. Im Rahmen des BWL-Studiums bedeutet dies insbesondere eine starke Einbindung unternehmensnaher Fragestellungen in das Studium. In besonders direkter Weise erfolgt dies im Rahmen des Betriebspraktikums. Das Betriebspraktikum im Master soll dazu beitragen, dass auch das Masterstudium eine enge Verbindung von Wissenschaft und Praxis ermöglicht.</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen ihr erworbenes Wissen im Unternehmen aktiv einzubringen, • können ihr erworbenes Fach- und Methodenwissen mit echten Problemstellungen aus dem Unternehmen verbinden, • erweitern durch die neuen Erfahrungen nachweislich ihre Employability und • haben die Chance sich als künftige Führungskräfte zu erproben. <p>In besonderer Weise bietet das Betriebspraktikum eine hervorragende Möglichkeit die eigene berufliche Profilbildung zu stärken. Darüberhinaus kann in Abstimmung mit dem Unternehmen und der Hochschule eine Fragestellung für die Master-Thesis entwickelt werden, die dem Anspruch der Verbindung von Praxis und Wissenschaft einer Fachhochschule gerecht werden.</p>

Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Das Betriebspraktikum soll grundsätzlich vertieften Einblick in Prozesse und Aufbau eines Betriebes geben. Im Rahmen des Masterstudiums geht es hier weniger um einen allgemeinen Überblick, sondern mehr um den tieferen Einstieg in spezifische Unternehmensbereiche. Das Einsatzfeld soll dabei dem Masterstudium angemessen und möglichst einem konkreten Unternehmensprojekt zugeordnet sein.</p> <p>Es wird aus Sicht der Hochschule angestrebt, dass das Betriebspraktikum als Vorlaufphase für eine sich unmittelbar anschließende Master-Thesis beim gleichen Unternehmen genutzt wird. Entsprechend ist dies bei der inhaltlichen Ausgestaltung des Praktikums zu berücksichtigen.</p> <p>Insbesondere sollen im Rahmen des Praktikums Fragestellungen angeregt werden, die im Rahmen der Master-Thesis aufgegriffen und vertieft werden können. Dieser Anspruch an das Praktikum kann z.B. im Rahmen einer Tätigkeit im direkten Umfeld der Assistenz einer Geschäftsführung, einer Zuordnung zu einem Stab oder einer Abteilungsleitung oder einem bestimmten Unternehmensprojekt umgesetzt werden.</p> <p>Das Praktikum ist eine Brücke zur unternehmensnahen Master-Thesis, von einer zusätzlichen thematischen Festlegung auf spezifische operative und strategische Inhalte wird daher abgesehen.</p>
Lehr- und Lernmethoden	Eigenständige Kontaktaufnahme mit Unternehmen. Lernen in der betrieblichen Praxis, Vertiefung und Übertragung von Lerninhalten des Masterstudiums. Rückkopplung zur Fachhochschule Wedel durch Betreuung des jeweiligen Dozenten.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Themenabhängig
Assistenz	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h751
Semester/Trimester	3. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	div.

Unterrichts-/Lehrsprache	n.a.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 120 Stunden, je nach Assistenz Unterschiedliche Anteile von Kontaktzeiten, Selbststudium und sonstigen Zeiten.
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Unbenoteter Bearbeitungsnachweis
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	Unbenotet
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Die Assistenz fördert die Fähigkeiten, die Studierende benötigen, um eine Aufgabe selbständig unter vorgegebenen Restriktionen (Ressourcen, Zeit) zu bearbeiten. <ul style="list-style-type: none"> • Analyse der Aufgabenstellung • Problemspezifische Lösungsentwicklung • Selbstmanagement und Zeitmanagement • Erprobung sozialer Kompetenzen im Umgang mit Auftraggeber und sonstigen Kontaktpersonen
Inhalte der Lehrveranstaltung	Thematisch ist die Assistenz weit gefächert, sie soll eine spezifische Unterstützung der Hochschule leisten, die das Fach- und Methodenwissen der Studierenden erweitert und auch erweiterte Anforderungen an die persönliche Kompetenz stellt. Im Masterstudium ist der inhaltliche Anspruch an die Assistenz höher und geht mehr in die Richtung einer Unterstützung in der angewandten Forschung oder bei der Erstellung von Lehrmaterialien. Beispiel kann auch die Erarbeitung von Konzepten für die Hochschule oder die Betreuung von Hochschulaufgaben sein.
Lehr- und Lernmethoden	Je nach Assistenz unterschiedlich, häufig projektorientiertes, ganzheitliches Lernen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Themenabhängig

Auslandssemester Master

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h80
Modultitel	Auslandssemester Master
Semester/ Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	Veranstaltungen an der Napier University, Edinburgh. Werden in einem Learning Agreement festgelegt (siehe Inhalte).
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Keine
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Sabine Baumann
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Sabine Baumann
Unterrichts-/ Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 900 Stunden Kontaktzeit: 250 Stunden Selbststudium: 650 Stunden
SWS	Nicht anwendbar
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Entsprechend der Prüfungsbestimmungen an der Partnerhochschule, i.d.R. Klausur, mündliche Prüfung oder Hausarbeit mit Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	30/120=25%
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none">• Erweiterung der fachlichen Qualifikationen in Ergänzung des Wedeler Curriculums• Vertiefung der Fremdsprachenkenntnisse• Kennen lernen einer anderen Kultur: Entwicklung des Verständnisses für unbekanntere kulturelle Traditionen

	<p>und Vertiefung allgemeiner Kenntnisse in den Bereichen Wirtschaft, Gesellschaft und Politik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auseinandersetzung mit fremden Werten und Einstellungen • Erweiterung der Sozialkompetenz/Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit/Festigung des persönlichen Auftretens • Vorbereitung auf die Master-Thesis, insbesondere soll im Rahmen des Auslandssemesters eine Anregung und erste Hinführung zu möglichen Fragestellungen für eine Master-Thesis ermöglicht werden.
Inhalte des Moduls	<p>Die Studierenden belegen an der Partnerhochschule Napier University, Edinburgh, drei Module à 10 ECTS des Studiengangs MSc Management. Die wählbaren Veranstaltungen werden im Sommer vor dem Auslandsaufenthalt gemeinsam mit der Partnerhochschule und in Rücksprache mit betreuenden Dozenten der FH Wedel festgelegt:</p> <p>Aktuell wählbare Module:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategic Management Accounting • Strategic Marketing in Financial Services • Contemporary Issues in Financial Reporting • Strategic Decision Making • Business Economics in a Global Environment • Managing Risk • New Venture Planning • Growth Venture Management • HRM in International Context • Logistics and Supply Chain Management Strategy • Strategic Brand Management • Global Marketing • Public Services Marketing • Marketing Ethics • Management of Hospitality Operations • Tourism Marketing <p>Die genaue Auswahl wird mit der Leitung des International Office abgestimmt und in einem Learning Agreement niedergelegt. Nach der Rückkehr erfolgt die Anerkennung auf Basis des Transcript of Records.</p> <p>Nähere Informationen zum Gesamtprozess siehe Antrag.</p> <p>Für die Zukunft ist ein Angebot weiterer Partnerhochschulen in Planung.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Abhängig von den besuchten Veranstaltungen an der Partnerhochschule. Reichen von Vorlesungen mit zugehörigen Tutorien bis zu Seminaren und Fallstudien.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Abhängig von den an der Partnerhochschule besuchten Veranstaltungen.

Auslandssemester Master (Vorlesungen an der ausländischen Hochschule)	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	h800
Semester/Trimester	3. Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Sabine Baumann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Gesamtworkload: 900 Stunden Kontaktzeit: 250 Stunden Selbststudium: 650 Stunden
SWS	Nicht anwendbar
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Entsprechend der Prüfungsbestimmungen an der Partnerhochschule, i.d.R. Klausur, mündliche Prüfung oder Hausarbeit mit Präsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	100%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	Siehe Modulbeschreibung
Inhalte der Lehrveranstaltung	Siehe Modulbeschreibung
Lehr- und Lernmethoden	Siehe Modulbeschreibung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe Modulbeschreibung

Master-Thesis

Stand: 19.02.2009



Modul-Nr./ Code	h90 bzw.Prüfungsleistung h999
Modultitel	Master-Thesis
Semester/ Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	
Verwendbarkeit des Moduls für andere Module und Studiengänge	Keine
Modulverantwortlicher	Betreuender Dozent/ betreuende Dozentin
Name des Hochschullehrers	div.
Unterrichts-/ Lehrsprache	Nicht anwendbar
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30
Gesamtworkload und ihre Zusammen- setzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Die Master-Thesis ist spätestens sechs Monate nach ihrer Ausgabe fertig zu stellen.
SWS	Nicht anwendbar
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Ausarbeitung mit Kolloquium, näheres regelt die Prüfungsordnung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	30/120 = 25%
Qualifikationsziele des Moduls	Der Master-Thesis kommt nicht zuletzt wegen der Gewichtung mit 30 ECTS eine zentrale Rolle im Rahmen des Master-Studienganges zu. Sie dient als Instrument, die während des Studiums erworbenen Inhalte in methodischer sicherer Form und mit einem guten Projekt-

	<p>management, in eine wissenschaftliche, schriftliche Arbeit zu überführen. Gleichzeitig soll die Master-Thesis in ihrer Aussagekraft aufgrund der engen Praxisverknüpfung für ein Unternehmen hilfreich bei der Lösung realer Managementprobleme sein.</p> <p>In der Master-Thesis soll die Kandidatin oder der Kandidat zeigen, dass sie oder er in der Lage ist, eine komplexe Aufgabenstellung mit wissenschaftlich methodischer Vorgehensweise selbständig und zielorientiert innerhalb eines beschränkten Zeitraumes zu bearbeiten.</p> <p>Mit den Masterarbeiten im Studiengang Betriebswirtschaftslehre wird ein deutlich höheres theoretisches Niveau als bei den Bachelor-Arbeiten angestrebt, nicht zuletzt um die Promotionsfähigkeit der Studierenden auszubilden. Deshalb wird für die Bearbeitung auch eine längere Bearbeitungszeit als im Bachelor-Studiengang eingeräumt.</p>
<p>Inhalte des Moduls</p>	<p>Das Thema der Arbeit wird in der Regel in enger Abstimmung mit dem Unternehmen, das die Fragestellung liefert, entwickelt. Das Thema orientiert sich an der gewünschten Schwerpunktsetzung der Studierenden. Der betreuende Dozent/die betreuende Dozentin hat dabei sicherzustellen, dass die Aufgabenstellung den Qualifikationszielen einer Master-Thesis entspricht.</p> <p>Für den Fall, dass kein Auslandssemester gewählt wurde, ist angestrebt, dass das vorherige Betriebspraktikum als Vorlaufphase für eine sich unmittelbar anschließende Master-Thesis beim gleichen Unternehmen genutzt wird, vgl. Modul „Praxis- und Projektarbeiten“.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Eigenständige Bearbeitung eines Themas unter Beachtung der Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens wie sie auch schon im Rahmen der Seminararbeit anzuwenden waren. Zusätzlich hier mit eigenständiger Themaerarbeitung. Begleitung der Ausarbeitung durch betreuenden Dozenten und Unternehmen.</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Themenabhängig</p>

Index aller Prüfungsleistungen/Lehrveranstaltungen

h100 Quantitative Modelle	4	h450.2 Übung Multivariate Statistik	35
h150.1 Strategisches Management	7	h500.1 Innovationsmanagement	39
h150.2 Organisationslehre	8	h500.2 CRM	40
h150.3 Change Management	10	h550 Management Support System	43
h200.1 Internationale Wirtschaft	13	h600 Operations Research	46
h200.2 Internationalisierung von Dienstleistungen	14	h650 Seminar ABWL	50
h250.1 Unternehmenskommunikation	18	h700 Planspiel Unternehmensgründung	53
h250.2 Verhandlungsführung	20	h750 Fallstudie	57
h300 Data Warehouse	23	h751 Assistenz	60
h350 Enterprise Resource Planning	27	h752 Betriebspraktikum	58
h400.1 Entscheidungstheorie	29	h800 Vorlesungen Ausland	64
h400.2 Industrieökonomik	31	h999 Master-Thesis	65
h450.1 Marktforschung	34		