

Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Interdisziplinäre Durchführung	Anrechnungsjahr		1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
Fachspezifische Durchführung	0. Sem.	0. Sem.	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.
Anrechnungsmodule	Einführung in das Personalrecht 5 ECTS	Buchführung 8 ECTS	Methodik I: Wiss. Arbeiten 2 ECTS	Grundlagen der Digitalen Transformation 6 ECTS	Marketing 6 ECTS	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle 8 ECTS	Projektmanagement 8 ECTS	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung 4 ECTS
	Sozialkompetenz im Rahmen der Arbeit 4.0 8 ECTS	Kosten- und Leistungsrechnung 8 ECTS	Einführung in die BWL und das Personalmanagement 6 ECTS	Mathematik/ Statistik 8 ECTS	Innovationsmanagement 8 ECTS	Vertiefer 1.1 8 ECTS	Vertiefer 2.1 8 ECTS	Grundlagen des bürgerlichen Rechts 4 ECTS
	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre 8 ECTS	Lern-, Methoden- und Personalkompetenz 8 ECTS	Bilanzierung 8 ECTS	New Work Arbeiten und Lernen im Wandel 4 ECTS	Digital Entrepreneurship 8 ECTS	Vertiefer 1.2 8 ECTS	Vertiefer 2.2 8 ECTS	Bachelor-Thesis und Kolloquium 13 ECTS
	45 ECTS		44 ECTS		46 ECTS		45 ECTS	

Methodik I: Wiss. Arbeiten

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB11	Prof. Dr. André von Zobeltitz	2	08/2021
Dauer	Periodizität		
4 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind befähigt, eigenständig wissenschaftliche Arbeiten zu erstellen. Sie kennen die Grundlagen der Themenfindung, Literaturrecherche sowie Auswertung. Darüber hinaus sind sie mit den Regeln des wissenschaftlichen Arbeitens an der Hochschule Weserbergland vertraut. Insbesondere dient das Modul als Vorbereitung für die Erstellung von theorieorientierten Hausarbeiten.

Lehrinhalte

Wissenschaftliches Arbeiten

- Themenfindung und Eingrenzung von wissenschaftlichen Arbeiten
- Literaturrecherche und -beschaffung
- Literaturlauswertung
- Regeln für das Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten
- Ilias – Onlinekurs zum wissenschaftlichen Arbeiten mit verpflichtenden Kurzttests (unbenotet)
- „Schreibwerkstatt“ – Die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.

Balzert, H. / Schäfer C. / Schröder M. / Kern U. : Wissenschaftliches Arbeiten - Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation. W3L-Verlag.

Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag.

Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Beltz Verlag.

Theisen, M.R. : Wissenschaftliches Arbeiten, Vahlen.

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten		15
2	Selbststudium - Lernvorbereitung	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten		4
3	Selbststudium - Lernhandlung	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten		23
4	Selbststudium - Lernreflektion	Methodik I: Wissenschaftliches Arbeiten		8

Summe: 50

Leistungsnachweis

Schriftliche Ausarbeitung in Kleingruppen á 1-2 Studierende (1 Seite zzgl. Verzeichnissen, Struktur einer Theoriearbeit, Bestanden/nicht Bestanden)

Einführung in die BWL und das Personalmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB12	Prof. Dr. Tim Schröder	6	09/2021
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen, Modellen und Theorieansätzen der BWL vertraut und können diese einordnen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Komplexität und Vernetztheit in Unternehmen und zwischen Unternehmen und Umwelt und können dabei Bezüge zur betrieblichen Praxis herstellen. Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen des Personalmanagements zu diskutieren. Sie sind in der Lage, Instrumente und Vorgehensweisen der Personalplanung, -beschaffung, -auswahl, -entwicklung und -freisetzung zu analysieren und anzuwenden. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Mitarbeiterführung und können Führungskonzepte und -theorien beschreiben. Die Studierenden sind in der Lage, Führung durch Zielvereinbarungen darzustellen.

Lehrinhalte

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre:

- Die Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft, Theorieansätze in der BWL: Geschichte der BWL, Produktionsfaktoransatz, Entscheidungstheoretischer Ansatz, Systemtheoretischer Ansatz
- Unternehmensziele: Zielarten und Zielhierarchie, Formulierung von Unternehmenszielen
- Der Mensch im Unternehmen und das System der Arbeitsbeziehungen

Personalmanagement:

- Grundlagen des Personalmanagements
- Grundlagen der Mitbestimmung und des Arbeitsrechts
- Personalplanung, Personalbeschaffung und Personalauswahl
- Felder der Personalentwicklung
- Instrumente der Personalentwicklung
- Grundlagen der Mitarbeiterführung
- Führungsstile
- Führen durch Zielvereinbarungen
- Motivations- und Anreiztheorien

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur (zur Anschaffung empfohlen):

Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart.
 Scholz, C./Scholz, T. M.: Grundzüge des Personalmanagements, München

Weiterführende Literatur:

Eichenberg, T./Hahmann, M./Hördt, O./Luther, M./Stelzer-Rothe, T.: Personalmanagement, Führung und Change Management: Fallstudien, Klausuren, Übungen und Lösungen.
 Grass, B.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre - Das System Unternehmung, Herne/Berlin.
 Schierenbeck, H.: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, München/Wien.

Jeweils die aktuellste Auflage; zusätzliche Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Einführung in die BWL		15
2	Seminar	Personalmanagement		15
3	Onlineseminar	Einführung in die BWL und das Personalm.		4

4	Selbststudium - Lernvorbereitung	Einführung in die BWL und das Personalm.		12
5	Selbststudium - Lernhandlung	Einführung in die BWL und das Personalm.		82
6	Selbststudium - Lernreflektion	Einführung in die BWL und das Personalm.		22

Summe: 150

Leistungsnachweis

Präsentation der Planspielergebnisse (Gruppenpräsentation 4-5 Studierende) 100%

Bilanzierung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB13	Prof. Dr. Michelle Peters	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden wissen, wie das Unternehmensgeschehen und die Vermögens-/ Finanz- und Ertragslage im betrieblichen Rechnungswesen abgebildet werden. Sie verfügen über das für die Aufstellung von Einzel- und Konzernabschluss notwendige Grundwissen (Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze). Sie sind in der Lage, den Aussagewert von Jahresabschlüssen zu beurteilen.

Lehrinhalte

Bilanzierung

- Grundlagen des Einzel- und Konzernabschlusses nach HGB
- Ansatz-, Bewertungs- und Ausweisvorschriften nach HGB
- Aufstellungs- und Offenlegungspflichten
- Grundzüge der internationalen Rechnungslegung
- Grundlagen der Bilanzanalyse und der Kennzahlenbildung zur Beurteilung von Liquidität, Stabilität, Ertrag, Rentabilität und Finanzierung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Buchholz, R. (2016): Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, 9. Aufl., München

Weiterführende Literatur:

Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S. (2019): Bilanzen, 15. Auflage, Stuttgart.

Coenenberg, A.G./Haller, A./Schultze, W. (2018): Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 17. Auflage Stuttgart.

Fickert, R./Geuppert, F./Künzle, A. (2003): Finanzcontrolling, Bern et al.

Küting, K./Weber, C.-P. (2015): Die Bilanzanalyse, 11. Auflage, Stuttgart.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Bilanzierung		30
2	Onlineseminar	Bilanzierung		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Bilanzierung		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Bilanzierung		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Bilanzierung		32
6	Klausur	Bilanzierung		2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur, 90 Minuten

Finanzwirtschaft

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB14	Prof. Dr. Meik Friedrich	6	10/2021
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden haben einen Einblick in die Grundprinzipien des betrieblichen Finanzmanagements und können Begriffe wie Eigen-, Fremd-, Innen-, Aussen Finanzierung, Verschuldungsgrad und Investitionsverfahren einordnen. Die Studierenden sind mit den Begriffen Eigen- und Fremdkapital vertraut, können deren Kosten ermitteln. Die Studierenden können die Implikationen von Mezzaninkapital einschätzen. Die Studierenden kennen unterschiedliche Sicherungsinstrumente. Die Studierenden können Finanzierungsstrukturen analysieren und sind sich in diesem Zusammenhang insbesondere der Wirkung des Leverage-Effekts in Bezug auf das Risiko bewusst. Vor diesem Hintergrund können die Studierenden eine Optimale Kapitalstruktur ermitteln. Die Studierenden sind in der Lage Investitionen zu planen. Dies vor dem Hintergrund der Kenntnis und Anwendungskompetenz statischer und dynamischer Verfahren.

Lehrinhalte

Finanzierung:

- Einführung und Überblick
- Grundprinzipien des betrieblichen Finanzmanagements
- Eigenfinanzierung
- Fremdfinanzierung
- Finanzierungsentscheidung
- Ausgewählte Themen des betrieblichen Finanzmanagements

Investition:

- Investition und Finanzierung im betrieblichen Leistungserstellungsprozess
- Investitionsplanung und -entscheidung
- Statische Verfahren der Investitionsrechnung
- Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Perridon, L. / Steiner, M. / Rathgeber/ Andreas W. (2017) Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Auflage, München.
 Präsich, J./ Schikorra, U./ Ludwig, E. (2012) Finanzmanagement, 4. Auflage, Berlin.

Weiterführende Literatur:

Drukarczyk, J. / Lobe, S. (2014) Finanzierung, 11. Auflage, Stuttgart.
 Nöll, B./ Wiedemann, A. (2011) Investitionsrechnung unter Unsicherheit, München.
 Rehkugler, H. (2007) Grundzüge der Finanzwirtschaft, 1. Auflage, München/Wien.
 Schüler, A. (2016) Finanzmanagement mit Excel, 2. Auflage, München.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Finanzwirtschaft		30
2	Onlineseminar	Finanzwirtschaft		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Finanzwirtschaft		12
4	Selbststudium - Lernhandlung	Finanzwirtschaft		82
5	Selbststudium - Lernreflektion	Finanzwirtschaft		22

Summe: 150

Leistungsnachweis

Grundlagen der Digitalen Transformation

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB21	Prof. Dr. Michael Städler	6	02/2022
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können typische Problemfelder und Lösungsansätze der digitalen Transformation erkennen und zuordnen. Sie kennen die Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Fachabteilungen bezüglich der Mitarbeit in IT-Projekten zur Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle und der Digitalisierung von Prozessen. Sie können den Wertbeitrag der IT einschätzen und haben erste Erfahrungen bei der Optimierung von Prozessen gesammelt.

Lehrinhalte

Digitale Transformation: Digitale Geschäftsmodelle, Wertbeitrag von IT, Datenschutz/IT-Sicherheit, Geschäftsprozessmodellierung, Prozess- und Datenflüsse inkl. beispielhafter Modellierung, Umsetzung von Prozessen in integrierten Informationssystemen, Optimierung von Prozessen (Grundsätzliche Methoden, Beispiele – z.B. Robotic Process Automation)

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet

Literatur

Kernliteratur:

Gassmann, O. / Sutter, P.: Digitale Transformation gestalten, Hanser.

Gadatsch, A.: Grundkurs Geschäftsprozess - Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis, Vieweg

Weiterführende Literatur:

Abts, D. / Müller, W.: Grundkurs Wirtschaftsinformatik, Vieweg.

Jung, H. / Kraft, P.: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung, Hanser.

Krcmar, H.: Einführung in das Informationsmanagement, Springer.

Laudon, K.C. / Laudon, J.P. / Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik: Eine Einführung, Pearson.

Schmelzer, H. J. / Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Kunden zufrieden stellen - Produktivität steigern - Wert erhöhen, Hanser.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen der Digitalen Transformation		30
2	Onlineseminar	Grundlagen der Digitalen Transformation		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Grundlagen der Digitalen Transformation		12
4	Selbststudium - Lernhandlung	Grundlagen der Digitalen Transformation		82
5	Selbststudium - Lernreflektion	Grundlagen der Digitalen Transformation		22

Summe: 150

Leistungsnachweis

Hausarbeit (definierte Themenauswahl, 10 Seiten, 100%) in Kleingruppen à 2-3 Studierende

Mathematik/Statistik

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB22	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	8	10/2021
Dauer	Periodizität		
12 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen der Mathematik und Statistik vertraut und können die im Folgenden beschriebenen Methoden anwenden. Sie beherrschen Methoden und Verfahren der Differentialrechnung mit einer und auch mehreren Variablen, der Finanzmathematik, insbesondere der Zins und Rentenrechnung sowie der Matrizenrechnung mit Schwerpunkt auf dem Gaußalgorithmus. Die Verfahren der beschreibenden Statistik können angewendet werden und auch Statistiken auf ihre Plausibilität geprüft werden.

Lehrinhalte

Wirtschaftsmathematik:

- Lineare und nicht lineare Gleichungen
- Polynomfunktionen
- Extremwertprobleme
- Umgang mit Funktionen und Kurven und die Grundlagen der Differentialrechnung
- Integralrechnung
- partielle Differentialrechnung
- Matrizenrechnung
- Finanzmathematik.

Statistik:

- Aufgaben der Statistik
- statistische Grundbegriffe
- Datenerhebung
- Skalentypen
- Häufigkeitsverteilung und deren Interpretation
- Mittelwerte
- Streuungsmaße
- Zusammenhangsmaße
- Tabellen und grafische Darstellungen
- Zufallsexperimente und Ereignisse
- Korrelationen.

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

- Eichholz, W.: Taschenbuch der Wirtschaftsmathematik
 Quantember, A.: Statistik ohne Angst vor Formeln - Das Studienbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler

Weiterführende Literatur:

- Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik
 Fahrmeir, L. et.al: Statistik – Der Weg zur Datenanalyse

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Mathematik/Statistik		30
2	Onlineseminar	Mathematik/Statistik		20
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Mathematik/Statistik		15
4	Selbststudium - Lernhandlung	Mathematik/Statistik		118
5	Selbststudium - Lernreflektion	Mathematik/Statistik		15

6	Klausur	Mathematik/Statistik		2
---	---------	----------------------	--	---

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur Wirtschaftsmathematik (60 Min., 40%), Onlineaufgaben Wirtschaftsmathematik (Umfang 1-5 Seiten, 10%), Präsentation Statistik (50%, Online-Format in Kleingruppen bis 4 Studierende) Die Modulnote setzt sich aus den drei Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB23	Prof. Dr. André von Zobelitz	4	12/2020
Dauer	Periodizität		
4 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Zusammenhänge der Themenfelder Wandel von Arbeit, Digitalisierung und Kompetenzentwicklung im betrieblichen Umfeld. Anknüpfend an die Begriffe „Arbeiten 4.0“ und „Lernen 4.0“ wird das Verhältnis von Subjekt, Organisation und Technologie theoriegeleitet reflektiert. Die Studierenden entwickeln eine kritische Perspektive auf die Gestaltung von Lern- und Kommunikationsprozessen im Kontext der Digitalisierung. Durch den Einsatz unterschiedlicher erfahrungs- und handlungsorientierter Lehr- und Lernmethoden werden darüber hinaus die Sozial- und Methodenkompetenzen der Studierenden gefördert. Die Studierenden reflektieren den Begriff „Arbeit“ im internationalen Kontext und diskutieren, in wie fern sich Arbeit in Deutschland und international verändert.

In diesem Modul können einzelne Modulinhalte auf Englisch vermittelt werden. Die Nutzung englisch-sprachiger Fachliteratur wird empfohlen.

Lehrinhalte

- Arbeit, IT und Digitalisierung – wie technische Themen die Arbeitswelt verändern
- Reflexive Handlungsfähigkeit
- Arbeit im Wandel und „der Wissensarbeitsplatz der Zukunft“
- Lernen und Kompetenzentwicklung
- Verknüpfung von Kompetenz- und Organisationsentwicklung
- Digitalisierung und Arbeiten 4.0
- Digitale Kommunikation
- Lernen 4.0
- Lernen und Arbeiten im internationalen Kontext – Veränderung der internationalen Arbeitswelt
- Megatrends (digitaler) Arbeit

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Hoffmann, J. (Hrsg.) (2018): Arbeit 4.0 – Digitalisierung, IT und Arbeit, IT als Treiber der digitalen Transformation, Springer Verlag.

Weiterführende Literatur:

Bergmann, F. (2004): Neue Arbeit, Neue Kultur, Arbor Verlag.

Carstensen, T. (2015): Neue Anforderungen und Belastungen durch digitale und mobile Technologien. In: WSI-Mitteilungen, https://www.boeckler.de/wsimit_2015_03_carstensen.pdf.

Dehnbostel, P. (2015): Betriebliche Bildungsarbeit. Kompetenzbasierte Aus- und Weiterbildung im Betrieb. Schneider Verlag.

Frey, C.B./ Osborne, M.B. (2013): The Future of Employment: How susceptible are jobs to computerisation?, Oxford Working Paper, <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/future-of-employment.pdf>.

Hirsch-Kreinsen, H. (2016): Zum Verhältnis von Arbeit und Technik bei Industrie 4.0. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 66 (2016) 18-19, S. 10-17.

Pongratz, H. J./Voß, G. G. (2004): Arbeitskraftunternehmer. Erwerbsorientierungen in entgrenzten Arbeitsformen.

Rinne, U./Zimmermann, K. F. (2016): Die digitale Arbeitswelt von heute und morgen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 66 (2016) 18-19, S. 3-9.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Wandel von Arbeit, Organisations- und Lernkulturen		6
2	Seminaristische Vorlesung	Digitalisierung und Lernen 4.0		9

3	Onlineseminar	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel		4
4	Selbststudium - Lernvorbereitung	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel		9
5	Selbststudium - Lernhandlung	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel		58
6	Selbststudium - Lernreflektion	New Work: Arbeiten und Lernen im Wandel		16

Summe: 102

Leistungsnachweis

Testat (bestanden / nicht bestanden) durch Bearbeitung einer Fallstudie

Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB24	Prof. Dr. André von Zobeltitz	4	12/2020
Dauer	Periodizität		
4 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen Kenntnisse der wichtigsten qualitativen Methoden der empirischen Sozialforschung in Theorie und Anwendung, mit einem Einblick in die für die verschiedenen Problemzusammenhänge der Praxis und Forschung wichtigsten Konzepte der Forschungsplanung und der Datengewinnung sowie der Beschreibung und Interpretation qualitativer Daten auf den Grundlagen der sozialwissenschaftlichen Forschung erwerben.

Der Studierenden erwerben analytische Kompetenzen durch kritische und systematische Auseinandersetzung mit unterschiedlichen empirischen Forschungsmethoden. Sie sind befähigt, eigenständig Befragungen durchzuführen und diese wissenschaftlich zu analysieren.

Lehrinhalte

Forschungsmethodik:

- Der Begriff der empirischen Sozialforschung
- Forschungsplanung und der Forschungsprozess
- Wissenschaftliche Gütekriterien (Validität, Objektivität und Reliabilität) und deren Limitationen bei qualitativen Arbeiten
- Erhebungsverfahren der qualitativen Sozialforschung (bspw. Beobachtung, Interview, Gruppendiskussion)
- Erstellung von Interviewleitfäden und die Dokumentation von Interviews
- Aufbereitungs- (bspw. wörtliche Transkription, zusammenfassendes Protokoll) und ausgewählte Auswertungsmethoden im Rahmen der qualitativen Sozialforschung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Berger-Grabner, D.: Wissenschaftliches Arbeiten in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.

Kromrey, H./ Roose, J./ Strübing, J.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag.

Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Beltz Verlag.

Raab-Steiner, E./ Benesch, M.: Der Fragebogen – Von der Forschungsidee zur SPSS Auswertung, UTB Verlag.

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung		15
2	Onlineseminar	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung		6
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung		8
4	Selbststudium - Lernhandlung	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung		59
5	Selbststudium - Lernreflektion	Methodik II: Qualitative empirische Sozialforschung		12

Summe: 100

Leistungsnachweis

Online-Präsentation (inkl. digitalem Handout)

Marketing

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB31	Prof. Dr. André von Zobeltitz	6	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen, Besonderheiten und Theorieansätzen des Marketings vertraut. Sie entwickeln ein Verständnis für die Komplexität und Vernetztheit unterschiedlicher Abteilungen in Unternehmen in Hinsicht auf das Marketing und können dabei Bezüge zur betrieblichen Praxis herstellen. Sie erwerben die Fähigkeit, aus dem strategischen Bereich sowie der Portfolioanalyse des Marketings operative Maßnahmen abzuleiten und kennen aktuelle Trends im Marketing. Die Studierenden sind mit grundlegenden Begriffen, Besonderheiten und Theorieansätzen des Dienstleistungsmarketings vertraut. Sie wissen um die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und können diese Kenntnisse in Bezug auf ein mögliches Beschwerdemanagement anwenden.

Lehrinhalte

Grundlagen und aktuelle Trends im Marketing:

- Begriff und Wesen des Marketings
- Marketing und Ethik
- Aufgaben des operativen Marketings (4-P)
- strategische Marketingplanung und Marketingplanung
- (Portfolio-) Analyse (inkl. BCG-Matrix)
- aktuelle Trends des Marketings und der Marketingforschung
- Die Bedeutung von Kundenzufriedenheit und aktives Beschwerdemanagement

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Kotler, Ph. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V.: Grundlagen des Marketing, München, Pearson Studium.

Weiterführende Literatur:

Berekoven, L. / Eckert, W. / Ellenrieder, P.: Marktforschung: methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Gabler.

Bruhn, M. (2012) Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, 11. Aufl., Wiesbaden.

Kreutzer, R.-T: Praxisorientiertes Online-Marketing – Konzepte – Instrumente - Checklisten, Wiesbaden, Gabler.

Kuß, A./ Wildner, R./ Kreis, H.: Marktforschung: Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, Springer Gabler.

Meffert, H. / Burmann, Chr. / Kirchgeorg, M. (2012) Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Aufl., Wiesbaden

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Marketing		30
2	Onlineseminar	Marketing		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Marketing		12
4	Selbststudium - Lernhandlung	Marketing		82
5	Selbststudium - Lernreflektion	Marketing		22

Summe: 150

Leistungsnachweis

Innovationsmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB32	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen von Innovation als Voraussetzung nachhaltiger unternehmerischer Tätigkeit vertraut. Sie sind in der Lage, Innovationsprozesse zu analysieren und zu gestalten. Die Studierenden können den Innovationserfolg beurteilen. Sie sind in der Lage, die Rolle von Mitarbeitern sowie der Gestaltung von Aspekten verbundener Managementdisziplinen (z.B. Normatives Management, Strategisches Management, Personalmanagement) in Bezug auf Innovationsmanagement zu verstehen. Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit und die Grundzüge eines Investitionscontrollings.

Lehrinhalte

- Definition des Innovationsbegriffs
- Einflussfaktoren des Innovationsmanagements
- Der Innovationsprozess:
- Initiative: Die Entstehung von Innovationen
- Definition des innovativen Problems
- Zielbildung innovativen Entscheidungsprozessen
- Steuerung von Innovationsprozessen (Ablauforganisation, Controlling) - Schnittstellenmanagement
- Alternativenbildung, Kreativität
- Beurteilung des Innovationserfolges
- Der Mensch als Innovationsmotor - Der Markt als Innovationsmotor
- Zusammenhänge zwischen Normativem Management, Strategischen Management und Personalmanagement sowie Innovationsmanagement
- Innovationscontrolling

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Hauschildt, J./Salomo, S./Schultz, C./Kock, A. (2016): Innovationsmanagement, 6. Auflage, Vahlen

Weiterführende Literatur:

Kaschny, M./Nolden, M./Schreuder, S. (2015): Innovationsmanagement im Mittelstand, SpringerGabler

Möller, K./Menninger, J./Robers, D. (2011): Innovationscontrolling, Schäffer-Poeschel

Vahs, D./Brem, A. (2015): Innovationsmanagement, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel

Völker, R./Friesenhahn, A. (Hrsg.) (2018): Innovationsmanagement 4.0: Grundlagen - Einsatzfelder – Entwicklungstrends, Kohlhammer

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Innovationsmanagement		30
2	Onlineseminar	Innovationsmanagement		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Innovationsmanagement		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Innovationsmanagement		117
5	Selbststudium - Lernreflektion	Innovationsmanagement		32
6	Klausur	Innovationsmanagement		1

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur, 60 Minuten

Digital Entrepreneurship Lab

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB33	Prof. Dr. Maren Luther	8	03/2021
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erfahren die Besonderheiten des Digital Entrepreneurship im Vergleich zum klassischen Unternehmertum. Sie lernen Methoden, um aus einer Idee konkrete Geschäftsmodelle zu entwickeln sowie Möglichkeiten, um von den Erfahrungen erfolgreicher Unternehmen zu profitieren. Die Studierenden kennen den Prozess von der Ideenfindung bis zum Launch eines digitalen Produktes. Dabei erfahren sie Grundlegendes zur Phase der Marktrecherche, der Prototypentwicklung und des Markteintritts. Die Studierenden wissen, was eine erfolgreiche Gründungspersönlichkeit auszeichnet, welche Kompetenzen Erfolg versprechend sind und erhalten Basiswissen zur Teamgründung. Sie kennen grundlegende Anforderungen an einen Businessplan.

Im Innovation Lab der Hochschule Weserbergland lernen die Studierenden Methoden des agilen Arbeitens kennen und erproben ausgewählte Methoden in einem praxisorientierten Workshop. Sie reflektieren hierbei die Bedeutung agiler Arbeitsmethoden für die digitale Zusammenarbeit.

Lehrinhalte

- Digital Entrepreneurship in Abgrenzung zum klassischen Unternehmertum
- Entwicklung von Geschäftsmodellen
- Prozess der Ideenfindung bis zum Launch eines digitalen Produkts
- Gründungspersönlichkeit, Kompetenzen, Teamgründung
- Anforderungen an einen Businessplan
- Design Thinking als agile Arbeitsmethode

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Lewrick, M. / Link, P. / Leifer, L. (2018): Das Design Thinking Playbook: mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren, 2. Aufl., Franz Vahlen.

Pioch, S. (2019): Digital Entrepreneurship: Ein Praxisleitfaden für die Entwicklung eines digitalen Produkts von der Idee bis zur Markteinführung, SpringerGabler.

Weiterführende Literatur:

Baierl, R. / Behrens, J. / Brem, A. (Editors) (2019): Digital Entrepreneurship. Interfaces Between Digital Technologies and Entrepreneurship, Springer.

Gerlin, A. / Godehard, G. (2018) Der Design-Thinking-Werkzeugkasten, Heidelberg.

Kollmann, T. (2019): E-Entrepreneurship: Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft, 7. Aufl., SpringerGabler.

Lewrick, M. / Link, P. / Leifer, L. (2020): Das Design Thinking Toolbook: die besten Werkzeuge und Methoden, Franz Vahlen.

Meinhardt, S. / Pflaum, A. (2019): Digitale Geschäftsmodelle, Band 1: Geschäftsmodell-Innovationen, digitale Transformation, digitale Plattformen, Internet der Dinge und Industrie 4.0, Springer Vieweg.

Soltanifar, M. / Hughes, M. / Göcke, L. (Editors) (2021): Digital Entrepreneurship: Impact on Business and Society, Springer.

Jeweils die aktuelle Auflage! Die Nutzung englischsprachiger Fachliteratur wird empfohlen.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Digital Entrepreneurship		30
2	Onlineseminar	Digital Entrepreneurship		4

3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Digital Entrepreneurship		18
4	Selbststudium - Lernhandlung	Digital Entrepreneurship		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Digital Entrepreneurship		32

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

(Die Hausarbeit kann wahlweise in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden)

Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB41	Prof. Dr. Maren Luther	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, Grundlagen der Unternehmensführung inkl. Ebenen und Aufgaben des Managements zu diskutieren. Sie kennen die integrative Betrachtung der Managementteilprozesse. Die Studierenden können Grundlagen und Elemente des Normativen Managements erläutern. Die Studierenden verstehen die Ziele, Aufgaben sowie den Prozess des Strategischen Managements. Sie sind in der Lage, Instrumente und Vorgehensweisen der strategischen Analyse, der Strategieentwicklung, der Strategieimplementierung und der strategischen Kontrolle zu analysieren und anzuwenden. Sie sind in der Lage, Geschäftsmodelle vor allem für digitale Dienste zu analysieren und zu erarbeiten.

Lehrinhalte

Grundlagen der Unternehmensführung

- Managementverständnisse, Ebenen und Aufgaben des Managements
- Integrative Betrachtung der Managementteilprozesse

Normatives Management

- Unternehmerische Vision und -werte
- Erwartungen interner und externer Interessensgruppen
- Unternehmenskultur und Zusammenhang zur Strategie

Grundlagen des Strategischen Managements

- Merkmale von Strategien und strategischen Entscheidungen
- Ziele und Aufgaben des strategischen Managements
- Ebenen des strategischen Managements
- Entstehung von Strategien: Planung vs. Emergenz
- Prozess der strategischen Planung

Strategische Analyse

- Externe Analyse: Das Umfeld eines Unternehmens
- Interne Analyse: Stärken und Schwächen
- SWOT-Analyse als Instrument zur strategischen Analyse

Strategieentwicklung

- Wettbewerbsvorteile und Entwicklung von Strategiealternativen
- Konstitutive Aufgaben
- Portfolioanalyse im Rahmen der Strategieformulierung

Strategieimplementierung

- Kommunikation der Strategie
- Operative Umsetzung
- Balanced Scorecard als strategisches Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Strategische Kontrolle

- Ziele, Arten und Inhalte strategischer Kontrolle

Geschäftsmodellentwicklung

- Grundlagen Geschäftsmodelle
- Grundlagen der Digitalwirtschaft
- Business Model Canvas als Analyse- und Konzeptionsinstrument

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Eichenberg, T./Hahmann, M./Hördt, O./Luther, M./Stelzer-Rothe, T. (2017): Unternehmensführung: Fallstudien, Klausuren, Übungen und Lösungen, Berlin/Boston

Weiterführende Literatur:

Dillerup, R./Stoi, R. (2016) Unternehmensführung, 5. Aufl., München.

Eggers, B./Ahlers, F./Eichenberg, T. (2011) Integrierte Unternehmensführung, Wiesbaden.

Johnson, G./Whittington, R./Scholes, K./Angwin, D./Regnér, P. (2018) Strategisches Management, 11. Auflage München.

Müller-Stewens, G./Lechner, C. (2016) Strategisches Management, 5. Auflage, Stuttgart.

Osterwalder, A./Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation, Frankfurt/New York

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle		30
2	Onlineseminar	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle		32
6	Klausur	Strategische Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle		2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur, 120 Minuten

Requirements Engineering I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB42	Prof. Dr. Jens Wiggerbrock	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Ziele, Aufgabengebiete und Rollenverteilung des Requirements Engineering.

Grundlagen zielgerichteter Kommunikation und Teamarbeit werden vermittelt. Die Studierenden sind in der Lage, bestehende Prozesse zu analysieren und darzustellen; Sollprozesse in Abhängigkeit der bestehenden IT-Systeme zu entwerfen sowie Anwendungsfälle (use cases) für die Prozesse zu erstellen. Sie können Prozesse und Anwendungsfälle in formale Notationen überführen (ARIS eEPK / BPMN 2.0 bzw. UML use cases).

Lehrinhalte

Modul 1

Die Rolle des Business Analysten - Grundlagen
 Haltung und Verhalten - Erreichen von TOP-Qualität
 Interaktion mit dem Kunden - Gesprächsführung
 Informationen gewinnen - Fragetechnik
 Zusammenarbeit mit anderen – Erfolgsfaktoren der Teamarbeit

Modul 2

Geschäftsprozesse – Wertschöpfung des Unternehmens
 Geschäftsprozessanalyse
 Fallstudie Geschäftsprozessmodellierung und -optimierung
 Business Process Management

Modul 3

Übergang von der Prozesssicht zur Systemsicht
 Objektorientierte Anforderungsanalyse mit UML
 Use Cases und weitere Ergebnistypen der UML
 Klassenmodellierung
 UI-Design und Ergonomie

Literatur

Rupp, Chris: Requirements-Engineering und -Management: Aus der Praxis von klassisch bis agil
 Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG; Auflage: 6 (1. Oktober 2014)

Oestereich, Bernd: Analyse und Design mit der UML 2.5: Objektorientierte Softwareentwicklung
 De Gruyter Oldenbourg; Auflage: 11 (26. September 2013)

Gadatsch, Andreas: Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Methoden und Werkzeuge für die IT-Praxis
 Vieweg+Teubner Verlag; Auflage: 7 (21. August 2012)

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Requirements Engineering I		30
2	Onlineseminar	Vertiefung I: Requirements Engineering I		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Requirements Engineering I		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Requirements Engineering I		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Requirements Engineering I		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation

Digital Service I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB43	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Grundlegenden Aspekte und Zusammenhänge des Dienstleistungsmanagement. Sie sind sich der Rolle des Kunden in einer Serviceökonomie bewusst.

Die Studierenden kennen Aspekte der Strategischen Unternehmensplanung von Dienstleistungen, können neue Dienstleistungen entwickeln und managen. Sie sind mit dem Begriff der digitalen Wertschöpfungskette, insbesondere vor dem Hintergrund von eBusiness und eCommerce vertraut und sind in der Lage, digitale Services zu analysieren und zu entwickeln.

Lehrinhalte

- Bedeutung und Charakteristika von Dienstleistungen
- Der Begriff des Dienstleistungsmanagement
- Der Kunde im Fokus / Der Kunde in der Serviceökonomie
- Strategische Unternehmensplanung von Dienstleistungen
- Service Engineering / Entwicklung neuer Dienstleistungen
- Service Operation Management
- Der Begriff der Digitalen Wertschöpfungskette
- Digitale Transformation von Dienstleistungen
- eBusiness und eCommerce

Literatur

Basisliteratur:

Haller, S.; Wissing, C.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Springer Gabler.

Weiterführende Literatur

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0: Konzepte – Methoden – Instrumente. Band 1, Springer Verlag.

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Dienstleistungen 4.0: Geschäftsmodelle - Wertschöpfung - Transformation. Band 2, Springer Verlag.

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Service Business Development: Strategien – Innovationen – Geschäftsmodelle. Band 1, Springer Verlag.

Bruhn, M.; Hadwich, K.: Service Business Development: Band 2. Methoden – Erlösmodelle – Marketinginstrumente. Band 1, Springer Verlag.

Meier, A.; Stormer, H.: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette, Springer Gabler.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Digital Service I		30
2	Onlineseminar	Vertiefung I: Digital Service I		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Digital Service I		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Digital Service I		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Digital Service I		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation

Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB44	Prof. Dr. Michelle Peters	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben vertieftes Wissen über Controlling und Unternehmensführung, die Organisation des Controlling, Strategische Konzepte, Planungs-, Informations- und Berichtssysteme sowie Instrumente des strategischen Controlling und können dieses Wissen in die Praxis übertragen und anwenden.

Lehrinhalte

- Controlling und Unternehmensführung
- Organisation des Controllings
- Strategische Konzepte
- Planungs-, Informations- und Berichtssysteme
- Instrumente des strategischen Controllings

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Horváth, P.: Controlling, Franz Vahlen.

Weiterführende Literatur:

Baum, H.-G./Coenenberg, A./Günther, T.: Strategisches Controlling, Schäffer-Poeschel.
Becker, W.: Controlling: Konzepte, Methoden und Instrumente, Otto-Friedrich-Universität.
Gälweiler, A.: Strategische Unternehmensführung, Campus Verlag.
Kaplan, R.S. / Norton, D.P.: Balanced scorecard: Strategien erfolgreich umsetzen, Manager-Magazin-Verlags-Gesellschaft.
Preißler, P.R.: Controlling, Oldenbourg.
Steinle, C./Daum, A.: Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis, Schäffer-Poeschel.

In der jeweils aktuellen Auflage

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung		30
2	Onlineseminar	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Controlling I: Grundlagen der Unternehmenssteuerung		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation

Requirements Engineering II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB45	Prof. Dr. Jens Wiggerbrock	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können anhand von Informationen der Fachabteilung Systeme, Akteure und Anforderungen identifizieren und klassifizieren. Sie sind in der Lage, valide Dokumente als fachliche Konzepte zu erstellen und den Softwareentwicklern als Umsetzungsgrundlage zur Verfügung zu stellen.

Die Studierenden haben gelernt, Anforderungsworkshops zielgruppen- und ergebnisorientiert vorzubereiten und durchzuführen. Störfaktoren in der Anforderungsanalyse (Gruppendynamik) werden erkannt und sinnvoll gehandhabt. Die Studierenden können professionell auf projektgefährdende Einflüsse reagieren. Konkurrierende Anforderungen können gewichtet und priorisiert werden.

Lehrinhalte

Modul 4

Ziele der Anforderungserhebung – Welche Ergebnistypen werden wann im Projekt erstellt?
 Anforderungen detaillieren – Von der Idee zur widerspruchsfreien Spezifikation; Vertiefung Use Cases
 Abnahmekriterien und Testfälle aus Anforderungen ableiten
 Anforderungsworkshops vorbereiten, planen, durchführen und nachbereiten
 Moderationstechniken je nach Situation und Problemstellung auswählen
 Techniken der moderierten Anforderungsanalyse: Interview- und Workshopstechniken
 Umgang mit Störungen, Probleme und Konflikte im Workshop

Modul 5

Demand Management – Von der Idee zur Realisierung
 Anforderungen in Dokumenten valide und verständlich organisieren und dokumentieren.
 Effiziente Planung von Projekten
 Priorisierung und Gewichtung von Anforderungen, Projektcontrolling aus Anforderungssicht
 Vorgehensmodelle und Roadmaps
 Klassisches Vorgehen vs. Agile Ansätze; Scrum
 Tailoring von Projekten

Modul 6

Projektsimulation:
 Von der Idee bis zur Umsetzung – umfangreiche Fallstudie zur Business Analyse.
 Anforderungsarten
 Priorisierung und Gewichtung von Anforderungen, Projektcontrolling aus Anforderungssicht
 Anforderungen in Dokumenten valide und verständlich organisieren und dokumentieren.

Projektsimulation:

Von der Idee bis zur Umsetzung - vollumfängliche Fallstudie in Rollenspielerischer Umgebung.

Anhand der Anforderungen können Vorgaben für Testszenarien erstellt werden.

Literatur

Ludewig; Lichter: Software Engineering: Grundlagen, Menschen, Prozesse, Techniken
 dpunkt.verlag GmbH; Auflage: 3., korrigierte Auflage (30. April 2013)
 Vogenschow, Uwe: Soft Skills für IT-Berater: Workshops durchführen, Kunden methodisch beraten und [...]
 dpunkt.verlag GmbH; Auflage: 1., Auflage (26. September 2012)
 Andler, Nicolai: Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting: Kompendium der [...]
 Publicis Publishing; Auflage: 6 (1. Juli 2015)

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Requirements Engineering II		30
2	Onlineseminar	Vertiefung II: Requirements Engineering II		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Requirements Engineering II		16

4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Requirements Engineering II		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Requirements Engineering II		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Digital Service II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB46	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die Grundlagen internetbasierter Dienstleistungen und ihrer Geschäftsmodelle. Sie wissen, wie Produkte entwickelt werden können, welche Rahmenbedingungen bei Vermarktung und Betrieb zu berücksichtigen sind und welche Geschäftsmodelle existieren. Sie können Geschäftsmodelle und Produkte bewerten und die zu ihrer Realisierung möglichen Prozesse und Infrastrukturen definieren. Die Studierenden sind mit Konzepten der Kundeninteraktion im Rahmen internetbasierter Dienstleistungen vertraut. Sie kennen die Grundbegriffe der Dimensionen Support und klassischer Kundenschnittstellen. Sie kennen Technologien zur Realisierung automatisierter Kundeninteraktion sowie die Grundlagen der Kundeninteraktion allgemein. Sie können Supportprozesse definieren und Kundeninteraktion gestalten.

Lehrinhalte

Geschäftsmodelle:
Geschäftsmodelle der Internet Economy/Sharing Economy (Amazon, Ebay, Uber, Airbnb), Plattformökonomie, Produkte, Managementstrukturen, Infrastruktur zum Betrieb Internetbasierter Dienstleistungen aus Managementsicht, Payment, Lebenszyklus internetbasierter Dienstleistungen

Kundeninteraktion:
Kundeninteraktion im Internet, Supportebenen, automatisierter Support, Web-Usability, mobile Usability, Corporate Design, Customer Journey, Customer Experience Management, Chatbots, Suchmaschinen, Interaction Design

Literatur

Basisliteratur:
Scheer, C./Deelmann, T./Loos, P.: Geschäftsmodelle und internetbasierte Geschäftsmodelle, Universität Mainz.

Weiterführende Literatur:
Chan, J. K. H./Zhan, Y.: Sharing by Design, Springer.
Stummeyer, C./Köber, B. (Hrsg.): Amazon für Entscheider, Springer.
Halberstadt, J.: Globale und nationale First-Mover-Vorteile internetbasierter Geschäftsmodelle, Springer.
Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Springer.
Pätzold, M.: Neue Wettbewerbspolitik im 21. Jahrhundert, Springer.
Auer, C./Bartsch, S./Meyer, A.: Die Bedeutung von Technologien in der Dienstleistungsmarketingforschung, in: Roth, S./Horbel, C./Popp, B. (Hrsg.), Perspektiven des Dienstleistungsmanagements, Springer.
Jiang, B./Tian, L.: The Strategic and Economic Implications of Consumer-to-Consumer Product Sharing; in: Hu, M. (Hrsg.), Sharing Economy, Springer.
Ertel, A./Laborenz, K.: Responsive Webdesign – Konzepte, Techniken, Praxisbeispiele, Rheinwerk.
Krug, S.: Don't make me think! - Web Usability - Das intuitive Web, mitp Verlag.
Keßler, E./Rabsch, S./Mandic, M.: Erfolgreiche Websites: SEO, SEM, Online-Marketing, Kundenbindung, Usability, Rheinwerk.
Kruse Brandão, T./Wolfram, G.: Digital Connection - Die bessere Customer Journey mit smarten Technologien – Strategie und Praxisbeispiele, Springer.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Digital Service II		30
2	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Digital Service II		4
3	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Digital Service II		16
4	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Digital Service II		116
5	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Digital Service II		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Controlling II: Funktionscontrolling

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB47	Prof. Dr. Michelle Peters	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen zur Unternehmensbewertung, zur Schwachstellenanalyse und Kostensenkungsmaßnahmen, zu Aufgaben und Instrumenten des Funktionscontrolling sowie zum Krisencontrolling und können dieses Wissen in die Praxis übertragen und anwenden. Sie wissen um die Bedeutung von Planung und Kontrolle sowie die Steuerung und Informationsversorgung von einzelnen betrieblichen Funktionen und vertiefen diese Kenntnisse im Rahmen ihrer Hausarbeit individuell. Sie sind mit Aspekten der Digitalisierung im Controlling vertraut.

Lehrinhalte

- Unternehmensbewertung
- Schwachstellenanalyse und Kostensenkungsmaßnahmen
- Aufgaben und Instrumente des Funktionscontrollings
- Die Bedeutung von Informationen zur Steuerung betrieblicher Funktionen
- Krisencontrolling
- Digitalisierung im Controlling

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
Horváth, P.: Controlling, Franz Vahlen.

Weiterführende Literatur:

Baum, H.-G./Coenenberg, A./Günther, T.: Strategisches Controlling, Schäffer-Poeschel.
Becker, W.: Controlling: Konzepte, Methoden und Instrumente, Otto-Friedrich-Universität.
Gälweiler, A.: Strategische Unternehmensführung, Campus Verlag.
Kaplan, R.S. / Norton, D.P.: Balanced scorecard: Strategien erfolgreich umsetzen, Manager-Magazin-Verlags-Gesellschaft.
Preißler, P.R.: Controlling, Oldenbourg.
Steinle, C./Daum, A.: Controlling: Kompendium für Ausbildung und Praxis, Schäffer-Poeschel.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling		30
2	Onlineseminar	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Controlling II: Funktionscontrolling		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Projektmanagement

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB51	Prof. Dr. Timm Eichenberg	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind mit den Grundlagen des Projektmanagements nach IPMA/GPM vertraut. Sie kennen die Methoden und Verfahren des Projektmanagements und können diese auf Vorhaben im Unternehmen anwenden. Die Studierenden kennen agile Methoden des Projektmanagements und können diese auf Vorhaben im Unternehmen anwenden. Sie sind in der Lage, MS Project als Standardsoftware der Projektplanung einzusetzen.

Im Rahmen des Moduls findet eine inhaltliche Vorbereitung auf das Ablegen des Basiszertifikates der GPM sowie der Professional Scrum Master I Zertifizierung von scrum.org statt. Das Absolvieren der Zertifikate ist fakultativ. Die Prüfungen sind nicht Teil des Moduls, entstehende Prüfungskosten sind durch die Studierenden zu tragen. Die HSW organisiert bei ausreichender Nachfrage einen Prüfungstermin für das GPM Basiszertifikat vor Ort. Die PSM I Prüfung erfolgt online auf www.scrum.org und kann von jedem Studierenden individuell am eigenen PC absolviert werden. Ein Studentenrabatt ist verfügbar. Senden Sie dazu einen Scan Ihres Studierendenausweises an support@scrum.org und bitten Sie um einen "Discount Code" (die E-Mail muss in Englisch verfasst werden), den Sie dann bei der Online-Registrierung angeben.

Lehrinhalte

Projektmanagement

- Projekte, Projektmanagement und PM-Prozesse
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektinitialisierungs-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektdefinitions-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektplanungs-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektsteuerungs-Phase
- Ziele, Aufgaben und Instrumente der Projektabschluss-Phase
- Informationen zum Basiszertifikat der GPM

Agile Methoden

- Grundlagen Agiles Manifest sowie Grundlagen Scrum
- Rollen im Scrum Team
- Scrum-Ereignisse
- Scrum-Artefakte
- Agile Arbeitsmethoden (z.B. Planning Poker)
- Grundlagen Kanban
- Kanban Anwendung anhand eines Simulationsspiels
- Anwendungsvarianten in Form hybriden Projektmanagements
- Informationen zur PSM I Zertifizierung von scrum.org

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Eichenberg, T./Hahmann, M./Hördt, O./Luther, M./Stelzer-Rothe, T.: Organisation und Projektmanagement: Fallstudien, Klausuren, Übungen und Lösungen, deGruyter
Scholz, M.: Projektmanagement: Zielgerichtet. Effizient. Klar, UVK Verlag
Schwaber, K./Sutherland, J.: Scrum Guide, online.

Weiterführende Literatur:

GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4): Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement
Patzak, G./Rattay, G., Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen, Linde.
Wieczorrek, H. W./Mertens, P.: Management von IT-Projekten, Springer.
Pfezting, K./Rohe, A.: Ganzheitliches Projektmanagement, Verlag Dr. Götz Schmitz.
Pichler, R.: Scrum, dpunkt.verlag.
Litke, H.-D.: Projektmanagement, Hanser.

Timinger, H.: Modernes Projektmanagement, Wiley.
Eichenberg, T./Hahmann, M./Hördt, O./Luther, M./Stelzer-Rothe, T. (2021): Organisation und Projektmanagement: Fallstudien, Klausuren, Übungen und Lösungen, De Gruyter Oldenbourg 2021.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Projektmanagement		15
2	Fallstudie	Fallstudie Projektmanagement		15
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Projektmanagement		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Projektmanagement		118
5	Selbststudium - Lernreflektion	Projektmanagement		34

Summe: 198

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Cyber Security I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB52	Florian Schimanke	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden können grundlegende Funktionen von Betriebssystemen erläutern. Sie haben Kenntnisse über Aufbau, Arbeitsweise und Einsatz von Betriebssystemen. Sie können marktgängige Betriebssysteme, ihre Komponenten und Anwendungsgebiete unterscheiden.

Die Studierenden sind in der Lage, verschiedene Arten von Malware zu identifizieren und klassifizieren. Sie verfügen über Kenntnisse in den Bereichen Betriebssystem- und Softwaresicherheit und können mit Werkzeugen zur Herstellung einer grundlegenden Computer-Sicherheit in verschiedenen Betriebssystem- und Netzwerkumgebungen umgehen. Die potenziellen Gefahren für Netzwerke und Computersysteme sind den Studierenden bekannt. Darüber hinaus sind sie vertraut mit Begriffen und Konzepten aus den Bereichen Angriffsarten, Angriffstechniken, Angreifer-Klassifizierung, Angriffsmotivation, Verteidigungskonzepte sowie dem Vorgehen und Ergreifen von Maßnahmen zur Verteidigung von Computersystemen.

Lehrinhalte

- Betriebssysteme: Konzepte und sicherheitsrelevante Architekturen, Bewertung von Betriebssystemen
- Prozesse: Verwaltung, Zustände und Zustandswechsel, Threads, Multitasking, Interprozesskommunikation
- Definition, Arten und Klassifikation verschiedener Arten von Malware
- Schadsoftware: Viren, Trojaner, Ransomware, Scareware, Hoaxes, Keylogger, Würmer, Spyware, Adware
- Abwehrmaßnahmen: Firewalls, Virens Scanner, DMZ, Intrusion Detection/Prevention Systeme
- Angriffsarten von intern und extern, Angriffstechniken, Klassifizierung von Angreifern

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Tanenbaum, A.: Moderne Betriebssysteme, Pearson.

Baumgarten, U. Siebert, H.-J.: Betriebssysteme: Eine Einführung, Oldenbourg Verlag.

Weiterführende Literatur:

Schäfer, Günter: Netzsicherheit, dpunkt.verlag

Gaycken, Sandro: Cyberwar: Das Internet als Kriegsschauplatz, Open Source Press

Schmeh, K.: Kryptografie, dpunkt Verlag, Wiley

Biskup, J.: Security in Computing Systems, Springer

Kappes, M.: Netzwerk- und Datensicherheit, Springer

Gollmann, D.: Computer Security, Wiley

Eckert, C.: IT-Sicherheit: Konzepte - Verfahren – Protokolle, De Gruyter

Mandl, P.: Grundkurs Betriebssysteme, Vieweg.

Stallings, W.: Betriebssysteme, Pearson.

Glatz, E.: Betriebssysteme: Grundlagen, Konzepte, Systemprogrammierung dpunkt.verlag

Jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Cyber Security I: Grundlagen des der Cyber Security		30
2	Onlineseminar	Cyber Security I: Grundlagen des der Cyber Security		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Cyber Security I: Grundlagen des der Cyber Security		18
4	Selbststudium - Lernhandlung	Cyber Security I: Grundlagen des der Cyber Security		116
5	Selbststudium - Lernreflexion	Cyber Security I: Grundlagen des der Cyber Security		32

Leistungsnachweis

Präsentation

Data Analytics I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB53	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte und Techniken der Datenanalyse und deren Anwendung auf große Datenmengen. Die Studierenden entwickeln die Grundkompetenzen und Kenntnisse, die von Datenwissenschaftlern benötigt werden, einschließlich der Verwendung von Techniken wie lineare Regression, Klassifizierung und Clustering. Die Studierenden können mit der Datenanalyseumgebung R praktische Probleme lösen.

Lehrinhalte

Statistik II:

- Einführung in die multiple lineare Regression
- logistische Regression,
- Clustering
- Assoziationsanalyse
- Faktorenanalyse
- Prognosen

Data Analytics (in R):

- Big-Data-Überblick
- Datenvorverarbeitung
- Anwendung spezifischer Methoden (R-Anwendungen)

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung; Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Dormann, C.: Parametrische Statistik; Verteilungen, maximum likelihood und GLM in R; Springer Spektrum.
Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R., Pigeot, I., Tutz, G.: Statistik – Der Weg zur Datenanalyse; Springer Spektrum.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung I: Data Analytics I		30
2	Onlineseminar	Vertiefung I: Data Analytics I		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Data Analytics I		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Data Analytics I		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Data Analytics I		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Marketing und Vertrieb I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB54	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Den Studierenden sind die Grundbegriffe, Ziele und Aufgaben der Marktforschung und Marketingstatistik bekannt. Sie überblicken unterschiedliche Methoden der Primär- und Sekundärforschung und können diese unterscheiden und umsetzen. Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig einen Marktforschungsplan zu entwickeln und wissen um Möglichkeiten, diese Ergebnisse auszuwerten und zu interpretieren.

Die Studierenden können die einzelnen Bestandteile des Mikro- und Makro-Umfelds des Unternehmens aufzeigen und wissen wie man mit dem Marktumfeld interagiert. Sie kennen die Besonderheiten einzelner Markttypen und berücksichtigen diese bei Ihrem Handeln.

Sie wissen um Ebenen des Konsumentenverhaltens und sind in der Lage, diese Kenntnisse in Bezug auf den Kaufentscheidungsprozess von Individuen zu reflektieren. Die Studierenden können wissenschaftliche Arbeitsmethoden im Sinne der Marktforschung und der Erforschung von Konsumentenbedürfnissen anwenden.

Lehrinhalte

- Märkte und ihre Erforschung
- Das Umfeld des Marketings (Mikro- und Makroumfeld)
 - Das Kaufverhalten von Kunden
 - Markt- und Marketingforschung
 - Untersuchungsplanung
 - Datenerhebung
 - Die Markttypen
 - Konsumgüter
 - Industriegüter
 - Dienstleistungen
 - Handelsmarketing
 - Non-Profit Marketing
 - Einführung in die Marketingstatistik (Datengenauigkeit, Skalen, Mittelwerte)

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Kotler, Ph. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V. (2010) Grundlagen des Marketing. 5., aktualisierte Auflage, München.

Weiterführende Literatur:

Berekoven, L. / Eckert, W. / Ellenrieder, P. (2009) Marktforschung : methodische Grundlagen und praktische Anwendung, 12. Auflage, Wiesbaden.

Bruhn, M. (2010) Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis. 10., überarb u. erw. Aufl., Wiesbaden.

Kuß, A. / Tomczak, T. (2007) Käuferverhalten : eine marketingorientierte Einführung, 4. Auflage, Stuttgart.

Meffert, H. / Burmann, Chr. / Kirchgeorg, M. (2012) Marketing. Grundlagen marktorientierter

Schneider, W. (2009) Marketing und Käuferverhalten, 3. Auflage, München.

Unternehmensführung, 11. Auflage, Wiesbaden.

jeweils die aktuelle Auflage! Weitere aktuelle Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Lehrveranstaltung vorgenommen.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung		30

2	Onlineseminar	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Marketing und Vertrieb I: Kunden, Märkte und ihre Erforschung		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation

Angewandtes Projektmanagement I

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB55	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, ein praktisches Problem über einen längeren Zeitraum in interdisziplinären Projektteams lösungsorientiert im Rahmen eines forschenden Lernens zu bearbeiten. Sie erwerben die Fähigkeit, sich selbst im Projektteam zu organisieren und strukturiert an eine Fragestellung heranzugehen. Sie lernen mit Problemen während der Bearbeitung umzugehen und können ihre Arbeitsergebnisse angemessen kommunizieren und präsentieren. Sie sind in der Lage, klassische und agile Projektmanagement-Tools zur Dokumentation ihrer Planung anzuwenden.

Lehrinhalte

- Bearbeitung interdisziplinärer Projekte
- Projektdokumentation
- Bedeutung verschiedener Rollen im Projekt
- Bedeutung klassischer und agiler Methoden
- Kommunikation der Projektergebnisse

Literatur

Kernliteratur:

Scholz, M: Projektmanagement: Zielgerichtet. Effizient. Klar, UVK Verlag

Weiterführende Literatur:

Heilmann, H; Etzel, H.-J.; Richter, R. (Hrsg.): IT-Projektmanagement, Heidelberg: dpunkt.

Jenny, B.: Projektmanagement: Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere - Zürich: vdf.

Patzak, G.; Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. Verlag Linde.

Fiedler, R.: Controlling von Projekten: Projektplanung, Projektsteuerung und -kontrolle - Verlag Vieweg.

Gadatsch, A.: Grundkurs IT-Projektcontrolling: Grundlagen, Methoden und Werkzeuge - Vieweg+Teubner.

Gartner, P./Wuttke, T.: A Guide to the Project Management Body of Knowledge. RHOMBOS-VERLAG.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Ergänzend je nach Projekt relevante Fachliteratur.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I		30
2	Onlineseminar	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung I: Angewandtes Projektmanagement I		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation

Cyber Security II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB56	Florian Schimanke	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse vorhandener Normen, Gesetze, Regelungen und Rechtsprechungen in verschiedenen Bereichen in den Bereichen Datenschutz und Informationssicherheit. Das Lernziel ist die Fähigkeit, Standards und Regelungen schnell erfassen und für den praktischen Alltag einordnen zu können.

Die Studierenden verfügen über Kenntnisse im Bereich der Informationssicherheitsmanagementsysteme (ISMS) gemäß ISO 27001 und können diese aufbauen, aufrechterhalten, weiterentwickeln und anwenden. Sie sind in der Lage, Risiken für die IT-Sicherheit zu erkennen und entsprechende Maßnahmen gegen sie zu entwickeln. Zu diesem Zweck können sie verschiedene Arten von Informationen klassifizieren, einordnen und auf dieser Basis entsprechende Schutzziele definieren. Hierzu verfügen sie über Kenntnisse zum Aufbau von Organisationen und der Einordnung von Zuständigkeiten und Bedrohungen in deren Ablauf. Ferner entwickeln die Studierenden während des Moduls ein Bewusstsein für Sicherheitsbedrohungen und können ihren Kollegen dieses Bewusstsein vermitteln.

Lehrinhalte

- Ethische Richtlinien, gesellschaftliche und bürgerrechtliche Aspekte
- Datenschutz nach DSGVO unter Abwägung der Praxis sowie der Ethik
- Identifikation vs. Authentifikation, Anonymität und deren Bedeutung
- Unterschied zwischen Gesetzen und Rechtsprechungen in praktischen Beispielen
- Gesetzgebungsverfahren aus Sicht der IT
- Social Media vs. Datenschutz und IT-Security
- Branchenspezifische Normen und Compliance-Standards
- Einschätzung aktueller Technologien
- Einschätzung von Terms of Services
- ISMS gem. ISO 27001
- IT-Risikomanagement und Bedrohungsanalyse
- Informationsklassifikation und Schutzziele
- Organisationsaufbau, Ablauforganisation und Gremien
- Security Awareness und Security Training

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Kuchling, J.: Datenschutzrecht, C.F. Müller Verlag

BSI - Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (Hrsg.): Informationssicherheit und IT-Grundschutz: BSI-Standards 100-1, 100-2 und 100-3. 2. Auflage. Köln : Bundesanzeiger Verlag.

Weiterführende Literatur:

Gantz, S. D.: The Basics of IT Audit : Purposes, Processes, and Practical Information. Amsterdam, NL: Elsevier Syngress, 2013

Kersten, H.: Der IT Security Manager: Aktuelles Praxiswissen für IT Security Manager und IT-Sicherheitsbeauftragte in Unternehmen und Behörden, Springer Vieweg

Cazemier, J.: Information Security Management with ITIL V3. Zaltbommel, NL: Van Haren.

Cole, E.: Advanced Persistent Threat: Understanding the Danger and How to Protect Your Organization. Amsterdam, NL: Elsevier Syngress.

Jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
----	-----	-------------	--------	------

1	Seminar	Cyber Security II: Rechtliche Grundlagen und Management		30
2	Onlineseminar	Cyber Security II: Rechtliche Grundlagen und Management		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Cyber Security II: Rechtliche Grundlagen und Management		18
4	Selbststudium - Lernhandlung	Cyber Security II: Rechtliche Grundlagen und Management		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Cyber Security II: Rechtliche Grundlagen und Management		32

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation

Data Analytics II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB57	Prof. Dr. Bettina-Sophie Huck	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die weiterführenden Konzepte und Techniken der Datenanalyse und deren Anwendung auf große Datenmengen. Sie vertiefen die Kernkompetenzen und Kenntnisse, die von Datenwissenschaftlern benötigt werden, einschließlich diverser Testverfahren.

Lehrinhalte

Statistik III:

- Assoziationsanalyse
- Faktorenanalyse
- Prognosen
- Verteilungsfunktionen
- Testen von Hypothesen
- spezielle Testverfahren

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung; Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Dormann, C.: Parametrische Statistik; Verteilungen, maximum likelihood und GLM in R; Springer Spektrum.
Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R., Pigeot, I., Tutz, G.: Statistik – Der Weg zur Datenanalyse; Springer Spektrum.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Vertiefung II: Data Analytics II		30
2	Onlineseminar	Vertiefung II: Data Analytics II		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Data Analytics II		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Data Analytics II		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Data Analytics II		32
6	Klausur	Vertiefung II: Data Analytics II		2

Summe: 200

Leistungsnachweis

Klausur

Marketing und Vertrieb II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB58	Prof. Dr. André von Zobeltitz	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:
 Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung; Springer Gabler.

Weiterführende Literatur:

Dormann, C.: Parametrische Statistik; Verteilungen, maximum likelihood und GLM in R; Springer Spektrum.
 Fahrmeir, L., Heumann, C., Künstler, R., Pigeot, I., Tutz, G.: Statistik – Der Weg zur Datenanalyse; Springer Spektrum.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Lehrinhalte

Vertriebsmanagement
 -Theoretische Grundlagen des Marketing und Vertriebs
 -Begriffsdefinitionen und Einordnung
 -Abgrenzung Verkauf und Vertrieb

Grundlagen des CRM

- Ausgangslage
 - Voraussetzungen und Integration für CRM
 - Changemodelle auf dem Weg zum CRM
 - Ziele von CRM-Vorhaben

Online- und Social Media Marketing

- Online Marketing - Einordnung
 - Online Marketing – Einordnung 4 P's
 - Social CRM

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflexion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Bruhn, M. (2003) Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), Beck-Wirtschaftsberater im dtv

Kotler, Ph. / Armstrong, G. / Saunders, J. / Wong, V. (2010) Grundlagen des Marketings. 5., aktualisierte Auflage, München.

Weiterführende Literatur:

Meffert, H. / Burmann, Chr. / Kirchgeorg, M. (2012) Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 11. Auflage, Wiesbaden.

Winkelmann, P. (2008) Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung: die Instrumente des integrierten Kundenmanagements (CRM), 4. Auflage, München.

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement		30
2	Onlineseminar	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement		16

4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Marketing und Vertrieb II: Vertriebsmanagement		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Hausarbeit

Angewandtes Projektmanagement II

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB59	Prof. Dr. Meik Friedrich	8	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden sind in der Lage, ein praktisches Problem über einen längeren Zeitraum in interdisziplinären Projektteams lösungsorientiert im Rahmen eines forschenden Lernens zu bearbeiten. Sie erwerben die Fähigkeit, sich selbst im Projektteam zu organisieren und strukturiert an eine Fragestellung heranzugehen. Sie lernen mit Problemen während der Bearbeitung umzugehen und können ihre Arbeitsergebnisse angemessen kommunizieren und präsentieren. Sie sind in der Lage, klassische und agile Projektmanagement-Tools zur Dokumentation ihrer Planung anzuwenden..

Lehrinhalte

- Bearbeitung interdisziplinärer Projekte
- Projektdokumentation
- Bedeutung verschiedener Rollen im Projekt
- Bedeutung klassischer und agiler Methoden
- Kommunikation der Projektergebnisse

Literatur

Kernliteratur:

Scholz, M: Projektmanagement: Zielgerichtet. Effizient. Klar, UVK Verlag

Weiterführende Literatur:

Heilmann, H; Etzel, H.-J.; Richter, R. (Hrsg.): IT-Projektmanagement, Heidelberg: dpunkt.

Jenny, B.: Projektmanagement: Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere - Zürich: vdf.

Patzak, G.; Rattay, G.: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen. Verlag Linde.

Fiedler, R.: Controlling von Projekten: Projektplanung, Projektsteuerung und -kontrolle - Verlag Vieweg.

Gadatsch, A.: Grundkurs IT-Projektcontrolling: Grundlagen, Methoden und Werkzeuge - Vieweg+Teubner.

Gartner, P./Wuttke, T.: A Guide to the Project Management Body of Knowledge. RHOMBOS-VERLAG.

In der jeweils aktuellen Auflage.

Ergänzend je nach Projekt relevante Fachliteratur.

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II		30
2	Onlineseminar	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II		16
4	Selbststudium - Lernhandlung	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II		116
5	Selbststudium - Lernreflektion	Vertiefung II: Angewandtes Projektmanagement II		34

Summe: 200

Leistungsnachweis

Präsentation (50%) und Projektbericht (50%)

Die Modulnote setzt sich aus den zwei Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.

Methodik III

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB61	Prof. Dr. André von Zobelitz	4	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Semester		

Qualifikationsziele

Die Studierenden verfügen über Kenntnisse der wichtigsten quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung in Theorie und Praxis. Dabei entwickeln Sie einen Einblick in die für verschiedene Problemzusammenhänge der für Praxis und Forschung wichtigsten Konzepte der Forschungs- und der Datenauswertung sowie der Interpretation quantitativer Daten auf den Grundlagen der sozialwissenschaftlichen Forschung.

Sie kennen die Anforderungen an die Fragensauswahl und können grundlegende Anforderungen an die Formulierung von Items in der empirischen Forschung umsetzen.

Lehrinhalte

Forschungsmethodik:

- Angewandte Fragebogenerstellung für quantitative Fragebögen und deren Auswertung („Vom Fragebogen bis zur Auswertung“)
- Fragenauswahl, Instruktionen und Richtlinien zur Formulierung von Items
- Validität und Reliabilität bei quantitativer Forschung
- Struktur-, Prozess- und Verhaltensaspekte bei einer Befragung (Modell nach Rosenberg/Hovland)
- Die Nutzung von Onlineinstrumenten bei der Befragung

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Pflichtliteratur, zur Anschaffung empfohlen:

Raab-Steiner, E./ Benesch, M.: Der Fragebogen – Von der Forschungsidee zur SPSS Auswertung, UTB Verlag.

Weiterführende Literatur:

- Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Erich Schmidt Verlag.
 Backhaus, K.; Erichson, B.; Plinke, W.; Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung; Springer Gabler.
 Kromrey, H./ Roose, J./ Strübing, J.: Empirische Sozialforschung, UTB Verlag.
 Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, Beltz Verlag.
 Pallant, J.: SPSS Survival Manual. Open University Press.

jeweils die aktuelle Auflage!

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung		15
2	Onlineseminar	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung		4
3	Selbststudium - Lernvorbereitung	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung		8
4	Selbststudium - Lernreflektion	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung		17
5	Klausur	Methodik III: Quantitative empirische Sozialforschung		1

Summe: 45

Leistungsnachweis

Klausur, 60 Minuten

Grundlagen des bürgerlichen Rechts

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB62	Hon.-Prof. Dr. Florian Heinze	4	12/2020
Dauer	Periodizität		
8 Wochen	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse im Allgemeinen Teils des Bürgerlichen Rechts. Dazu zählen insbesondere Kenntnisse über das Zustandekommen von Verträgen, grundlegende Aspekte des Stellvertretungsrechts sowie Kenntnisse über die Nichtigkeit und Anfechtung von Verträgen.

Lehrinhalte

- Willenserklärungslehre als Grundlage des Vertragsschlusses;
- Angebot und Annahme;
- Abgabe und Zugang von Willenserklärungen;
- Stellvertretung;
- Vertretung ohne Vertretungsmacht;
- Missbrauch der Vertretungsmacht;
- Anscheins- und Duldungsvollmacht;
- Formbedürftigkeit von Rechtsgeschäften;
- Nichtigkeit von Rechtsgeschäften aufgrund eines Formmangels, Heilung von Formmängeln;
- Sittenwidrigkeit von Rechtsgeschäften;
- Anfechtbarkeit von Willenserklärungen, Irrtümer;
- Grundzüge des Bereicherungsrechts (Leistungskondiktion).

Zur Begleitung der Selbststudienphase wird den Studierenden vor Modulstart ein „Fahrplan zum Selbststudium“ zur Verfügung gestellt, welcher die Orientierung bzgl. der Inhalte (Lernvorbereitung) erleichtert und strukturiert durch die Lernphase (Lernhandlung) begleitet. Die Phase der Lernreflektion wird durchgehend über die Online-Seminare sowie über ein Forum im Lernmanagementsystem Ilias begleitet.

Literatur

Kernliteratur:

Brox / Walker, Allgemeiner Teil des BGB (41. Auflage, Academia Iuris, Lehrbücher der Rechtswissenschaft, Vahlen)

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) – Beck-Texte im dtv, 84. Auflage 2019

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminaristische Vorlesung	Grundlagen des BGB-AT		15
2	Onlineseminar	Grundlagen des BGB-AT		4
3	Praxisstudium (PS)	Grundlagen des BGB-AT		8
4	Selbststudium - Lernhandlung	Grundlagen des BGB-AT		56
5	Selbststudium - Lernreflektion	Grundlagen des BGB-AT		16
6	Klausur	Grundlagen des BGB-AT		1

Summe: 100

Leistungsnachweis

Klausur, 60 Minuten

Bachelor-Thesis und Kolloquium

Modulcode	Modulverantwortung	ECTS-Punkte	Stand
BB63	Prof. Dr. Meik Friedrich	13	12/2020
Dauer	Periodizität		
1 Semester	jedes Jahr		

Qualifikationsziele

Die Studierenden identifizieren aktuelle Herausforderungen und Probleme der Betriebswirtschaftslehre bzw. der Wirtschaftsinformatik. Sie sind in der Lage daraus eine Fragestellung zu formulieren, für die sie theoriebasiert unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden Gestaltungs- und Lösungsvorschläge entwickeln.

Im Kolloquium soll der Studierende zeigen, dass er in einem Vortrag

- die Ergebnisse der Bachelor-Thesis selbständig erläutern und vertreten kann,
- dabei verwendeten Methoden kritisch zu hinterfragen und zu bewerten;
- darüber hinaus in der Lage ist, mit dem Thema der Arbeit zusammenhängende andere Fragestellungen des Studiengbietes zu erkennen und Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen und
- bei der Bearbeitung gewonnene wissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden auf Sachverhalte seiner künftigen Berufstätigkeit anwenden kann und in der Lage ist einen Ausblick der aktuellen wissenschaftlichen Entwicklungen in diesem Wissensgebiet zu geben.

Lehrinhalte

- Abgrenzung eines Forschungsthemas aus dem Kontext des vorangegangenen Studiums
- Anwendung wissenschaftlicher Methoden
- Anfertigung einer schriftlichen wissenschaftlichen Abschlussarbeit
- Präsentation der Arbeitsergebnisse
- Verteidigung der Arbeit
- Diskussion zu angrenzenden Themengebieten

Literatur

Nach Vereinbarung

Modulaufbau

Nr	Art	Bezeichnung	Dozent	Std.
1	Seminar	Bachelor-Thesis		4
2	Selbststudium	Bearbeitung Bachelor-Thesis		287
3	Selbststudium	Vorbereitung Kolloquium		33
4	Kolloquium	Kolloquium		1

Summe: 325

Leistungsnachweis

Bachelor-Thesis (70%), Kolloquium (30%)

Zum Bestehen des Moduls müssen beide Prüfungsteile bestanden werden. Die Modulnote setzt sich aus den beiden Teilnoten zusammen, die prozentual gewichtet werden.