



MODULHANDBUCH  
General Management (GM)  
(GM-M)

Stand: 30.04.2026

# Studien- und Prüfungsordnung 20202

## Modulhandbuch GM-M

### Inhaltsverzeichnis

1. Semester.....	4
GM-01: Communication & Leadership.....	5
GM-02: Project Management.....	8
GM-09: Marketing.....	10
GM-10: Electives.....	13
GM-11: Student Consulting Project.....	14
GM-12: Master-Thesis.....	15
2. Semester.....	16
GM-03: Managerial Finance & Accounting.....	17
GM-04: Logistics.....	20
GM-05: Specific Economic Aspects.....	23
GM-06: Strategic Management.....	26
3. Semester.....	30
GM-07: Elements of Digitalization.....	31
GM-08: Change Management.....	33

# 1. Semester

GM-01: Communication & Leadership

GM-02: Project Management

GM-09: Marketing

GM-10: Electives

GM-11: Student Consulting Project

GM-12: Master-Thesis

## GM-01: Communication & Leadership

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Da der Teilnehmerkreis aus berufserfahrenen Personen besteht, können Grundkenntnisse der Arbeit in verschiedenen Funktionsbereichen, sowie Kenntnisse von Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen vorausgesetzt werden. Erste Vorerfahrungen in Führungszusammenhängen aus der Perspektive Führungskraft oder Mitarbeiter*in sind erforderlich.
<b>Lehrform</b>	Seminar
<b>Lernziele</b>	Ziel dieses Moduls ist es, die Teilnehmer mit Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten so auszustatten, dass sie in der Lage sind, ihre Ziele und Aufgaben als Führungspersonen in unterschiedlichen Situationen und unter komplexen Rahmenbedingungen erfolgreich zu erfüllen. - Sie können Führungsinstrumente und -techniken gezielt einsetzen, um ihre Führungsaufgaben effizient und effektiv zu lösen. - Sie sind in der Lage, die Arbeitsbedingungen für ihre Mitarbeiter so zu gestalten, dass diese motiviert, herausgefordert und gefördert werden. - Sie verfügen über kommunikative und soziale Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, die Beziehungen insbesondere zu Mitarbeitern und internationalen Geschäftspartnern situationsgerecht zu gestalten.
<b>Dauer</b>	1 Semester
<b>SWS</b>	6 SWS
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung: 67,50 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit: 172,50 h
	Workload: 240,00 h
<b>ECTS</b>	8,00 ECTS
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung: Praktische Arbeit
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer
<b>Empfohlenes Semester</b>	1. Semester
<b>Häufigkeit</b>	jedes Jahr (WS)
<b>Verwendbarkeit</b>	General Management (Master)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Human Resource Management</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	B+W711
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	Inhalt der Lehrveranstaltung sind ausgewählte personalwirtschaftliche Themen, die auch für Führungskräfte außerhalb des Personalbereiches relevant sind. Hierzu gehören insbesondere die Themenbereiche: - Strategisches Personalmanagement "HR 4.0" - Herausforderungen ("Megatrends") an ein modernes HR-Management - HRM-Einfluss auf die Unternehmenskultur, Employer Branding - HRM vor, während und am Ende der Beschäftigung von Mitarbeitern - Personalbeschaffung, Mitarbeiterführung und -entwicklung, Feedback, Vergütungs- und Arbeitszeitsysteme

	- Karriereplanung Bei diesen Punkten werden jeweils auch die arbeitsrechtlichen und die mitbestimmungsrechtlichen Fragen behandelt. Die genannten Themenbereiche werden jeweils sowohl aus Arbeitgeber als auch aus Arbeitnehmersicht erörtert.
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	Lindner-Lohmann, D.: Personalmanagement, 2. Auflage, Springer-Gabler, 2012. Baron, A., Armstrong, M.: Human Capital Management - Achieving Added Value through People, 1st edition, London UK: Kogan Page, 2008. Gaugler et. al.: Handwörterbuch des Personalwesens, 3. Auflage, Stuttgart: Schäffer Poeschel Verlag, 2004. Weuster, A.: Personalauswahl: Anforderungsprofil, Bewerbersuche, Vorauswahl und Vorstellungsgespräch, 1. Auflage, Wiesbaden: Gabler Verlag, 2004.

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Leadership</b>	
Art	Seminar
Nr.	B+W712
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Zentraler Inhalt der Veranstaltung ist die Aufgabe der Mitarbeiterführung durch Vorgesetzte. Hierzu gehören verschiedene Schwerpunkte, insbesondere folgende Themenbereiche: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswahl und Förderung von Führungskräften</li> <li>- Systeme von Arbeitsmotiven</li> <li>- Konzept der Mitarbeiterzufriedenheit</li> <li>- Ansätze und Erfolgsfaktoren der Mitarbeiterführung</li> <li>- Leistungsmotivierung der Mitarbeiter</li> <li>- Teambildung und Teamkonflikte</li> <li>- Umgang mit verschiedenen Mitarbeitergruppen</li> <li>- Interkulturelle Kompetenzen</li> <li>- Ethische Probleme der Mitarbeiterführung</li> <li>- Messung des Führungserfolges</li> </ul>
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	Breyer-Mayländer, T.: Führung braucht Klarheit, 1. Auflage, München: Carl Hanser Verlag, 2015. Nohria, N./Khurana, R.: Handbook of Leadership in Theory and Practice. Boston: Harvard Business Press, 2010. Morgan, G.: Images of Organizations. Thousand Oaks: Sage, 2016.

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Cross Cultural Management</b>	
Art	Seminar
Nr.	B+W713
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Most people are well aware that doing business with countries in other parts of the globalized world requires special skills to overcome differences in the traditional style of verbal and non-verbal communication and behavior. The seminar looks at ways of categorizing cultures into linear active, multi-active

	<p>or reactive cultures. Whether a culture is data-oriented or a listening culture influences how we behave in general, and the impact of this on how different nationalities carry out business is considered in detail. How different nationalities behave during meetings, their expectations regarding presentations and negotiations are covered.</p> <p>An important part of the course is the study of cultural conditioning, of how our own culture shapes the way we look at the world and how we judge other cultures.</p> <p>To do international business successfully involves developing social skills necessary to cope with situations which are not typical in our own culture. We discuss attitudes to time, coping with eating out, giving presents, hand-shaking and social taboos.</p>
<p><b>Lehrveranstaltungs- sprache</b></p>	<p>de</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Lewis, R.D.: When cultures Collide, 3rd edition, London UK: Nicholas Brealey International Publishing, 2005.</p> <p>Hall, E.T.: Understanding cultural differences: Germans, French and Americans, 1st edition, Boston USA: Intercultural Press, 2000.</p> <p>Hofstede, G.: Culture's consequences, 2nd edition, California USA: Sage Publications, 2001.</p> <p>Axtell, R.E. Do's and taboos around the world, 3rd edition, New Jersey USA: John Wiley &amp; Sons, 1993.</p> <p>Mole, J.: Mind your manners. Managing business cultures across Europe, 3rd edition, London UK: Nicholas Brealey International Publishing, 2003.</p>

## GM-02: Project Management

Empfohlene Vorkenntnisse	Grundkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre	
Lehrform	Vorlesung/Übung/Seminar	
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Studierenden erwerben methodisches Wissen für die Projektarbeit, Projektpräsentationen und das eigene Verhalten in einer Projektorganisation</li> <li>- Die Studierenden erproben Vorgehensweisen des Projektmanagements praktisch in Kleingruppenarbeiten</li> <li>- Die Studierenden identifizieren konkrete Problemlösungsansätze in allen Projektphasen, auch und gerade im Bereich der Soft Skills und wenden diese selbst praktisch an</li> <li>- Die Studierenden sammeln konkrete Projektmanagementenerfahrung im Team und transferieren die Erkenntnisse auf andere typische Problemstellungen auch außerhalb der Projektarbeit</li> </ul>	
Dauer	1 Semester	
SWS	4 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	45,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	105,00 h
	Workload:	150,00 h
ECTS	5,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung: Mündliche Prüfungsleistung	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Steffen Rietz	
Empfohlenes Semester	1. Semester	
Häufigkeit	jedes Jahr (WS)	
Verwendbarkeit	General Management (Master)	

LEHRVERANSTALTUNG: Project Management		
Art	Vorlesung/Übung	
Nr.	B+W733	
SWS	2,00 SWS	
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Projektmanagements</li> <li>- Projektstart mit Auftragsklärung und Anforderungsanalyse</li> <li>- Projektumfeldanalyse inkl. dem daraus folgenden aktiven Risiko- und Stakeholdermanagement</li> <li>- Projektplanung, d.h. Projektstrukturplanung zzgl. integrierter Termin-, Ressourcen- und Budgetplanung</li> <li>- Projektsteuerung und Fortschrittskontrolle</li> <li>- Konfigurations- und Änderungsmanagement (Change Request Verfahren)</li> <li>- Qualitätsmanagement, Qualitätssicherung inkl. ständigem Verbesserungsprozess</li> <li>- Projektabnahme und -abschluss</li> </ul>	
Lehrveranstaltungs-sprache	de	

<b>Literatur</b>	<p>GPM (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4), Nürnberg: GPM-Verlag, 2019 (primär Bd. 1).</p> <p>Rietz, S. / Steinhoff, F.: Projektmanagement - 100 Fragen, 100 Antworten, Düsseldorf: WEKA Verlag, 2018.</p> <p>Lang/ Wagner: Der Weg zum projektorientieren Unternehmen, München: Hanser-Verlag, 2019.</p> <p>ausgewählte Normen zum Projektmanagement, insb. DIN 69901, DIN 69909 und ISO 21500 ff.</p>
------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Soft Skills for Experts &amp; Manager</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	B+W734
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soft Skills definieren und abgrenzen</li> <li>- Kommunikationspsychologische Grundlagen wie das 4-Ohren-Quadrat von Schulz-von-Thun, Watzlawick"s Axiome der Kommunikation und Teufelskreise der Kommunikation</li> <li>- Konstruktivismus und Systemtheorie</li> <li>- "Aktives Zuhören" anwenden</li> <li>- Umgang mit Konflikten am Arbeitsplatz</li> <li>- Präsentieren, Teammeetings moderieren und visualisieren</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 2, Hamburg: Rowohlt Verlag, 1981.</p> <p>Maturana, H./ Varela, F.: Der Baum der Erkenntnis, Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 1987.</p> <p>König, E./ Volmer, G.: Handbuch Systemische Organisationsberatung, Weinheim, Basel: Beltz Verlag, 2008.</p> <p>Rogers, C./ Rosenberg, R.: Die Person als Mittelpunkt der Wirklichkeit, Stuttgart: Klett-Cotta, 1980.</p> <p>Reynolds, G.: Zen oder die Kunst der Präsentation, Heidelberg: dpunkt.verlag, 2008.</p> <p>Duarte, N.: slide:ology oder die Kunst, brillante Präsentationen zu entwickeln. Köln: O"Reilly, 2009.</p>

## GM-09: Marketing

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Da der Teilnehmerkreis aus berufserfahrenen Personen besteht, können Grundkenntnisse der Arbeit in verschiedenen Funktionsbereichen, sowie Kenntnisse von Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen vorausgesetzt werden.	
<b>Lehrform</b>	Seminar	
<b>Lernziele</b>	Die Studierenden analysieren und bestimmen anhand praktischer Situationen den Prozess und die einzelnen Planungsschritte der strategischen und taktischen Marketingplanung für ein Produkt bzw. eine Produktgruppe. Hierzu gehört auch das Wissen zur Erstellung eigenständiger Marketingpläne für konkrete Aufgaben (Fallbeispiele) mit definierter Wettbewerbsstrategie, Segmentierung und Differenzierung / Positionierung und umsetzbarem taktischen Marketing-Mix. Die Studierenden lernen Ansätze zur Definition von Marken, verschiedene Markenidentitätsmodelle und Verständnisvarianten von Markenpositionierungen sowie Planungsprozesse zur Entwicklung von Markenidentitäten und -positionierungen kennen. Im Rahmen einer Fallstudie wenden sie das erworbene Wissen bei der Entwicklung einer Positionierung einer Multi-Channel Marke an. Darauf aufbauend lernen die Studierenden die Grundlagen des Verkaufs, die Gestaltung von Vertriebswegen sowie die Notwendigkeit des Key Account-Management kennen. Sie wissen, welche besonderen Aktivitäten für Schlüsselkunden gelten, wer sie betreut, über welche Ressourcen man verfügen kann und wie die organisatorische Regelung erfolgen sollte. Die Studierenden verstehen die Ziele, Aufgaben, Kompetenzen des Key Account-Managements, die Notwendigkeit und Vorgehensweise bei Markt- und Wettbewerbsanalyse als Teil des Kundenverständnisses. Sie sind in der Lage, bei der Entwicklung einer Key Account-Strategie (z.B. Kundenentwicklungsplan) mitzuarbeiten. Hierzu gehören auch das Wissen und die effektive Anwendung von IT-Werkzeugen in diesem Umfeld.	
<b>Dauer</b>	1 Semester	
<b>SWS</b>	6 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	67,50 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	172,50 h
	Workload:	240,00 h
<b>ECTS</b>	8,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung: Referat	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Bernhard Denne	
<b>Empfohlenes Semester</b>	1. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Jahr (SS)	
<b>Verwendbarkeit</b>	General Management (Master)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Product Management</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	B+W715
<b>SWS</b>	2,00 SWS

<p><b>Lerninhalt</b></p>	<p>In dem Modul erwerben die Studierenden die Befähigung zum marktorientierten Denken in der beruflichen Umgebung und können mit sicherem Blick für die jeweilige Ausgangssituation, praxisgerechte Entscheidungen im Marketing und Vertrieb treffen. Sie bauen Wissen bezüglich Schnittstellen von Marketing und Vertrieb sowie deren Gestaltung im Unternehmen auf.</p> <p>Die Studierenden lernen die Grundlagen des Marketings einschließlich der Charakteristika des Konsum- und Investitionsgütermarketings kennen. Sie können strategische wie auch operative Marketingplanungen durchführen. Ein besonderer Wert wird auf die vertriebliche Ausbildung, insbesondere den technischen Vertrieb (u.a. Vertriebsprozesse, -steuerung) gelegt.</p> <p>Praxisbeispiele und Übungen aus verschiedenen Branchen dienen zum besseren Verständnis und zur Übertragung des Erlernten auf neue Situationen.</p> <p>Die Basis ist das Verständnis des Geschäftsmodell der Unternehmung in der man tätig ist! Ebenso elementar ist aber auch die Kenntnis des Geschäftsmodells seines Kunden. Hierauf kann eine solide umfassende Kundenbeziehung (engl. Customer Relationship) aufgebaut werden. Gerade im B2B die Voraussetzung für langfristige und wertige Beziehungen.</p> <p>Der Experte verkauft nie nur ein Produkt/Dienstleistung, sondern immer eine Lösung für ein Problem seines Kunden. Er stellt dar welchen Mehrwert sein Angebot bietet und kann dies im Vergleich zum Wettbewerb diskutieren! Er kennt die technischen Ausprägungen seines Produktes sowie die Integrationsfähigkeit in das übergeordnete System!</p> <p>Er erarbeitet valide Kundeninformationen mit Methoden wie "User Experience" und der "Empathie Map" und benutzt Szenario Techniken zur Abbildung zukünftiger Entwicklungen.</p>
<p><b>Lehrveranstaltungs-sprache</b></p>	<p>de</p>
<p><b>Literatur</b></p>	<p>Mösslang, Michael: Facts tell, Storys sell, Remote Verlag, 2020.                  Osterwalder &amp; Pigneur: Business Modell Generation, Campus Verlag, 2011.                  Drucker, Peter: Was ist Management? Econ Verlag, 2010.                  Häusel, H.-G.: Brain View: Warum Kunden kaufen, Haufe Lexware, 2016.                  Häusel, H.-G.: Think Limbic! - inkl. Arbeitshilfen online: Die Macht des Unbewussten Nutzen für Management und Verkauf, Haufe, 2019.                  Homburg, Christian: Sales Excellence, Springer Gabler, 2016.                  Kleinaltenkamp, M./Plinke, W.: Technischer Vertrieb, Springer, 2000.</p>

<p><b>LEHRVERANSTALTUNG: Sales &amp; Key Account Management</b></p>	
<p><b>Art</b></p>	<p>Seminar</p>
<p><b>Nr.</b></p>	<p>B+W716</p>
<p><b>SWS</b></p>	<p>2,00 SWS</p>
<p><b>Lerninhalt</b></p>	<p>Inhalt der Lehrveranstaltung sind ausgewählte Themen aus den Bereichen Vertrieb, Marketing sowie des Key Account Managements, die für (angehende) Führungskräfte relevant sind.</p> <p>Hierzu gehen insbesondere die folgenden Themenbereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Geschäftsmodell CANVAS</li> <li>- Interaktion von Vertrieb, Marketing und Management</li> <li>- Der Marketingplan als Instrument zur Projektsteuerung</li> <li>- Strategische Optionen im Rahmen eines Geschäftsmodells (Fokus "Blue Ocean" Strategie)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kundeninformationen generieren (UX, Empathie- &amp; Limbic Map)</li> <li>- Szenario Techniken und Megatrends</li> <li>- Führen von Verhandlungen (auch im Grenzbereich)</li> <li>- Grundlegendes Key Account-Management (KAM)</li> <li>- Strategisches und operatives Key Account-Management</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Homburg, Christian: Sales Excellence, Springer Gabler, 2016.                  Kleinaltenkamp, M./Plinke, W.: Technischer Vertrieb, Springer, 2000.                  Mösslang, Michael: Facts tell, Storys sell, Remote Verlag, 2020.                  Osterwalder &amp; Pigneur: Business Modell Generation, Campus Verlag, 2011.                  Drucker, Peter: Was ist Management?, Econ Verlag, 2010.                  Häusel, H.-G.: Brain View: Warum Kunden kaufen, Haufe Lexware, 2016.                  Häusel, H.-G.: Think Limbic! - inkl. Arbeitshilfen online: Die Macht des Unbewussten Nutzen für Management und Verkauf, Haufe, 2019.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Brand Management</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	B+W740
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Macht der Marke/Markenverständnis</li> <li>- Markenidentitätsmodelle</li> <li>- Markenmanagement/Markenpositionierung</li> <li>- Einführung in die Limbic Map</li> <li>- Prozesse zur Positionierungsentwicklung</li> <li>- Interne Markenführung</li> <li>- Inside-Out-Workshop zur Markenidentität</li> <li>- Vorstellung Case Study</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Burmann, C.; Halaszovich, T.; Schade, M.; Piehler, R.: Identitätsbasierte Markenführung, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler Verlag, 2018.                  Esch, F.R.: Strategie und Technik der Markenführung, 9. Auflage, München: Vahlen Verlag, 2017.                  Esch, F.R.; Tomczak, T.; Kernstock, J.; Langner, T.; Redler, J.: Corporate Brand Management, 4. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag, 2019.                  Perrey, J.; Freundt, T.; Liedtke, N.; Lehmann, S.: Mega-Macht Marke: Bleibende Werte in wechselvollen Zeiten, 4. Auflage, Frankfurt/Wien: Redline Verlag, 2020.</p>

## GM-10: Electives

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Themenabhängig sind hier alle erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten des MBA-Studiums anzuwenden.	
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar	
<b>Lernziele</b>	<p>Mit der Auswahl der angebotenen Wahlpflichtfächer können die Studierenden ihr Studium in verschiedene Richtungen gestalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- durch eine inhaltliche Ergänzung der Studieninhalte,</li> <li>- durch eine methodische Ergänzung der Studieninhalte oder</li> <li>- durch eine Ergänzung zur Erweiterung des gesellschaftlichen und politischen Hintergrunds oder</li> <li>- durch persönliche Neigungen und Interessen</li> </ul> <p>Die Studierenden erwerben fundierte sowie auch vertiefende Fachkenntnisse in den entsprechenden Lehrveranstaltungen und können diese auf praktische Anwendungsfälle unternehmensnah anwenden.</p>	
<b>Dauer</b>	2 Semester	
<b>SWS</b>	6 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	67,50 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	112,50 h
	Workload:	180,00 h
<b>ECTS</b>	6,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung: Prüfung durch Klausur, Projektarbeit, Präsentation, Laborarbeit, je nach gewähltem Wahlpflichtfach	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Steffen Rietz	
<b>Empfohlenes Semester</b>	1. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jedes Semester	
<b>Verwendbarkeit</b>	Die Inhalte des Moduls können ebenfalls für MBA-Studiengänge und allgemeine betriebswirtschaftliche oder wirtschaftsingenieurwissenschaftliche Masterstudiengänge anderer Hochschulen verwendet werden.	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Electives General Management Master</b>	
<b>Art</b>	Seminar/Vorlesung/Praxis
<b>Nr.</b>	
<b>SWS</b>	6,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	Die Liste der Electives wird zu jedem Semesterbeginn veröffentlicht und gilt für das laufende Semester. Es können auf Antrag auch andere Lehrveranstaltungen der Hochschule Offenburg als die speziell für den Studiengang PGM angebotenen gewählt werden, soweit sich keine Überschneidungen mit anderen Prüfungsleistungen ergibt. Das Angebot der Wahlpflichtveranstaltungen orientiert sich an der Zeitaktualität definierter Themen. Es werden nicht alle Electives in jedem Studienjahr angeboten.
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	

## GM-11: Student Consulting Project

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Themenabhängig sind hier alle erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten des MBA-Studiums anzuwenden.	
<b>Lehrform</b>	Wissenschaftliche Arbeit	
<b>Lernziele</b>	<p>Ziel des Student Consulting Projektes ist es, mit den Studierenden im Rahmen von Projekten von Unternehmen, aber auch aus der Wissenschaft oder von öffentlichen Institutionen, das erworbene Wissen direkt praktisch anzuwenden. Dieses Projekt leistet im Studium somit einen maßgeblichen Beitrag, um</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- In interdisziplinärer Form und auf breiter methodischer Basis Lerninhalte zu festigen</li> <li>- Den Auftraggebern zu substanziellen und umsetzungsorientierten Lösungen auf ihre Aufgabenstellungen zu verhelfen</li> <li>- Das gelernte Praxis-, Consulting- und Projektmanagement Know How aktiv anzuwenden</li> <li>- Direkt anwendbare umsetzungsorientierte Ergebnisse zu erhalten, die analytisch, methodisch und/oder wissenschaftlich erarbeitet wurden</li> </ul> <p>Mögliche Themen stammen aus den Bereichen Unternehmensanalyse, Marktforschung oder Managementkonzeption. Typische Praxisprojekte in Bereich Marktforschung sind beispielsweise Marktanalysen, Kundenbefragungen sowie Produkt- und Dienstleistungsevaluationen. Mögliche Projekte im Umfeld Managementkonzeption sind Strategisches Unternehmertum, z.B. Businesspläne, Marketing und Unternehmenskommunikation, z.B. Verkaufskonzeptionen, Personal- und Organisationsentwicklung, z.B. Organisationskonzepte, Corporate Finance, z.B. Risk-Management. Aber auch im Umfeld sind solche Themen gewünscht, z.B. Prozessmanagement- und Wirtschaftsinformatikstrategien, Evaluation von betrieblichen Anwendungssystemen, oder Konzeption und Evaluation von eBusiness-Systemen.</p>	
<b>Dauer</b>	2 Semester	
<b>SWS</b>	3 SWS	
<b>Aufwand</b>	Lehrveranstaltung:	33,75 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	146,25 h
	Workload:	180,00 h
<b>ECTS</b>	6,00 ECTS	
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von LP</b>	Modulprüfung: Projektarbeit mit schriftlicher Ausarbeitung	
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Steffen Rietz	
<b>Empfohlenes Semester</b>	1. Semester	
<b>Häufigkeit</b>	jährlich (SS+WS)	
<b>Verwendbarkeit</b>		

## GM-12: Master-Thesis

Empfohlene Vorkenntnisse	Kenntnisse in Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	
Lehrform	Wissenschaftliche Arbeit	
Lernziele	<p>Der Studierende soll von der Auswahl des Themas, über die Literatursuche und -bearbeitung bis hin zu den Zitierregeln und der Erstellung der Rohfassung alle relevanten Themen rund um die wissenschaftliche Arbeit und das wissenschaftliche Arbeiten kennen.</p> <p>Das Thema der Master-Thesis wird zwischen der oder dem Studierenden, evtl. dem Unternehmen und der/dem Professor/in der Hochschule vereinbart. Aufgrund der Ausrichtung des Programms ist die Master-Thesis in der Regel praxisnah und in Zusammenhang mit einem Unternehmen zu erstellen. Die Anforderungen eines Unternehmens können Berücksichtigung finden. Die Studierenden werden - sofern die Arbeit im Unternehmen erstellt wird - von einem/r Professor*in (erste/r Gutachter*in) der Hochschule sowie von einem/r Mitarbeiter*in (zweite/r Gutachter*in) des Unternehmens betreut. Grundsätzlich ist der/die erste Gutachter*in für die Ausgabe bzw. Betreuung der Arbeit verantwortlich.</p> <p>Ziel der Anfertigung der Master-Thesis ist es, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse auf konkrete in der Praxis auftretende Probleme und Fragestellungen anzuwenden. Zudem soll der Nachweis erbracht werden, dass der/die Student*in die Fähigkeit zu abstraktem, analytischen, vernetztem und über den Einzelfall hinausgehendem Denken besitzen. Zudem sollen sich die Studierenden in vorgegebenem Zeitrahmen methodisch und systematisch in Neues und teilweise Unbekanntes einarbeiten.</p> <p>Die Bearbeitungszeit beträgt zwanzig Wochen.</p>	
Dauer	1 Semester	
SWS	0 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	11,25 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	438,75 h
	Workload:	450,00 h
ECTS	15,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Schriftliche Ausarbeitung der Master Thesis Erstellung eines Erst- und Zweitgutachtens zur Ermittlung der Endnote	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Steffen Rietz	
Empfohlenes Semester	1. Semester	
Häufigkeit	jedes Semester	
Verwendbarkeit	General Management (Master)	

## 2. Semester

GM-03: Managerial Finance & Accounting

GM-04: Logistics

GM-05: Specific Economic Aspects

GM-06: Strategic Management

## GM-03: Managerial Finance & Accounting

Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlegende Kenntnisse der Mathematik und der Statistik	
Lehrform	Vorlesung/Übung	
Lernziele	<p>Das Modul erklärt zunächst die grundlegenden Begrifflichkeiten und Methoden aus den Unternehmensfunktionen Kosten- und Leistungsrechnung, Finanzierung und Investitionsrechnung sowie der Unternehmenssteuerung und des Controllings. Es werden die in der Praxis jeweils vorherrschenden Inhalte und Methoden des jeweiligen Fachgebietes vermittelt und vertieft. Im Einzelnen handelt es sich dabei exemplarisch um: traditionelle und neuere Verfahren der Kostenrechnung, Werttreiberüberlegungen, die komplette Außen- und Innenfinanzierung von Unternehmen, Cash Flows sowie grundlegende Inhalte der kennzahlengestützten Unternehmenssteuerung im Rahmen des Controllings. Detaillierte Inhaltsangaben können den einzelnen Lehrveranstaltungsbeschreibungen entnommen werden.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Zusammenhänge und Abhängigkeiten der Funktionsbereiche Finanzen, internes und externes Rechnungswesen, Controlling und Berichterstattung. Sie sind ferner in der Lage, die in den Bereichen vorherrschenden Methoden und Vorschriften adäquat auf Praxisfälle anzuwenden. Daraus abgeleitet werden Sie befähigt, fundierte Managemententscheidungen zu treffen oder vorzubereiten und mögliche Spielräume für ihre Unternehmen zu nutzen.</p>	
Dauer	2 Semester	
SWS	6 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	67,50 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	172,50 h
	Workload:	240,00 h
ECTS	8,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen:                  Klausur (K 120 Minuten) für B+W717 Managerial Accounting und B+W718 Finance &amp; Investment                  Praktische Arbeit für B+W719 Financial Reporting &amp; Controlling</p>	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Michael Otte	
Empfohlenes Semester	2. Semester	
Häufigkeit	jährlich (SS+WS)	
Verwendbarkeit	General Management (Master)	

LEHRVERANSTALTUNG: Managerial Accounting	
Art	Vorlesung/Übung
Nr.	B+W717
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in das betriebliche Rechnungswesen</li> <li>- Die Kosten- und Leistungsrechnung als Teilgebiet des betrieblichen Rechnungswesens</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kostenartenrechnung</li> <li>- Kostenstellenrechnung</li> <li>- Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation)</li> <li>- Kostenträgerzeitrechnung (Kurzfristige Erfolgsrechnung)</li> <li>- Teilkostenrechnung</li> </ul>
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	<p>Steger, J.: Kosten- und Leistungsrechnung, 5. Aufl., München: Springer Gabler Verlag, 2010.</p> <p>Barth, D., Ernst, D.: Kosten- u. Erlösrechnung Schritt für Schritt: Arbeitsbuch, Stuttgart: UTB GmbH, 2018.</p> <p>Moroff, G., Focke, K: Repetitorium zur Kostenrechnung: Vollkostenrechnung - Systematisch üben, Lernziele erreichen, München: Springer Gabler Verlag, 2017.</p> <p>Rudorfer, M.: Intensivkurs Kostenrechnung: Anschaulicher Einstieg für Studium u. Praxis, München: Springer Gabler Verlag, 2017.</p> <p>Coenenberg, A. G./ Fischer, T. M./ Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poesche Verlag, 2016.</p> <p>Haberstock, L.: Kostenrechnung I, 13. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2008.</p> <p>Haberstock, L.: Kostenrechnung II, 10. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2008.</p> <p>Michel, R./Torspecken, H.-D.: Grundlagen der Kostenrechnung, 2. Aufl., München: Carl Hanser Verlag, 1985.</p> <p>Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung, Band 2: Deckungsbeitragsrechnung, 9. Aufl., Berlin-Herne: NWB Verlag, 2009.</p> <p>Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung, Band 1: Grundlagen, 10. Aufl., Berlin-Herne: NWB Verlag, 2008.</p> <p>Ossadnik, W.: Kosten- und Leistungsrechnung, Berlin: Springer Verlag, 2008.</p> <p>Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Aufl., Berlin: Springer Verlag, 2010.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Finance &amp; Investment</b>	
Art	Vorlesung/Übung
Nr.	B+W718
SWS	4,00 SWS
Lerninhalt	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Finance (2/3)</li> <li>- Investment (1/3)</li> </ul> <p>Der Fokus im Vorlesungsteil "Finance" liegt auf einer mittelständischen Finanzierungstruktur, d.h. kapitalmarktorientierte Finanzierung wird nur gestreift. Die Lerninhalte des Vorlesungsteils Finance sind</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Unternehmensfinanzierung (Liquidität, Rentabilität, Risiko, Kapitalbedarf, Kapitalstruktur, Optimierung der Kapitalstruktur)</li> <li>- Grundkenntnissen der Matrix Außen-/Innenfinanzierung bzw. Eigen-/Fremdfinanzierung</li> <li>- Finanzanalyse und -planung</li> <li>- Eigen- versus Fremdkapital</li> <li>- Principal Agent-Problematik und Creditor Relations</li> <li>- Kreditfinanzierung (Lieferanten, Schuldscheine sowie Kreditsubstitute)</li> <li>- Kapitaldienstfähigkeit und Internes Rating</li> <li>- Kreditsicherheiten</li> </ul>

	<p>Im Vorlesungsteil "Investment" liegen die Schwerpunkte auf den Bereichen Investitionsrisiko und Investitionsrechnung. Zudem wird das Thema ausländische Direktinvestitionen diskutiert. Die Lerninhalte beinhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Finanzielle Bewertung und Risiko</li> <li>- Portfolio-Theorie und Capital Asset Pricing Model</li> <li>- Grundlagen des Investitionsrisikos und kapitalmarkttheoretischer Ansätze</li> <li>- Grundkenntnisse verschiedener Investitionsrechenverfahren</li> <li>- Net Present Value</li> <li>- Internal Rate of Return</li> <li>- Weitere Kriterien der DCF-Analyse</li> <li>- Szenarioplanung, Simulation und Sensitivitäten</li> <li>- Besonderheiten bei ausländischen Direktinvestitionen</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Bacher: Bilanzierung, Investition und Finanzierung, 10. Aufl., Herne: NWB Verlag, 2019.</p> <p>Berk/DeMarzo: Grundlagen der Finanzwirtschaft, 4. Aufl., Hallbergmoos: Pearson Deutschland GmbH, 2018.</p> <p>Bieg/Kußmaul/Waschbusch: Finanzierung, 3. Auflage, München: Verlag Franz Vahlen GmbH, 2016.</p> <p>Däumler/Grabe/Meinzer: Finanzierung verstehen, 11. Aufl., Herne: NWB Verlag, 2019.</p> <p>Drukarczyk/Lobe: Finanzierung, 11. Auflage, Stuttgart: UTB GmbH, 2014.</p> <p>Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen GmbH, 2016.</p> <p>Poggensee: Investitionsrechnung, 3. Aufl., Wiesbaden: Verlag Springer Gabler, 2015.</p> <p>Stopka/Urban: Investition und Finanzierung, 1. Aufl., Wiesbaden: Verlag Springer Gabler, 2017.</p> <p>Thibierge/Beresford: A Practical Guide to Corporate Finance, 1. Aufl., Basingstoke: Verlag Palgrave Macmillan, 2015.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Financial Reporting &amp; Controlling</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	B+W719
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Unternehmenssteuerung und betrieblichen Informationsinstrumente</li> <li>- Teilbereiche der Unternehmenssteuerung</li> <li>- Kennzahlen und Kennzahlensysteme</li> <li>- Anwendungsbezogenes Unternehmensplanspiel</li> </ul> <p>Zunächst werden in einem Vorlesungsteil verschiedene Methoden und Instrumente zur Unternehmenssteuerung vorgestellt. Schwerpunkt bilden hier Kennzahlen und Kennzahlensysteme.</p> <p>Im anschließenden Planspiel werden die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Unternehmensbereichen abgebildet. Die Teilnehmer werden zu Unternehmen zusammengefasst und treten auf einem fiktiven Markt gegeneinander an. Herausforderung ist es, in einem unsicheren Markt rationale</p>

	Entscheidungen anhand von zur Verfügung gestellten Unternehmenszahlen zu fällen und erfolgreicher als der Wettbewerb am Markt aufzutreten. Parallel zur Planung der einzelnen Entscheidungsperioden ist von den Studierenden eine Präsentation vorzubereiten, in der sie ihre Strategie und ihre Entscheidungen begründen sollen.
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	Steger: Kennzahlen und Kennzahlensysteme, 3. Aufl., Herne: NBW Verlag, 2017. Weber; Schäffer: Einführung in das Controlling, 16. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag, 2020. Horváth et al.: Controlling, 14. Aufl., Stuttgart: Vahlen Verlag, 2020. Jeschke: Entscheidungsorientiertes Management, Berlin: De Gruyter Oldenburg Verlag, 2017. TOPSIM GmbH (Hrsg.): Teilnehmerhandbuch zum Planspiel General Management, Tübingen 2015.

## GM-04: Logistics

Empfohlene Vorkenntnisse	Keine Vorkenntnisse notwendig
Lehrform	Seminar
Lernziele	<p>Die Studierenden lernen, basierend auf Modellen, z.B. SCOR, übergreifende Prozessketten in produzierenden Unternehmen kennen. Sie beherrschen den Ablauf des prozessorientierten Ansatzes der Supply Chain von der Beschaffung über verschiedene Logistiksysteme bis zur Engpassplanung in den Produktionswerken. Das umfasst auch die Standortplanung und die Möglichkeiten des IT-Einsatzes in der Logistik (z.B. SAP, RFID).</p> <p>Die Studierenden verstehen darüber hinaus die Gestaltung von Produktionssystemen unter Anwendung modernster Planungsmethoden als strategische Aufgabe. Grundlegende Themen hierbei sind z.B. Production System Design, Strategic and Operational Planning, Total Quality. Sie beherrschen die Anwendung der Prinzipien des Lean Production und Just-in-Time Logistic Systeme. Die Studierenden wissen aber auch um die Bedeutung von Informationstechnologien für das Supply Chain Management, um Material- und Informationsflüsse gestalten zu können.</p> <p>Darauf aufbauen lernen sie die Grundlagen des Managements internationaler Einkaufsprojekte kennen. Sie verstehen das Internationale Beschaffungsmanagement über die gesamte Beschaffungskette, d.h. vom Beschaffungsmarketing, der Lieferantensuche und -bewertung, über die Bestellung, den Transport und die Zollabwicklung bis zur Warenvereinnahmung. Sie kennen die Strategien, wie man Preis- und Kontraktverhandlungen mit internationalen Partnern führt.</p> <p>Beispiele und Fallstudien aus der betrieblichen Praxis ergänzen den Lehrstoff und helfen die einzelnen Aspekte vertieft und in Ihrem Zusammenspiel zu erfassen, so dass sowohl die Bedeutung der operativen Prozesse als auch der zugrunde liegenden Kooperationen zwischen Unternehmen berücksichtigt wird.</p>
Dauer	2 Semester
SWS	6 SWS
Aufwand	Lehrveranstaltung: 67,50 h

	Selbststudium/Gruppenarbeit:	172,50 h
	Workload:	240,00 h
ECTS	8,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen: Praktische Arbeit in B+W725 International Procurement Praktische Arbeit für B+W723 Supply Chain Management und B+W724 Production & Operations Management	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Steffen Rietz	
Empfohlenes Semester	2. Semester	
Häufigkeit	jährlich (SS+WS)	
Verwendbarkeit	General Management (Master)	

LEHRVERANSTALTUNG: Supply Chain Management	
Art	Seminar
Nr.	B+W723
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<p>Supply Chain Management ist ein strategischer Ansatz sowie eine Methode zur Planung, zum Betrieb, zur Optimierung und zur Steuerung von Lieferketten. Dies wird durch speziell entwickelte Softwaresysteme (SCM-Tools) unterstützt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Der erste Teil des Seminars beschäftigt sich mit den strategischen Zielen von SCM sowie dem Aufbau klassischer Produktionsstrategien, die sämtliche Supply-Ziele unterstützen und die Supply-Kennzahlen optimieren. Darüber hinaus werden unterschiedliche Lean-Optimierungsansätze diskutiert und Möglichkeiten der erfolgreichen Überwindung von Hürden bei der Einführung dieser Methoden in die Praxis erarbeitet.</li> <li>- Der zweite Teil des Seminars ist ein Praxisworkshop in einem Industrieunternehmen. Hier werden in Gruppenarbeit Optimierungsansätze auf dem Shopfloor erarbeitet und im Anschluss mit dem SC-Management der Firma diskutiert.</li> </ul> <p>Das gesamte Seminar wird permanent durch aktuelles Know-how aus der laufenden Supply-Chain-Managementpraxis bereichert, um den praktischen Nutzen von SCM-Ansätzen im Kontext der konkreten und erfolgreichen Optimierung von Lieferketten in der Industrie zu demonstrieren.</p>
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	<p>Cachon, G.; Terwiesch, C.: Matching Supply with Demand. An Introduction to Operations Management, 3rd edition, Mc Graw Hill Companies, 2013.</p> <p>Chopra, S.; Meindl, P.: Supply Chain Management. Strategy, Planning, and Operation, 6th global edition, London UK: Pearson Education, 2015.</p>

LEHRVERANSTALTUNG: Production & Operations Management	
Art	Seminar
Nr.	B+W724
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Die Seminarreihe bietet einen guten Überblick über das Management eins

	<p>produzierenden Unternehmens. Hierbei liegt der Fokus auf der kontinuierlichen Verfolgung relevanter KPI zur Steuerung von Kosten, Qualität, Lieferperformance und des Personals.</p> <p>Hierbei wird konkret auf folgende Lerninhalte eingegangen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Steuerung eines produzierenden Unternehmens mittels geeigneter KPIs</li> <li>- Wertstrom- und Engpassmanagement</li> <li>- Lean-Methoden (5S, SMED, SFM, etc.)</li> <li>- Prozessmanagement</li> </ul> <p>Die Studenten lernen an praktischen Beispielen und Übungen, welche täglichen Probleme im Fertigungsumfeld auftreten und wie diese kurz-, mittel- und langfristig gelöst werden. Hierbei wird u.a. auf verschiedene Lean-Methoden eingegangen.</p>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Arnold, Tony: Introduction to Materials Management, 7th edition, London UK: Pearson Education, 2010.</p> <p>Ritman, Larry, Krajewski, Lee: Operations Management: Strategy and Analysis, 9th edition, London UK: Pearson Education, 2009.</p> <p>Womack, J.T., Jones, D.T., Ross, Daniel: The Machine that changed the world, 1st edition, New York USA: Harper Paperbacks, 1991.</p> <p>Collins, Jim: Good to Great, 1st edition, New York USA: Harper Business, 2001.</p> <p>Lunau, Stephan (Hrsg.): Six Sigma + Lean Toolset - Verbesserungsprojekte erfolgreich durchführen, Springer Verlag, 2006.</p> <p>Dr. Thonemann, Ulrich: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson, 2015.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: International Procurement</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	B+W725
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Produktionsunternehmen haben ihre Fertigungstiefe in den vergangenen Jahrzehnten systematisch reduziert und Beschaffungsaktivitäten internationalisiert. Das erfordert mehr und fundierte Einkaufsaktivitäten bei wachsendem Einkaufsvolumen. Darüber hinaus verlangt auch der Einkauf von Handelswaren immer stärker ein strategisches Vorgehen in globalen Märkten, die sich sehr stark verändern. Es werden daher folgende Themen vertieft bearbeitet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Einkaufs</li> <li>- Management internationaler Einkaufsprojekte</li> <li>- Internationales Einkaufsmanagement über den gesamten Einkaufsprozess vom simultaneous engineering, der Lieferantensuche und -bewertung, der Vertragsgestaltung und operativen Bestellabwicklung einschliesslich der Erarbeitung von Einkaufsstrategien</li> <li>- Vorbereitung und Führen von Preis- und Kontraktverhandlungen mit internationalen Partnern</li> <li>- Methoden und Instrumente des Internationalen Einkaufs im praktischen Umfeld anwenden</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	Kleemann, F.: Global Sourcing: Allgemeine Grundlagen, internationales

	<p>Beschaffungscontrolling, Spend Management, Saarbrücken: Akademikerverlag, 2012.</p> <p>Rast, Cristian A.: Chefsache Einkauf, Campus Verlag, 2008.</p> <p>Voeth, Markus und Herbst, Uta: Verhandlungsmanagement - Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag, 2009.</p> <p>Schuh, Christian et al.: Das Einkaufsschachbrett - Mit 64 Ansätzen Materialkosten senken und Wert schaffen, Gabler, 2008.</p> <p>Borstelmann, K.: Global Sourcing - An International Procurement Strategy for the Emerging Markets of Eastern Europe and Asia, Saarbrücken: VDM Publishing Verlag, 2008.</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## GM-05: Specific Economic Aspects

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Grundlegende Kenntnisse der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Seminar
<b>Lernziele</b>	<p>Das Modul behandelt die wesentlichen Aspekte einer globalisierten Wirtschaft und zeigt die Auswirkungen auf Unternehmen im internationalen Umfeld sowie Handlungsfelder für das Management bei zunehmend komplexer werdenden Sachverhalten in der Rechtsprechung und existenzbedrohende Unternehmenskrisen.</p> <p>In der Vorlesung Global Business Environment stehen neben grundlegenden Fragen zu Außenhandel und Globalisierung vor allem Faktoren, die das Unternehmensumfeld durch internationalen Handel signifikant beeinflussen. Hierzu zählen insbesondere ökonomische, technologische, politisch-rechtliche, gesellschaftlich-soziale und ökologisch-nachhaltige Einflussfaktoren. Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden ein Verständnis für die globalen Umfeldfaktoren eines Unternehmens zu vermitteln und die relevanten Faktoren für erfolgreiche internationale Geschäftsmodelle zu analysieren, zu bewerten und auf konkrete Fragestellungen am Beispiel ausgewählter Fallstudien anzuwenden. Studierende werden hierbei mit Managementthemen im internationalen Umfeld vertraut gemacht und auf Basis der vermittelten Methoden befähigt, erfolgversprechende und praxisorientierte Lösungsansätze im International Business zu erarbeiten.</p> <p>In der Vorlesung Economic Law erfolgt eine solide, praxisorientierte Einführung in die Grundlagen und Systematik des bürgerlichen Rechts, insbesondere eine anwendungsbezogene und fundierte Vermittlung der Grundbegriffe des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB), des Allgemeinen Teils des BGB, der Grundzüge des Allgemeinen und besonderen Schuldrechts und des Sachenrechts. Die Studierenden gewinnen ein Grundverständnis für juristische Methodik, juristische Denk- und Herangehensweise. Sie kennen das Abstraktionsprinzip als wesentliches Strukturprinzip des Bürgerlichen Gesetzbuchs und Grundlage des gesamten Wirtschaftsprivatrechts.</p> <p>Im Rahmen des Turnaround Managements werden die Ursachen analysiert, welche Auslöser bzw. Treiber einer Unternehmenskrise sein können, dies auch im Kontext verschiedener Krisenarten. Zudem stehen verhaltenspsychologische Aspekte wesentlicher Akteure und hierbei insbesondere die Stakeholder-Krise im Fokus. Thematisiert werden auch Sanierungs- und Restrukturierungsoptionen in ihrer Vielschichtigkeit, dies auch unter Erfassung des sog. ESUG (Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen) mit den Instrumenten</p>

	des Schutzschirmverfahrens und der Eigenverwaltung, ergänzt um den für die Unternehmenssanierung wichtigen Baustein des StaRUG (Unternehmensstabilisierungs- und -restrukturierungsgesetz). Ergänzend werden Controlling-Thematiken behandelt, die im Zusammenhang mit einer Unternehmenssanierung sowie -restrukturierung eine besondere Bedeutung erlangen. Das Seminar bezieht einen auf einem Excel-Tool basierenden umfassenden Real Case ein. Die Studierenden erwerben die Expertise, unternehmerische krisenbehaftete Ausgangssituationen umfassend zu analysieren und zu bewerten. Zudem sind sie in der Lage, "passende" Optionen der Sanierung und Restrukturierung auszuwählen und auf ihren Erfolgsbeitrag hin zu bewerten.	
Dauer	2 Semester	
SWS	6 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	67,50 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	172,50 h
	Workload:	240,00 h
ECTS	8,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Die Modulprüfung besteht aus drei Teilen: Referat für B+W726 Global Business Environment Klausur K60 für B+W727 Economic Law Praktische Arbeit für B+W728 Turnaround Management	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Thomas Baumgärtler	
Empfohlenes Semester	2. Semester	
Häufigkeit	jährlich (SS+WS)	
Verwendbarkeit	General Management (Master)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Global Business Environment</b>	
Art	Vorlesung
Nr.	B+W726
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Die Vorlesung behandelt grundlegende Themenfelder des Global Business Environment, insbesondere ökonomische, technologische, politisch-rechtliche, gesellschaftlich-soziale und ökologisch-nachhaltige Einflussfaktoren im internationalen Unternehmensumfeld. Hierbei spielen die Analyse und Bewertung der Indikatoren und Prozesse der Globalisierung, aktuelle Bedingungen und Motive für eine Beteiligung am internationalen Handel sowie Auswirkungen der Globalisierung auf internationale Unternehmensorganisationen (multinationale und nationale Unternehmen) eine wichtige Rolle. Ferner sind auch die Auswirkungen von Protektionismus, neuen Technologien und Innovationspotenzialen in globaler und lokaler Perspektive näher zu beleuchten. Ergänzend werden internationale Finanzmärkte und Direktinvestitionen zur systematischen Analyse von Auslandsmärkten und ganzer Volkswirtschaften mit einbezogen.
Lehrveranstaltungs-sprache	de
Literatur	Hamilton, L./Webster, P.: The International Business Environment, 4th edition, Oxford University Press: Oxford 2018.

	<p>Krugman, P./Obstfeld M./Melitz, M. J.: International Economics: Theory &amp; Policy. 11th edition, Pearson: Boston 2018.</p> <p>Mankiw, N. G. / Taylor, M. P.: Economics, 5th edition, Cengage Learning Emea: Andover 2020.</p> <p>Morrison, J.: The Global Business Environment. Challenges and Responsibilities, 4th edition, Macmillan International Higher Education: London, New York 2016.</p> <p>Morrison, J.: The Global Business Environment: Towards Sustainability? 5th edition, Macmillan International Higher Education: London, New York 2020.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Economic Law</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung
<b>Nr.</b>	B+W727
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Die LV gliedert sich folgendermaßen: Solide, praxisorientierte Einführung in Grundlagen und Systematik des Bürgerlichen Rechts, insbesondere anwendungsbezogene und fundierte Vermittlung der Grundbegriffe des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB), des Allgemeinen Teils des BGB, der Grundzüge des Allgemeinen und besonderen Schuldrechts und des Sachenrechts.</p> <p>Auf die umfassende Darstellung des Familien- und Erbrechts wird bewusst verzichtet, und Vorschriften aus diesen Bereichen werden nur exkursorisch im Rahmen der o.g. Schwerpunktbereiche angesprochen.</p>
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Führich / Werdan: Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, 8. Auflage, München: Vahlen, 2020.</p> <p>Lange, Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht, 7. Auflage, München: Vahlen, 2015.</p> <p>Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, 21. Auflage, Heidelberg: C.F. Müller, 2019.</p> <p>Ullrich, N.: Wirtschaftsrecht für Betriebswirte, 8. Auflage, Herne: NWB Verlag, 2015.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Turnaround Management</b>	
<b>Art</b>	Seminar
<b>Nr.</b>	B+W728
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	<p>Inhaltlich werden zwei Themenbereiche behandelt: Im ersten Veranstaltungsteil werden Ursachen, die Auslöser bzw. Treiber einer Krise sein können, thematisiert, dies auch im Kontext der verschiedenen Krisenarten. Da die Krise bzw. die Krisenüberwindung naturgemäß auch die Erfassung der verhaltenspsychologischen Seite wesentlicher Akteure umfassen muss, wird ein Fokus auf die Stakeholderkrise gelegt.</p> <p>Der zweite Veranstaltungsteil thematisiert Sanierungs- und Restrukturierungsoptionen in ihrer Vielschichtigkeit, dies auch unter Erfassung des sog. ESUG (Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen) mit den Instrumenten des Schutzschirmverfahrens und der Eigenverwaltung, ergänzt um den für die Unternehmenssanierung wichtigen Baustein des StaRUG (Unternehmensstabilisierungs- und -restrukturierungsgesetz). Ergänzend werden Controlling-Thematiken behandelt, die im Zusammenhang mit einer Unternehmenssanierung sowie -</p>

	restrukturierung eine besondere Bedeutung erlangen. Die Veranstaltung bezieht einen umfassenden Real Case ein, der auf einem Excel-Tool basiert.
<b>Lehrveranstaltungs-sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Pepels, W. (Hrsg.): Handbuch Turnaround Management, 2. Aufl., Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag 2015.</p> <p>Baur, M./Kantowsky, J./Schulte, A.: Stakeholder Management in der Restrukturierung, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler 2015.</p> <p>Exler, M./Situm, M. (Hrsg.): Restrukturierungs- und Turnaround Management, 2. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag 2019 .</p> <p>Themenbezogene Artikel aus Zeitschrift "Krise, Sanierung und Insolvenz", Erich Schmidt Verlag, Berlin.</p> <p>Insolvenzordnung (InsO): <a href="http://www.gesetze-im-internet.de/inso">http://www.gesetze-im-internet.de/inso</a></p>

## GM-06: Strategic Management

<b>Empfohlene Vorkenntnisse</b>	Keine
<b>Lehrform</b>	Vorlesung/Übung/Seminar
<b>Lernziele</b>	<p>Dieses Modul stellt als eine der wesentlichen Formen wirtschaftlichen Denkens und Handelns das Risikomanagement vor.</p> <p>Die Studierenden erwerben das Verständnis für den holistischen Ansatz des Risikomanagements im Sinne des "COSO ERM 2017 - Integrating with Strategy and Performance". Als hervorgehobene Risikoquelle wird das Strategische Management vertiefend behandelt.</p> <p>Die Studierenden erwerben die theoretischen und praktischen Kompetenzen zum Verständnis, zum Aufbau und zur Beurteilung eines ganzheitlichen Risikomanagementsystems. Die Studierenden haben das notwendige Normenverständnis durch die Kenntnis der gesetzlichen Grundlagen aber insbesondere auch der praxisrelevanten ganzheitlichen Modelle (COSO-Enterprise Risk Management, ISO 31000, MaRisk sowie Three-Lines-Modell). Die Studierenden können die Lageberichterstattung zur Beurteilung des jeweiligen Risikomanagementansatzes nutzen durchführen. Die Studierende können die Informationen aus dem Risikoreporting einordnen. Die Studierenden sind sich der Erfolgsfaktoren und der Grenzen des Risikomanagements bewusst.</p> <p>Die Studierenden werden sensibilisiert für die Herausforderungen bei der Einrichtung bzw. Weiterentwicklung eines Risikomanagements in einem Unternehmen.</p> <p>In der Vertiefungsveranstaltung Strategisches Management wird ein Überblick über dessen Entwicklung und der wesentlichen Instrumente der Strategischen Analyse und Strategieentwicklung gegeben. Es werden außerdem die Herausforderungen für heutige Unternehmensstrategien betrachtet und systematisch Wege identifiziert, um Wettbewerbsvorteile zu entwickeln.</p> <p>In praktischen Fallstudien sollen die Studierenden in Teamarbeit ihre strategischen Kenntnisse anwenden und dadurch ein allgemeines Verständnis für die darin enthaltenen Faktoren und Ziele entwickeln. Die Fallstudien behandeln unterschiedliche strategische Probleme aus unterschiedlichen Industrien bzw. Branchen. Die gleichzeitige Berücksichtigung vieler verschiedener Faktoren bildet</p>

	ein strategisches Verständnis aus. Die Studierenden beherrschen die Instrumente zur Durchführung einer strategischen Analyse (Strategie- und Zielformulierung, Umfeldanalyse, Wettbewerbsanalyse, etc.). Sie können außerdem Strategiealternativen formulieren und systematisch die geeignete Strategiealternative auswählen. Sie kennen Umsetzungs- und Implementierungsmethoden und können diese differenziert nach Geschäftsfeld- und Unternehmensebene umsetzen.	
Dauer	2 Semester	
SWS	4 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	45,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	105,00 h
	Workload:	150,00 h
ECTS	5,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen: Hausarbeit für B+W729 Strategic Management Klausur 60 Minuten für B+W735 Risk Management	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ulrich Bantleon	
Empfohlenes Semester	2. Semester	
Häufigkeit	jährlich (SS+WS)	
Verwendbarkeit	General Management (Master)	

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Strategic Management</b>	
Art	Seminar
Nr.	B+W729
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<p>The lecture comprises the following subjects:</p> <p>Background of Strategic Management Key question: What is strategy and the concept of strategy in business?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Characteristics of strategy based thinking</li> <li>- Elements of strategy</li> <li>- Components of a modern management system</li> </ul> <p>The Strategic Management Process Key question: What are the key steps of the strategic management process?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategic goals</li> <li>- Competitive and corporate analysis</li> <li>- Development of strategy</li> <li>- Implementation of strategy</li> <li>- Evaluation of strategy</li> </ul> <p>Tools of Strategic Management Key question: What are the instruments of strategic analysis?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Five Forces and Value Chain Analysis</li> <li>- SWOT Analysis</li> <li>- Portfolio Analysis</li> <li>- Three Horizons Modell</li> <li>- The Market-Based View</li> <li>- The Resource-Based View</li> </ul> <p>Challenges of Strategic Management</p>

	Key question: What are the challenges facing corporate strategy today? - Uncertainty & external shocks - Limitations of strategic tools
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	Lombriser, R./Abplanalp, P. A.: Strategisches Management: Visionen entwickeln, Erfolgspotenziale aufbauen, Strategien umsetzen, 5. Aufl., Zürich: Versus Verlag AG, 2010. Porter, M.: The Five Competitive Forces that Shape Strategy, 1st edition, Massachusetts USA: Harvard Business Review, 1979. Kerth, K./Pütmann, R.: Die besten Strategietools in der Praxis, München: Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2005. Paul, H./Wollny, V.: Instrumente des strategischen Managements: Grundlagen und Anwendungen, 2. Aufl., Berlin: De Gruyter Oldenbourg, 2014.

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Risk Management</b>	
<b>Art</b>	Vorlesung/Übung
<b>Nr.</b>	B+W735
<b>SWS</b>	2,00 SWS
<b>Lerninhalt</b>	Die LV gliedert sich folgendermaßen: - Einordnung der Risikomanagementfunktion in den Managementprozess und in die Corporate Governance - Gesetzlicher Rahmen und ergänzende Normen - Grundlegende Definitionen und Prozesse im Risikomanagement - Modelle für ein ganzheitliches Risikomanagement, insbesondere COSO-Enterprise Risk Management und ISO 31000: "Risk Management - Principles and Guidelines" - Phasen des Risikomanagements - Vertiefung ausgewählter Risikocluster bzw. Einzelrisiken - Grenzen des Risikomanagements - Aktuelle Entwicklungen
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	Amling/Bantleon: COSO-Regelwerk 2013 "Internal Control - Integrated Framework" - Neue Anforderungen an die Corporate Governance in Deutschland, WPg 2014, S. 343-353, Düsseldorf: IDW-Verlag, 2013. Bantleon/Schmidt/Singler: Impulse für das Risikomanagement in Deutschland COSO Enterprise Risk Management- Integration with Strategy and Integration, WPg 2019, S. 1134-1145, Düsseldorf: IDW Verlag, 2017. Erben/Romeike: Allein auf stürmischer See, 3. Aufl., Weinheim: Wiley-VCH GmbH, 2016. García: Financial Risk Management, Cham: Verlag Palgrave Macmillan, 2017. Gleißner: Grundlagen des Risikomanagements, 3. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen GmbH, 2017. Klasen (Hrsg.): The Handbook of Global Trade Policy, Oxford: Verlag Wiley, 2020. Morschett/Schramm-Klein/Zentes: Strategic International Management, 3. Aufl., Wiesbaden: Verlag Springer Gabler, 2015. RMA e.V. (Hrsg.): Managemententscheidungen unter Risiko (Band 2 Schriftenreihe der RMA e.V.), Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2019.

	Thalib: Der Schwarze Schwan, 4. Aufl., München: Pantheon Verlag, 2018.
--	------------------------------------------------------------------------

## 3. Semester

GM-07: Elements of Digitalization

GM-08: Change Management

## GM-07: Elements of Digitalization

Empfohlene Vorkenntnisse	Beherrschen gängiger Office Programme	
Lehrform	Vorlesung/Übung	
Lernziele	<p>Im Modul Elements of Digitalization erwerben Studierende Kompetenzen auf unterschiedlichen Gebieten der Digitalisierung. Im Vordergrund stehen dabei</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entscheidungskompetenzen: Studierende sollen in ihrer Rolle als Anwender und Entscheider aktuelle Konzepte und Techniken der Digitalisierung in ihrer jeweiligen Fachdomäne bewerten und beurteilen können.</li> <li>- Umsetzungskompetenzen: Studierende sollen Konzepte und Technologien, die für sie relevant sind, auch selbst einsetzen bzw. anwenden können.</li> </ul> <p>Auf Grund der Breite der Thematik ist das Modul in drei Lehrveranstaltungen aufgeteilt, die unterschiedliche Elemente der Digitalisierung zum Inhalt haben und sich in ihren Lernzielen ergänzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Digital Business Models &amp; Use Cases</li> <li>- Enabling Technologies &amp; Applications</li> <li>- Business Analytics</li> </ul> <p>Ausgehend von den Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle wird der Zusammenhang der Digitalisierung zu Geschäftsprozessen im Unternehmen hergestellt, sowie Grundlagen des eBusiness vermittelt. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, bestehende Geschäftsmodelle und Use Cases zu analysieren und weiter zu entwickeln.</p> <p>In der Lehrveranstaltung Enabling Technologies werden aktuelle technische Grundlagen zu beispielsweise Mobilien Anwendungen, Cloud oder Blockchain vermittelt.</p> <p>Das übergreifende Thema der Nutzung von Daten, um einen Mehrwert für das Unternehmen zu schaffen, ist Gegenstand der Veranstaltung Business Analytics, wo neben Business Intelligence auch Grundlagen des maschinellen Lernens vermittelt werden.</p>	
Dauer	1 Semester	
SWS	6 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	67,50 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	172,50 h
	Workload:	240,00 h
ECTS	8,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen:</p> <p>Klausur 120 Minuten für B+W736 Digital Business Models &amp; Use Cases und B+W737 Enabling Technologies &amp; Applications</p> <p>Praktische Arbeit für B+W738 Business Analytics</p>	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Tobias Hagen	
Empfohlenes Semester	3. Semester	
Häufigkeit	jedes Jahr (WS)	
Verwendbarkeit	General Management (Master)	

### LEHRVERANSTALTUNG: Digital Business Models & Use Cases

Art	Vorlesung/Übung
Nr.	B+W736
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Die LV gliedert sich folgendermaßen: - Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle - Digitale Plattformen - Anwendungsfälle aus den Bereichen Produktion und Logistik, eCommerce, eProcurement
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2011. Wirtz, B. W.: Electronic Business. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2018. Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019. Bauernhansl, T.; ten Hompel, M.; Vogel-Heuser, B. (Hrsg.): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Wiesbaden: Springer Vieweg, 2014.

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Enabling Technologies &amp; Applications</b>	
Art	Vorlesung/Übung
Nr.	B+W737
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Die LV gliedert sich folgendermaßen: - Netzwerke, Internet-Technologien und Cloud-Computing - Web-Seiten, Web-Anwendungen und mobile Applikationen - Blockchains (mit Schwerpunkt Bitcoin) - IT-Sicherheit - Datenschutz und die DSGVO
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	Tanenbaum, Andrew S. und Wetherall, David J.: Computernetzwerke, Pearson, 2012. Sikora, Axel: Technische Grundlagen der Rechnerkommunikation: Internet-Protokolle und Anwendungen, Leipzig: Fachbuchverlag, 2003. Fill, Hans-Georg und Meier, Andreas (Hrsg.), Blockchain: Grundlagen, Anwendungsszenarien und Nutzungspotenziale, Springer Vieweg, 2020. Eckert, Claudia: IT-Sicherheit: "Konzepte - Verfahren - Protokolle, De Gruyter Oldenbourg, 2018. Voigt, Paul und von dem Bussche, Axel: EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO): Praktikerhandbuch, Springer, 2018.

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Business Analytics</b>	
Art	Vorlesung/Übung
Nr.	B+W738
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	Die LV beschäftigt sich mit Konzepten und Methoden der Analyse von Daten aus

	dem betrieblichen Umfeld zum Zweck der Entscheidungsunterstützung des Managements. Die LV gliedert sich folgendermaßen: - Multidimensionale Datenanalyse mit OLAP - Data Warehouse Konzepte - Grundlagen des Predictive Modelling und Data Mining - Visualisierung von Daten
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	Müller R./ Lenz, H.: Business Intelligence. eXamen.press, 2013. Kemper, H./ Baars, H./ Mehanna, W.: Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, Wiesbaden: Vieweg+Teubner, 2020. Dorer, K./ Hagen, T./ Lauer, T./ Sängler, V./ Trahasch, S.: Skript Menschen Lernen Maschinelles Lernen (ML2) <a href="https://imla.gitlab.io/ml-buch/ml2-buch/">https://imla.gitlab.io/ml-buch/ml2-buch/</a> , 2019. Provost, F. /Fawcett, T.: Data science for business. Sebastopol, Calif: O'Reilly, 2013.

## GM-08: Change Management

Empfohlene Vorkenntnisse	Grundkenntnisse der Betriebswirtschaft. Erfahrung mit Change-Prozessen in der Praxis aus unterschiedlichen Rollen (Mitarbeitende, Führungskräfte, Beratende etc.) heraus.	
Lehrform	Seminar	
Lernziele	Unternehmen müssen sich verändern und erneuern, um wettbewerbsfähig sein zu können bzw. zu bleiben. Aufgabe des Change Managements ist es, Veränderungsprozesse in Unternehmen zielgerichtet und erfolgreich zu steuern und zu gestalten. Dazu werden Kenntnisse über Methoden zur Erfassung, Darstellung und der Verbesserung von Prozessen benötigt. Auf einem Verständnis für die verschiedenen Wirkkräfte in einem Veränderungsprozess aufbauend muss die für den speziellen Veränderungsprozess passende Methodik gefunden und angewandt werden. Studierende erwerben Fach- und Handlungskompetenz im Umgang mit Methoden der Geschäftsprozessoptimierung. Es wird ein Bewusstsein und Verständnis für die auf verschiedenen Ebenen wirkenden Kräfte (individuell, personal- und unternehmensbezogen) im Veränderungsprozess entwickelt, so dass diese im Wandlungsprozess zielgerichtet gelenkt werden können - im Zusammenspiel mit einer für den speziellen Veränderungsprozess geeigneten Methodik.	
Dauer	1 Semester	
SWS	4 SWS	
Aufwand	Lehrveranstaltung:	45,00 h
	Selbststudium/Gruppenarbeit:	105,00 h
	Workload:	150,00 h
ECTS	5,00 ECTS	
Voraussetzungen für die Vergabe von LP	Modulprüfung: Praktische Arbeit	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer	
Empfohlenes Semester	3. Semester	

Häufigkeit	jedes Jahr (WS)
Verwendbarkeit	General Management (Master)

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Process Restructuring</b>	
Art	Seminar
Nr.	B+W731
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<p>In einem praxisorientierten Unternehmensworkshop werden vorhandene Prozesse analysiert und Schwächen aufgezeigt. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden methodisch Problemstellungen erfasst und verbessert. Dabei werden Produktionsprozesse sowie indirekte Geschäftsprozesse betrachtet.</p> <p>Zur Anwendung kommen unterschiedliche Methoden und Instrumente zur Prozessoptimierung. Methoden zur Erfassung und Darstellung ebenso wie Methoden zur Verbesserung von Produktions- und Geschäftsprozessen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Grundlagen der Geschäftsprozessoptimierung</li> <li>- Die Methoden und Instrumente zur Geschäftsprozessoptimierung, wie EPK, etc.</li> <li>- Lean Methoden wie 5S, SMED, TPM, etc.</li> </ul>
Lehrveranstaltungs- sprache	de
Literatur	<p>Feldbrügge, R.; Brecht-Hadraschek, B.: Prozessmanagement leicht gemacht: Geschäftsprozesse analysieren und gestalten, 2. Aktualisierte Auflage, München: Redline, 2008.</p> <p>Schmelzer, H.J.; Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen, 7. Auflage, München: Hanser Wirtschaft, 2010.</p> <p>Betriebswirtschaftliche Geschäftsprozesse - Industrie: Ausgabe nach Rahmenlehrplan von Hermann Speth, Hartmut Hug und Edgar Sailer, 13. Auflage, Rinteln: Merkur Rinteln, 2014.</p>

<b>LEHRVERANSTALTUNG: Communicating Organizational Change &amp; Innovation</b>	
Art	Seminar
Nr.	B+W732
SWS	2,00 SWS
Lerninhalt	<p>Aufgabe des Change Managements ist es, Veränderungsprozesse in Unternehmen zielgerichtet und erfolgreich zu steuern und zu gestalten. Inhalt der Lehrveranstaltung sind die folgenden Themenbereiche:</p> <p>Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriffserklärung und Definition</li> <li>- Dreieck der Veränderung (Strategie / Struktur / Kultur)</li> </ul> <p>Analyse des "Case of Change"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instrument: Landkarte der Organisation (Geschäftssystem / Handlungssystem / Feedbacksystem)</li> <li>- Alte Welt - Neue Welt - Definition des "Case of Change"</li> </ul> <p>Prinzipien von Veränderungsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acht-Phasen-Prozess der Veränderung nach John P. Kotter</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die fünf Entwicklungsstrategien des Change-Managements nach P. Kruse</li> <li>- Die Charta des Managements von Veränderungen nach K. Doppler und C. Lauterburg</li> <li>- Erfolgsfaktoren für erfolgreiche Veränderungen nach G. Kraus</li> <li>Voraussetzungen für ein gutes Gelingen</li> <li>- Strategische Verankerung</li> <li>- Topmanagement Unterstützung / Shareholder Buy-in</li> <li>Der Change Progress Radar</li> <li>- Veränderungsorientierte Unternehmenskultur</li> <li>- Planung, Organisation, Kontrolle</li> <li>- Unterstützung durch Change Agents</li> <li>- Führungsprofile im Veränderungsprozess</li> <li>Methodenkoffer der Veränderungen</li> <li>- Changebarometer</li> <li>- Entscheidungsfindung in komplexen Situationen</li> <li>- Das Harvard Konzept</li> <li>- Mediation und Moderation</li> <li>- Projektmanagement und die Roadmapmethode</li> <li>- Coaching</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungs- sprache</b>	de
<b>Literatur</b>	<p>Klaus Doppler, K.; Lauterburg, C.: Change Management - Den Unternehmenswandel gestalten, 10. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2002.</p> <p>Kraus, G. u. a.: Handbuch Change Management, 1. Auflage, Berlin: Cornelsen Verlag, 2004.</p> <p>Vahs, D.; Wieand, A.: Workbook Change Management: Methoden und Techniken, 3. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. 2020.</p> <p>Breyer-Mayländer, T.: Erfolgsfaktor Macht im Management, Wiesbaden: Springer Gabler.</p> <p>Zusätzliche Handouts während der Veranstaltung.</p>