Modulkatalog

Technologie- und Innovationsmanagement – Master of Science (M. Sc.)

Studienverlaufsübersicht Technologie- und Innovationsmanagement (M. Sc.)

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
SQF61 Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf 5 LP	**IKK60** International management and intercultural communication 5 LP	Internationales Innovationsmanagement: **PEW85** • 5 LP; **PEW87** 10 LP	**ITM61** Existenzgründung und Marktpositionierung von Technologie-Unternehmen • 5 LP
IMP71 Integriertes Master-Projekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering 5 LP	**IMP72** Integriertes Master-Projekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung 5 LP	Green Management: **EUU83** • 5 LP; **EUU86** 10 LP	**IMP73** Integriertes Master-Projekt 1: Empirische Untersuchung und analytische Statistik • 5 LP
PEW61 Technologiemanagement 5 LP	**UFM87** Produkt- und Prozessmanagement für Industrie 4.0 5 LP	Digitales B2B-Marketing und Technischer Vertrieb: **MKG90** • 5 LP; **MKG92** 10 LP	**Abschlussprüfung** (Masterarbeit und Kolloquium) 20 LP
PEW63 Innovationsmanagement 5 LP	**UFU67** Forschungs- und Entwicklungsmanagement 5 LP	Innovations- und Technologieberatung: **PEW88** • 5 LP; **PEW90** 10 LP	
KLR62 Rechnungswesen kompakt 5 LP	**UFM88** Digitalisierung und ethische Verantwortung von Unternehmen 5 LP		
ORG65 Organisations- und Unternehmensentwicklung 5 LP	**UFM89** Management von Teamwork, Kollaboration und Veränderungsprozessen • 5 LP		

EUU83 Green Management I

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls EUU83 erwerben die Studierenden einen Überblick über die Handlungsebenen bei der Integration des Nachhaltigkeitsgedankens in die Produktion. Weiterhin erlangen sie die Fähigkeit zur Ermittlung, Bewertung und Gestaltung eines Konzepts für eine energieeffiziente, nachhaltigkeitsorientierte Produktion. Überdies erlangen sie die Befähigung zur Entwicklung von Konzepten zur Gestaltung von Koordinationsaufgaben unter Berücksichtigung der in der Produktion gegebenen Material-, Wert- und Informationsflüsse und einer angestrebten Nachhaltigkeit.
Inhalt	**Nachhaltigkeit im produzierenden Gewerbe** Nachhaltigkeit für zukunftsorientierte Unternehmen Nachhaltige Produktion Nachhaltigkeit messen und bewerten: Kennzahlensysteme zur Nachhaltigkeit Nachhaltigkeit lenken und umsetzen: Nachhaltigkeitsmanagement **Energieeffizienz in der Produktion** Energieeffizienz in der Produktion Methoden zur Energieeffizienzsteigerung in der Produktion **Ressourcenmanagement: Schwerpunkt Material** Grundlagen des Ressourcenmanagements Ressourcenmanagement im Unternehmen Stoffstrommanagement Ressourceneffizienz durch produktionsintegrierten Umweltschutz Umweltmanagement **Risikomanagement im produktiven Umfeld und nachhaltige Systemgestaltung in Unternehmensnetzwerken** Risikomanagement in Unternehmen Risikomanagement im Produktionsbereich Recyclingnetzwerke – eine Einführung Koordination von Recyclingnetzwerken Koordinationsaufgaben in Produktion und Logistik nachhaltig gestalten
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**EUU801 Studienbrief** Nachhaltigkeit im produzierenden Gewerbe mit **Onlineübung** **EUU802 Studienbrief** Energieeffizienz in der Produktion mit **Onlineübung** **EUU803 Studienbrief** Risikomanagement im produktiven Umfeld und nachhaltige Systemgestaltung in Unternehmensnetzwerken mit **Onlineübung** **PEW815 Studienbrief** Ressourcenmanagement: Schwerpunkt Material mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Ulrich Kreutle

EUU86 Green Management 2

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls EUU86 recherchieren und werten die Studierenden für eine komplexe Fragestellung aus interdisziplinärer Perspektive Literatur unterschiedlicher Medien und greifen hierbei insbesondere auf Publikationen aus den Disziplinen BWL, Technologie und Psychologie zurück. Sie erläutern Ansätze des Green Managements und Nachhaltiger Geschäftsmodelle und verdeutlichen ihre wirtschaftliche Bedeutung für Unternehmen. Weiterhin erwerben sie die Fähigkeit zur Ableitung, Formulierung und Rechtfertigung einer praxisrelevanten Forschungsfrage. Überdies erwerben sie die Fähigkeit zur Erläuterung, Begründung und Verteidigung der gewählten Ansätze und Vorgehensweisen und entwickeln für ein selbst gewähltes Anwendungsbeispiel ein Green Management-Konzept.
Inhalt	**Nachhaltige Geschäftsmodelle** Strategische Einbettung Bedeutung von Green und Social Economy Kriterien für die Bewertung von Nachhaltigkeit Typologie nachhaltiger Geschäftsmodelle **Beispiele nachhaltiger Geschäftsmodelle** Gestaltungswille und Gestaltungserfolg Typus Gesundheit Typus Empowerment Typus Sozialer Zusammenhalt Typus Ökoeffektivität Typus Ökoeffizienz Typus Sharing Economy Typus Motivation und Bildung **Ansatz für die Entwicklung und Weiterentwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle** Einbettung des Geschäftsmodells Strukturmodell für nachhaltige Geschäftsmodelle Integrierter Ansatz für die Geschäftsmodellentwicklung **Entwicklung eines Green Management-Konzeptes** Auswahl eines Anwendungsbeispiels Konzeptentwicklung Kritische Reflexion des Vorgehens
Voraussetzungen	Kenntnisse der Green Production und des Green Supply Chain Managements, Energieeffizienz, Ressourcenmanagement, Risikomanagement
Modulbausteine	**Online-Recherchen**

ABWI023-EL Fachbuch Ahrend, Klaus-Michael: Geschäftsmodell Nachhaltigkeit. Ökologische und soziale Innovationen als unternehmerische Chance. E-Book

Kompetenznachweis	Pflicht-Onlineübung zur Typologie nachhaltiger Geschäftsmodelle) Assignment (Entwicklung eines Green Management-Konzeptes)
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Ulrich Kreutle

IKK60 International management and intercultural communication

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	After successful completion of module IKK60 students will be able to describe key aspects of international business organizations. In developing a strategy for a non-cpmplex internationalization project, students will gain the abilty to describe characteristics of organizational management, human resource management and key aspects of intercultural management in international business organizations. Closely related to this is the application of key strategies of intercultural business communication such as assessing the importance of the factor “culture” as well as recognizing the multi-layered cultureal influences within organizations especially within business organizations. Furthermore, students will be able to determine and analyze culture in its various levels and dimensions. This includes recognizing areas of conflict and problems and deciding on action orientation and reaction patterns. Furthermore, students will observe the role of time and environment perception in intercultural business transactions. In addition to describing the four basic types of corporate cultures and explaining the relazionship between the cultural dimensions of Fons Trompenaars' model and the various corporate cultures, they will design solutions and strategies for the challenges faced by internationally active managers in dealing with cultural diversity.
Inhalt	**The significance of culture in economic activity** The term culture: a definition and evaluation Corporations as culturally-molded organizational models The various meanings of culture **Reconciling the five value orientations in business and management** Relationships versus rules Individualism versus collectivism Neutral versus affective behavior patterns Specific and diffuse cultures Achievement or ascription? – Intercultural questions of status **Cultural concepts of time, the environment and managing the dilemmas of internationalization** Dealing with time in various cultures The relation with the environment On the relationship of national and corporate culture Towards transnational management Reconciling cultural differences in practice Diversity
Voraussetzungen	Englischkenntnisse BWL-Grundlagenkenntnisse

Modulbausteine	**AB85-385 Fachbuch** Trompenaars, F.; Hampden-Turner, C.: Riding the Waves of Culture mit **Begleitheft IKK601-BH** The significance of culture in economic activity **Begleitheft IKK602-BH** Reconciling the five value orientations in business and management **Begleitheft IKK603-BH** Cultural concepts of time, the environment and managing the dilemmas of internationalization **Onlineübungen** zu den Begleitheften IKK601-603-BH Tutorium (freiwillig)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Englisch
Studienleiter	Dr. Styles Sass

IMP71 Integriertes Masterprojekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul IMP71 sind die Studierenden in der Lage, komplexe Fragestellungen aus interdisziplinären Perspektiven mithilfe von Recherchen aus Publikationen der Disziplinen BWL, Informatik, Technologie, Wirtschaftsinformatik und Psychologie auszuwerten. Überdies ordnen sie Methoden zur systematischen Bewertung von betrieblichen Problemsituationen ein und beurteilen ihren Nutzen für den Praxiseinsatz. Darüber hinaus können die Studierenden komplexe betriebliche Fragestellungen zu einem Kernthema des Studiengangs unter Einsatz wissenschaftlicher Methoden eigenständig analysieren. Weiterhin können sie Optimierungsziele und Anforderungen für eine Optimierung der betrieblichen Situation entwickeln und bewerten. Überdies planen sie ein anspruchsvolles Projekt in einer Arbeitsgruppe und setzen es um.
Inhalt	**Einbindung des Moduls** Dieses Modul ist Bestandteil der dreisemestrigen Modulreihe „Integriertes Masterprojekt“. In dieser Modulreihe entwickeln die Studierenden im Rahmen von Gruppenarbeiten für ein Praxisproblem, das auf Kernthemen ihres Studiengangs abgestimmt ist, Optimierungsmaßnahmen und schätzen mit Hilfe einer Online-Befragung die Akzeptanz dieser Lösung ab. Dies erfolgt in einem dreistufigen Vorgehen: • **Stufe1** (Modul IMP71 Integriertes Masterprojekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering). Analyse der Ausgangssituation; Ableitung von Optimierungszielen; Definition von Anforderungen für den Optimierungsansatz. • **Stufe 2** (Modul IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung). Erstellung der Lösungskonzeption und Umsetzung von exemplarisch ausgewählten Teilen der Lösung. • **Stufe 3** (Modul IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analytische Statistik). Konzeption und Realisierung einer Online-Erhebung zur Messung der dauerhaften Akzeptanz der entwickelten Lösung. **Analyse des betrieblichen Problems** Im Rahmen von Gruppenarbeiten analysieren die Studierenden an einem selbst gewählten Beispiel, das auf die Kernthemen ihres Studiengangs abgestimmt ist, ein betriebliches Problem, fassen die Ergebnisse in einem Stärken-Schwächen-Profil zusammen und leiten Optimierungsziele ab. Die Analyse erfolgt Modell-gestützt. Zur Ableitung der Bewertungskriterien und zum methodisch korrekten Vorgehen bei der Zielformulierung führen die Studierenden Online- und Literaturrecherchen durch. **Ableitung von Optimierungsanforderungen** Ausgehend von den Ergebnissen der Ist-Analyse leiten die Studierenden Anforderungen für die Optimierung der Problemsituation ab und priorisieren mit einem systematischen Vorgehen die Umsetzung der entwickelten Anforderungen. Hierzu arbeiten sie sich intensiv durch eigene Recherchen in die Methoden des Requirements-Engineering ein.

	Zur Entwicklung der Lösungskonzeption ist ein interdisziplinäres Vorgehen erforderlich.
Voraussetzungen	Unternehmensführung, strategisches und operatives Management
Modulbausteine	**Online-Recherchen** **ABTE008-EL Fachbuch** Rupp, Chris: Requirements-Engineering und -Management. Aus der Praxis von klassisch bis agil. E-Book **Online-Seminar** (2 Stunden; Abstimmung der Vorgehensweise bei der Entwicklung von Analyse und Lösungskonzeption; Vorstellung erster Arbeitsergebnisse der Gruppe)
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr.-Ing. Matthias Riege

IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul IMP72 sind die Studierenden in der Lage, für komplexe Fragestellungen aus interdisziplinären Perspektiven Literatur aus unterschiedlichen Medien zu recherchieren und hierbei insbesondere auf Publikationen aus den Disziplinen BWL, Informatik, Technologie, Wirtschaftsinformatik und Psychologie zurückzugreifen. Darauf aufbauend können sie für eine komplexe betriebliche Fragestellung zu einem Kernthema des Studiengangs unter Einsatz wissenschaftlicher Methoden eigenständig ein detailliertes Lösungskonzept erstellen und in Teilen realisieren. Weiterhin können sie die Planung und die Umsetzung eines fachlich anspruchsvollen Projekts in einer Arbeitsgruppe durchführen.
Inhalt	**Einbindung des Moduls** Dieses Modul ist Bestandteil der dreisemestrigen Modulreihe „Integriertes Masterprojekt“. In dieser Modulreihe entwickeln die Studierenden im Rahmen von Gruppenarbeiten für ein Praxisproblem, das auf Kernthemen ihres Studiengangs abgestimmt ist, Optimierungsmaßnahmen und schätzen mit Hilfe einer Online-Befragung die Akzeptanz dieser Lösung ab. Dies erfolgt in einem dreistufigen Vorgehen: • **Stufe1** (Modul IMP71 Integriertes Masterprojekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering). Analyse der Ausgangssituation; Ableitung von Optimierungszielen; Definition von Anforderungen für den Optimierungsansatz. • **Stufe 2** (Modul IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung). Erstellung der Lösungskonzeption und Umsetzung von exemplarisch ausgewählten Teilen der Lösung. • **Stufe 3** (Modul IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analytische Statistik). Konzeption und Realisierung einer Online-Erhebung zur Messung der dauerhaften Akzeptanz der entwickelten Lösung. **Erstellung einer Lösungskonzeption** Im Rahmen von Gruppenarbeiten wird auf Basis der im Modul IMP71 festgelegten und priorisierten Anforderungen ein Lösungskonzept detailliert erarbeitet. **Realisierung der Optimierungslösung** Unter Einsatz der im Studium vermittelten Methoden werden Teile der Lösungskonzeption durch ein exemplarisches Vorgehen konkret entworfen beziehungsweise technisch realisiert. Die mögliche Umsetzung in der Praxis ist unmittelbar aus diesen Arbeitsergebnissen zu ersehen.
Voraussetzungen	Unternehmensführung, strategisches und operatives Management Modul IMP71
Modulbausteine	**Online-Recherchen**

	Online-Seminar (2 Stunden; Abstimmung der Vorgehensweise bei der Entwicklung der Lösungskonzeption; Vorstellung erster Arbeitsergebnisse der Gruppe)
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr.-Ing. Matthias Riege

IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analyt. Statistik

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul IMP73 recherchieren und werten die Studierenden für eine komplexe Fragestellung aus interdisziplinärer Perspektive Literatur unterschiedlicher Medien aus sowie greifen hierbei insbesondere auf Publikationen aus den Disziplinen BWL, Informatik, Technologie, Wirtschaftsinformatik und Statistik zurück. Sie konzipieren für eine komplexe betriebliche Fragestellung zu einem Kernthema des Studiengangs eine Online-Erhebung. Weiterhin realisieren sie eine Online-Erhebung mit einem Freeware-Tool. Überdies führen sie eine Online-Befragung durch und werten sie mit statistischen Verfahren unter Einbindung von Verfahren der analytischen Statistik aus. Die Studierenden leiten Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen für die Bewertung der erstellten Lösungskonzeption ab. Sie planen ein fachlich anspruchsvolles Projekt in einer Arbeitsgruppe und setzen es um.
Inhalt	**Einbindung des Moduls** Dieses Modul ist Bestandteil der dreisemestrigen Modulreihe „Integriertes Masterprojekt“. In dieser Modulreihe entwickeln die Studierenden im Rahmen von Gruppenarbeiten für ein Praxisproblem, das auf Kernthemen ihres Studiengangs abgestimmt ist, Optimierungsmaßnahmen und schätzen mit Hilfe einer Online-Befragung die Akzeptanz dieser Lösung ab. Dies erfolgt in einem dreistufigen Vorgehen: • **Stufe1** (Modul IMP71 Integriertes Masterprojekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering). Analyse der Ausgangssituation; Ableitung von Optimierungszielen; Definition von Anforderungen für den Optimierungsansatz. • **Stufe 2** (Modul IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung). Erstellung der Lösungskonzeption und Umsetzung von exemplarisch ausgewählten Teilen der Lösung. • **Stufe 3** (Modul IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analytische Statistik). Konzeption und Realisierung einer Online-Erhebung zur Messung der dauerhaften Akzeptanz der entwickelten Lösung. **Einarbeitung in die Themen empirische Untersuchungen und analytische Statistik** Mit Hilfe von eigenen Recherchen und mit den im Modul bereitgestellten E-Books arbeiten sich die Gruppen eigenständig in die Methoden empirischer Untersuchungen und analytische Statistik ein. **Konzeption, Realisierung und Durchführung einer Online-Erhebung** Im Rahmen von Gruppenarbeiten wird eine Online-Erhebung zur dauerhaften Analyse der Zufriedenheit der Mitarbeiter mit der im Modul IMP72 konzipierten Optimierungslösung konzipiert und mit Hilfe eines von der Gruppe auszuwählenden Freeware Online-Tools realisiert. Für eine von der Gruppe festzulegende Stichprobe wird für ausgewählte Themen mit dem erstellten Erhebungsinstrument eine Online-Befragung durchgeführt. Hierbei steht die Vorgehensweise und nicht die Größe der Stichprobe im Vordergrund.

	Auswertung der Online-Erhebung Die Ergebnisse der Erhebung werden systematisch ausgewertet. Hierbei ist auch zu prüfen, ob der Einsatz von Methoden der analytischen Statistik sinnvoll ist. Die Gruppen prüfen, welche Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen der Erhebung für die im Modul IMP72 erarbeitete Lösungskonzeption zu ziehen sind.
Voraussetzungen	Unternehmensführung, strategisches und operatives Management Modul IMP72
Modulbausteine	**Online-Recherchen** **ABWI025-EL Fachbuch** Bauer, Tim: Innovationen in Familienunternehmen. Eine empirische Untersuchung. E-Book **ABWI026-EL Fachbuch** Holland, Heinrich; Scharnbacher, Kurt: Statistik im Betrieb. Lehrbuch mit praktischen Beispielen. E-Book **ABWI027-EL Fachbuch** Liebig, Stefan; Matiaske, Wenzel; Rosenbohm, Sophie (Hrsg.): Handbuch empirische Organisationsforschung. E-Book **ABWI028-EL Fachbuch** Linke, Ralf: Mitarbeiterbefragungen optimieren. Von der Befragung zum wirksamen Management-Instrument. E-Book **ABWI042-EL Fachbuch** Spichalsky, Katharina: Change-Management und Mitarbeiterbefragungen. Konzeptionelle Überlegungen und empirische Erkenntnisse. E-Book **Online-Seminar** (2 Stunden; Abstimmung der Vorgehensweise bei der Entwicklung der Lösungskonzeption; Vorstellung erster Arbeitsergebnisse der Gruppe)
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr.-Ing. Matthias Riege

ITM61 Existenzgründung und Marktpositionierung von Technologie-Unternehmen

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul ITM61 kennen die Studierenden Arbeitsschritte zur Entwicklung einer Geschäftsidee im Bereich von Technologie-Unternehmen, zur Erstellung einer Geschäftsplanung, zur Entwicklung eines Finanzierungskonzeptes und eines Businessplans und sind in der Lage, auf Basis von Fallbeispielen eigenständig, unter systematischer Bewertung möglicher Alternativen, erstgenanntes durchzuführen. Sie können relevante Bewertungskriterien für geeignete Rechtsformen bei Unternehmensgründungen einordnen, für eigene Fragestellungen zusammenstellen und anwenden. Vorgehensweisen zur Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation kennen sie und wissen diese zu bewerten und anzuwenden sowie Erfolgsfaktoren für Existenzgründungen und die Etablierung von Technologie-Unternehmen zu verdeutlichen. Sie sind des Weiteren fähig, unterschiedliche Finanzierungsmöglichkeiten für Engagements zu bewerten, grundlegende Ansätze zur Marktpositionierung von Technologie-Unternehmen zu beurteilen und Schlussfolgerungen aus der Positionierung für die Gestaltung hausinterner Strukturen und Prozesse, Produktgestaltung und Marktkommunikation abzuleiten. Zusätzlich können sie Differenzierungsstrategien zur Marktpositionierung analysieren und bewerten, Vorschläge für die kommunikative Unterstützung der Positionierungsstrategie entwickeln, mögliche Probleme ungeeigneter Positionierungen erkennen und Vorschläge für Vorgehensweisen zur Vermeidung dieser Probleme entwickeln. Sie sind in der Lage, Konzepte für eine Existenzgründung zu entwickeln.
Inhalt	**Existenzgründung im IT-Bereich** Grundlagen Besonderheiten der Web-Ökonomie Entwicklung einer Geschäftsidee Wahl der Rechtsform **Businessmodell und Investitionsfinanzierung** Geschäfts- und Businessplan Erfahrungen aus dem Bereich von Questen und der Reitercommunity Ekwus Finanzierungswege von Existenzgründungen im IT-Bereich **Käuferverhalten** Die Bedeutung der Kundenzufriedenheit Individuelles Käuferverhalten Organisationales Beschaffungsverhalten (Gewerbliches Käuferverhalten) **Grundlagen der Marketingforschung** Grundlagen zur Marketingforschung Festlegung des Informationsbedarfs Daten- und Informationserhebung **Spezielle Methoden der Marketingforschung**

	Erhebung Analyse und Aufbereitung der Daten und Informationen Interpretation und Präsentation Entscheidung **Marktposition und Positionierung eines IT-Unternehmens** Allgemeine Rahmenbedingungen Überblick über die IT-Branche Marktpositionen von IT-Unternehmen: Grundsätzliches zur Geschäftsfeldwahl und Marktsegmentierung Positionierung über das Produkt: IT-Produktmanagement Das Pricing von IT-Leistungen Distribution und Vertrieb Strategische Kommunikations- und Marketingplanung Wettbewerbsvorteile und ihre Sicherung außerhalb der Produktgestaltung
Voraussetzungen	Grundlagen der Investition und der Marketingstrategien
Modulbausteine	**ITE101 Studienbrief** Existenzgründung im IT-Bereich mit **Onlineübung** **ITE102 Studienbrief** Businessmodell und Investitionsfinanzierung mit **Onlineübung** **MKG201 Studienbrief** Käuferverhalten **MKG202 Studienbrief** Grundlagen der Marketingforschung **MKG203 Studienbrief** Spezielle Methoden der Marketingforschung **Onlineübung** zu den Studienbriefen MKG201-203 **ITM201 Studienbrief** Marktposition und Positionierung eines IT-Unternehmens mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf

KLR62 Rechnungswesen kompakt

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme des Moduls KLR62 erarbeiten sich die Studierenden die Struktur des internen und externen Rechnungswesens vor dem Hintergrund von Rahmenbedingungen und setzen diese bei unvollkommenem Informationsstand in situationsgerechte Praxislösungen um. Sie leiten aus den Leistungsprozessen im Unternehmen eine aussagefähige Kosten- und Leistungsrechnung der Struktur nach ab (Bildung von Kostenstellen und Kostenträgern). Weiterhin führen sie eine Ist-Kostenrechnung beispielhaft durch und kalkulieren Produkte.
Inhalt	**Grundlagen der doppelten Buchführung** Grundlagen der Buchführung Von der Inventur zur Bilanz Die Bestandsrechnung Die Erfolgsrechnung Der zusammengefasste Buchungsablauf **Geschäftsverkehr und Jahresabschluss** Konten des Zahlungsverkehrs Warenverkehr Kontokorrentkonten Bewegliches Anlagevermögen und Abschreibungen Steuern der Unternehmung und des Unternehmers Buchungen im Privatbereich des Einzelunternehmens Jahresabschluss **Kostentheorie und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung** Die Kosten- und Leistungsrechnung als Teilgebiet des betrieblichen Rechnungswesens Grundbegriffe des Rechnungswesens Kostentheoretische Grundlagen Bestandteile und Aufbau der Kosten- und Leistungsrechnung Überblick über die Kostenrechnungssysteme Grundlegende Probleme der Kosten- und Leistungsrechnung **Kostenartenrechnung** Die Aufgaben der Kostenartenrechnung und die Abgrenzung von der Finanzbuchhaltung Die Bildung der Kostenarten Die Ermittlung einzelner Kostenarten **Kostenstellenrechnung** Die Aufgaben der Kostenstellenrechnung Die Gliederung des Betriebes in Kostenstellen Kostenstellenrechnung auf Vollkostenbasis Die Notwendigkeit einer Kostenstellenrechnung auf Teilkostenbasis Innerbetriebliche Leistungsverrechnung **Kostenträgerstückrechnung**

	Die Kostenträger Die Aufgaben der Kalkulation Kalkulationsbegriffe Der Zusammenhang zwischen Kalkulationsverfahren und Fertigungsverfahren Kalkulationsverfahren in der Vollkostenrechnung Die Teilkostenkalkulation
Voraussetzungen	Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
Modulbausteine	**BFG401 Studienbrief** Grundlagen der doppelten Buchführung mit **Onlineübung** (optional) **BFG402 Studienbrief** Geschäftsverkehr und Jahresabschluss mit **Onlineübung** (optional) **KLR207 Studienbrief** Kostentheorie und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung mit **Onlineübung** **KLR208 Studienbrief** Kostenartenrechnung mit **Onlineübung** **KLR209 Studienbrief** Kostenstellenrechnung mit **Onlineübung** **KLR210 Studienbrief** Kostenträgerstückrechnung mit **Onlineübung** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunden)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Peter Mühlemeyer

MKG90 Digitales B2B-Marketing und Technischer Vertrieb 1

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG90 sind die Studierenden in der Lage, Instrumentalstrategien für den technischen Vertrieb auszuwählen und diese einzuordnen. Die Möglichkeiten der Vertriebsorganisation werden vergleichend analysiert und strukturiert sowie im Rahmen eigener Umsetzkonzepte zielgerichtet ausgewählt und gestaltet. Weiterhin modellieren und steuern die Studierenden die Vertriebsprozesse Sie kennen die Vertriebsmethoden und wenden diese auf eigene Fragestellungen an. Darüber hinaus legen sie Servicelevels fest und optimieren diese, verstehen CRM Strukturen und setzen sie in komplexen Anwendungsszenarien ein.
Inhalt	**Strategiemanagement (Instrumentalstrategien) im B2B-Marketing** Vertriebsorganisation Vertriebsprozess Kundensegmentierung im B2B-Bereich Vertriebsmethoden Führung im Vertrieb **Kundenbewertung und Kundenbindungsmanagement im B2B-Marketing** Kundenbewertung Kennzahlengestütztes Kennzahlenmanagement Kundenzuordnung im Vertrieb Besonderheiten des B2B-Dienstleistungsvertriebs Kundenbindung im B2B-Markt – Fallstudie Motorradreifen **CRM und Kundendaten im B2B-Marketing** Database Marketing: Informationsversorgung zur Akquise im Vertrieb CRM: Informationsversorgung zur Kundenbindung im Vertrieb Erfolgsfaktor Datenqualität **Customer Relationship Management** Die Kundenwertanalyse Ausgestaltung eines beziehungszyklusorientierten Kundenbindungsmanagements in Dienstleistungsunternehmen Kundenrückgewinnungsmanagement
Voraussetzungen	Grundlagen des Marketings
Modulbausteine	**MKG803 Studienbrief** Strategiemanagement (Instrumentalstrategien) im B2B-Marketing mit **Onlineübung** **MKG804 Studienbrief** Kundenbewertung und Kundenbindungsmanagement im B2B-Marketing mit **Onlineübung** **MKG805 Studienbrief** CRM und Kundendaten im B2B-Marketing mit **Onlineübung**

ANS402 Studienbrief Customer Relationship Management mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Marianne Blumentritt

MKG92 Digitales B2B-Marketing und Technischer Vertrieb 2

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG92 sind die Studierenden in der Lage, für eine komplexe Fragestellung aus interdisziplinärer Perspektive Literatur unterschiedlicher Medien zu recherchieren und hierbei insbesondere auf Publikationen aus den Disziplinen BWL, Informatik, Technologie und Wirtschaftsinformatik zurückzugreifen. Sie erlangen die Fähigkeit zur Ableitung, Formulierung und Rechtfertigung einer praxis- und/oder wissenschaftlich relevanten Forschungsfrage. Weiterhin gehören die Erläuterung, Begründung und Verteidigung der gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen dazu. Sie besitzen die Befähigung zur Synthese von Theorie und Empirie und der kritischen Reflexion des gewählten Ansatzes. Daneben müssen sie eine konkrete Ausarbeitung und Umsetzung einer wissenschaftlichen Präsentation für ein konkretes Anwendungsbeispiel durchführen. Für eine betriebliches Anwendungsszenario ein Konzept für ein digitales B2B-Marketing entwickeln.
Inhalt	**Anforderungen digitaler Märkte – Digitalstrategien im Management** Zukunftsorientierung: Frühwarnsysteme und Visionen Analyse und Strategie statt „Lost in Transformation“ Innovationsorientierung: Technologie und Kreativität Marktorientierung: Umgang mit unsicheren Marktentwicklungen Kundenorientierung: Kundennutzen als Ziel aller Aufgaben **Strategisches Vertriebsmanagement in mittelständischen B2B-Unternehmen** Aufgabenfelder des strategischen Vertriebsmanagements Geschäftstypen im B2B-Mittelstand **Strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse und strategische Marktplanung** Implikationen der Digitalisierung Strategische Marktanalyse Strategische Marktplanung **Strategische Kundenanalyse und -planung** Implikationen der Digitalisierung Strategische Kundenanalyse Strategische Kundenplanung **Strategische Produktanalyse und -planung und strategisches Preismanagement** Implikationen der Digitalisierung Strategische Produktanalyse Strategische Produktplanung Strategisches Preismanagement **Strategische Vertriebskanalanalyse und -planung** Implikationen der Digitalisierung Strategische Vertriebskanalanalyse

	Strategische Vertriebskanalplanung **Strategische Organisationsanalyse und -planung** Implikationen der Digitalisierung Strategische Organisationsanalyse Strategische Organisationsplanung **Strategische Vertriebssteuerung mit Kennzahlen** Implikationen der Digitalisierung Ziele der strategischen Vertriebssteuerung Kennzahlensysteme für die strategische Vertriebssteuerung
Voraussetzungen	Grundlagen des Marketings
Modulbausteine	**Online-Recherchen** **ABWI029-EL Fachbuch** Scheed, Bernd; Scherer Petra: Strategisches Vertriebsmanagement. B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter. E-Book **ABWI030-EL Fachbuch** Breyer-Mayländer, Thomas: Management 4.0 - Den digitalen Wandel erfolgreich meistern. Das Kursbuch für Führungskräfte. E-Book **Pflicht-Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment (Entwicklung eines Konzeptes für das digitale B2B-Marketing für ein betriebliches Anwendungsszenario)
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Marianne Blumentritt

MSTMT 1 Masterarbeit und Kolloquium

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Ein Problem aus einem gewählten Themenbereich mit wissenschaftlichen Methoden in einem festgelegten Zeitraum selbstständig bearbeiten. Fähigkeit nachweisen, Zusammenhänge des Prüfungsgebietes sowie breites Grundlagenwissen im Fachgebiet zu interpretieren und zu beurteilen. Aus interdisziplinärer Perspektive den aktuellen Forschungstand des gewählten Themenbereiches bestimmen, Defizite erkennen und hieraus Schlussfolgerungen für die eigene Fragestellung ableiten. Geeignete Methoden für die Bearbeitung der Fragestellung auswählen und anwenden. Durch ein Modell-gestütztes Vorgehen den Untersuchungsgegenstand analysieren und systematisch Optimierungsziele und Optimierungsmaßnahmen ableiten. Den Erfolg der Lösungskonzeption für den Einsatz in der Praxis abschätzen.
Inhalt	Die Aktivierung dieses Moduls erfolgt durch das Prüfungsamt im Rahmen der Anmeldung und Genehmigung der Arbeit. Eine Aktivierung durch Sie selbst ist nicht möglich. Ziele des Moduls: Selbstständige Bearbeitung einer Problemstellung aus einem gewählten Themenbereich in einem festgelegten Zeitraum. Lösen der Aufgabenstellung und Verfassen einer Studienabschlussarbeit (Masterarbeit) unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden mit hohen inhaltlichen und formalen Anforderungen. Erläuterung wichtiger fach- und methodenbezogener Fragestellungen aus der Masterarbeit, Darstellung der Zusammenhänge des Prüfungsgebiets sowie Nachweis über breites Grundlagenwissen im Fachgebiet in einer studienabschließenden mündlichen Prüfung (Kolloquium).
Voraussetzungen	Die Voraussetzungen zur Zulassung Ihrer Masterarbeit entnehmen Sie bitte Ihrer Studien- und Prüfungsordnung. Zum Kolloquium wird zugelassen, wer die Module des Studiengangs erfolgreich abgeschlossen hat und dessen Masterarbeit mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bewertet wurde.
Modulbausteine	Keine.
Kompetenznachweis	Masterarbeit Mündliche Prüfung
Lernaufwand	500 Stunden, 20 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr.-Ing. Matthias Riege

ORG65 Organisation und Unternehmensentwicklung

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ORG65 verfügen die Studierenden über detailliertes Wissen hinsichtlich Organisation und Unternehmensentwicklung und über spezialisiertes Wissen hinsichtlich Geschäftsprozessmanagement. Sie beurteilen und analysieren Instrumente zur Analyse und Beurteilung von Geschäftsprozessen sowie wenden diese zielorientiert an. Sie konzeptionieren eine systematische Implementierung von Wissensmanagement in einem konkreten Unternehmen. Weiterhin planen sie Veränderungsprozesse in einem konkreten Unternehmen situationsgerecht und wählen Instrumente aus. Sie reflektieren kritisch Themen der Organisation und Unternehmensentwicklung.
Inhalt	**Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements** Prozessgedanke, Prozessorientierung Geschäftsprozesse Geschäftsprozessmanagement Strategisches Geschäftsprozessmanagement Controlling von Prozessen Geschäftsprozesse identifizieren und standardisieren **Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen** Modelle, Modellierung Prozessmodelle, Prozessmodellierung Ist- und Sollmodellierung Methode EPK Methode BPMN Vertikale Dimension der Prozessmodellierung **Geschäftsprozessmanagement und Digitalisierung** Geschäftsprozessmanagement und digitale Transformation - eine Einführung Enterprise-Architecture-Management Business-Process-Management-Systeme Robotic Process-Automation Process-Mining **Ausgewählte Problembereiche des Geschäftsprozessmanagements** Reifegrade von Geschäftsprozessen Referenzprozessmodelle IT-Unterstützung der Prozessabwicklung Vorgehensmodelle für die Einführung des GPM Geschäftsprozessmanagement heute und morgen **Total Quality Management** Grundlagen des Total Quality Management (TQM) Qualitätspreise - eine Auswahl Qualitätskosten

	Ausgewählte Qualitätsmanagement-Instrumente und -Methoden **Wissensmanagement Einführung** Wissen – Annäherung an einen Begriff Kommunikation und Lernen Ansätze für Wissensmanagement **Wissensmanagement Vertiefung** Wissensmanagement etablieren Instrumente und Methoden Fallstudie Wissensmanagement Resümee und Ausblick **Grundlagen des Changemanagements** Grundzüge des Changemanagements Auslöser des Wandels von Unternehmen Formen von Wandel Erfolgsfaktoren des Wandels
Voraussetzungen	Grundlagenkenntnisse der allgemeinen BWL
Modulbausteine	**ORG201 Studienbrief** Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements mit **Onlineübung** **ORG202 Studienbrief** Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen mit **Onlineübung** **ORG203 Studienbrief** Geschäftsprozessmanagement und Digitalisierung mit **Onlineübung** **UFU811 Studienbrief** Total Quality Management mit **Onlineübungen** **AST816 Studienbrief** Wissensmanagement Einführung mit **Onlineübungen** **AST817 Studienbrief** Wissensmanagement Vertiefung mit **Onlineübungen** **PER802 Studienbrief** Grundlagen des Changemanagements **mit Onlineübungen** **Onlinetutorium** (1 Stunde)
Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Tobias Specker

PEW61 Technologiemanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PEW61 verfügen die Studierenden über detailliertes und spezialisiertes Wissen hinsichtlich der Begriffe Technologie und Technologiemanagement. Weiterhin haben sie erweitertes Wissen hinsichtlich Technologieentwicklung in Unternehmen und einen Überblick zur staatlichen Forschungs- und Technologiepolitik und zu möglichen Innovationswiderständen. Überdies verfügen sie über vertieftes Verständnis von theoretischen Konzepten des strategischen und operativen Technologiemanagement und die Instrumentarien für typische Aufgabenstellungen aus der Technologiemanagement-Praxis. Darüber hinaus verfügen die Studierenden über erweitertes Wissen hinsichtlich Methoden, Instrumenten und Herangehensweisen im Technologiemanagement und über die Fähigkeit, Fachinhalte kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren.
Inhalt	**Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung** Zum Verständnis von Technologiemanagement Technologien in übergeordneter Betrachtung Die Akteure im Technologiemanagement Modelle der Technologieentwicklung **Technologieentwicklung im Unternehmen** Entstehung und Aufgaben des Technologiemanagements Interaktionen und Verflechtungen des Technologiemanagements Der Technologiezyklus im Unternehmen **Aufstellung von Technologiestrategien** Unternehmensstrategien und Technologiestrategien – Grundsätze, Zusammenhänge, Erscheinungsformen Strategische Analysen als Grundlage für Technologiestrategien Identifizieren von Technologiefeldern mit Zukunftspotenzial Festlegung und Darstellung von Technologiefeldern und Technologiestrategien Technologieplanung: Umsetzung der Technologiestrategie **Wissensmanagement: Grundlage des Technologiemanagements** Wissen als Grundlage des technologiebezogenen Wissensmanagements Zukunftswissen für das Technologiemanagement Externe Wissenserfassung Funktionen und Formen technologiebezogener Schutzrechte Strategische Gestaltung von Patent- und Lizenzrechten Technologiemanagement im internationalen Umfeld
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**PEW605 Studienbrief** Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung mit **Onlineübung**

PEW606 Studienbrief Technologieentwicklung im Unternehmen mit **Onlineübung**

PEW607 Studienbrief Aufstellung von Technologiestrategien mit **Onlineübung**

PEW608 Studienbrief Wissensmanagement: Grundlage des Technologiemanagements mit **Onlineübung**

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Jörg Schmütz

PEW63 Innovationsmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PEW63 können die Studierenden den Innovationsprozess einordnen und die Bedeutung des Innovationsmanagements hervorheben. Sie können die Grundlagen und Ziele von Innovationsstrategien interpretieren und unterstützende Methoden des Innovationsmanagements beurteilen sowie die Konzepte für das Ideenmanagement unter Berücksichtigung verschiedener Kreativitätstechniken für betriebliche Fragestellungen entwerfen. Außerdem können sie den Innovationsprozess von der Idee über die Produktentwicklung bis zur Markteinführung analysieren und effektiv organisieren.
Inhalt	**Grundlagen des Innovationsmanagements** Zum Verständnis von Innovation Grundlagen des Innovationsmanagements Innovations-Erfolgsfaktoren **Strategische Orientierung** Grundlagen einer Innovationsstrategie Übergeordnete innovationsrelevante strategische Grundsätze und Vorgaben Kern der Innovationsstrategie: Ermittlung von Innovationsfeldern **Strategien der operativen Innovationsrealisierung** Ideenfindung und Konzeptentwicklung Kreativitätstechniken zur Ideenfindung für Innovationen Open Innovation Bewertung und Auswahl von Ideen Vorprojekte und Projektentscheidung Ideenmanagement-Systeme (inkl. Software) **Innovationsrealisierung** Produktentwicklung Kooperation und Zusammenarbeit im Innovationsprozess Markteinführung Integration von Marketing in den Innovationsprozess Einführungsmarketing Innovations-Controlling Internationales Innovationsmanagement
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**PEW601 Studienbrief** Grundlagen des Innovationsmanagements mit **Onlineübung** **PEW602 Studienbrief** Strategische Orientierung mit **Onlineübung** **PEW603 Studienbrief** Ideenfindung und Konzeptentwicklung mit **Onlineübung** **PEW604 Studienbrief** Innovationsrealisierung mit **Onlineübung**

Onlinetutorium (1 Std.)

Kompetenznachweis	Klausur (1 Stunde)
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Jörg Schmütz

PEW85 Internationales Innovationsmanagement 1 (Internationales Projektmanagement)

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PEW65 verdeutlichen und ordnen die Studierenden die Besonderheiten internationaler Projekte ein. Sie erklären Aufgaben, Abläufe und Aktivitäten eines internationalen Projektumfelds sowie berücksichtigen unterschiedliche kulturell bedingte Wertvorstellungen bei der Gestaltung von Organisationsstrukturen. Weiterhin identifizieren sie gängige Verfahren der Personalplanung und Personalentwicklung bei internationalen Projekten und bewerten diese vergleichend. Überdies wählen sie Instrumentarien des Projektmanagements von der Projektplanung zur Projektdurchführung und Projektkontrolle aus sowie setzen diese ein. Die Studierenden berücksichtigen bei internationaler ausgerichteter Werbepolitik kulturell bedingte Wertvorstellungen. Sie führen Projektteams unter Berücksichtigung unterschiedlicher Wertsysteme, des Einflusses sozialer Beziehungen und rechtlich-politischer Normen sowie gestalten die Projektarbeit effektiv. Sie erkennen Risikofaktoren und integrieren sie in einem Risikomanagement-Konzept im Sinne des Projekterfolgs. Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul PEW65 entwickeln die Studierenden Konzepte für das Qualitätsmanagement in Projekten und schätzen Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements ab. Sie analysieren die Bedeutung des Projektmarketings und des Informations- und Kommunikationsprozesses bei internationalen Projekten und berücksichtigen diese bei eigenen Vorhaben. Weiterhin können sie selbstständig Arbeiten zu relevanten Fragestellungen des internationalen Projektmanagements verfassen, präsentieren und kritisch diskutieren.
Inhalt	**Internationales Projektmanagement: Die Organisation, Personalplanung, Personalauswahl und Personalentwicklung** Definition und Zusammenhang wichtiger Grundbegriffe Multiprojektorganisation in international tätigen Unternehmen Einzelprojektorganisation in international tätigen Unternehmen Ausgewählte Aspekte der Gestaltung von Organisationsstrukturen unter Berücksichtigung kulturell bedingter Wertvorstellungen im Rahmen internationaler Projekte Personalplanung im Rahmen internationaler Projekte Personalauswahl im Rahmen internationaler Projekte Personalentwicklung zur Vorbereitung auf internationale Projekte **Ablauf internationaler Projekte** Projektstart Zielpräzisierung Projektplanung Projektdurchführung

	Projektinformationsmanagement Projektmarketing Projektkontrolle Ziele und Vorgehensweisen des Projektabschlusses Internationale Werbepolitik für Innovationen unter Berücksichtigung kulturell bedingter Wertvorstellungen Unternehmensethische Probleme des internationalen Projektmanagements **Management internationaler Projekte** Internationales Projektmanagement als Funktion und Institution Gruppenarbeit im Projektteam Relevanz der Umweltberücksichtigung bei internationalen Projekten **Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements** Erfolgsfaktoren Hilfsmittel, Techniken, Methoden Unterstützung durch das Top-Management Auswahl des Projektleiters und der Projektteammitglieder Personalführung in internationalen Projekten Kommunikation und Information im Rahmen internationaler Projekte
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**PEW818 Studienbrief** Internationales Projektmanagement: Die Organisation, Personalplanung, Personalauswahl und Personalentwicklung mit **Onlineübung** **PEW819 Studienbrief** Der Ablauf internationaler Projekte mit **Onlineübung** **PEW820 Studienbrief** Das Management internationaler Projekte mit **Onlineübung** **PEW821 Studienbrief** Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf

PEW87 Internationales Innovationsmanagement 2

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul PEW87 erläutern die Studierenden unterschiedliche Kulturmodelle und deren Auswirkungen auf Innovationen. Sie beurteilen kulturelle Erfolgsfaktoren für Innovationen und ordnen unterschiedliche Problemlösungskulturen ein. Weiterhin wenden sie unterschiedliche Kreativitätstechniken an, stellen innovative Unternehmenskulturen vor und entwickeln hieraus Vorschläge für Umsetzungskonzepte. Überdies wählen sie das Instrumentarium zur Verbesserung von Innovationsprozessen aus sowie setzen dieses ein. Die Studierenden analysieren die Einflüsse der drei strategischen Orientierungen (Ressourcen-, Markt- und Wertorientierung nach St. Gallener Entrepreneurship-Modell) auf Unternehmenskulturen. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls PEW87 bringen die Studierenden das Wissen über innovative Unternehmenskulturen, Innovationsnetzwerke, Managementstile und interkulturelle Motivation in das Management von Cross-Cultural Innovationen ein. Sie analysieren Best Practice-Ansätze im Cross-Cultural Innovation Management und wenden diese auf das eigene Management von Innovationen an. Weiterhin verfassen, präsentieren und diskutieren die Studierenden kritisch selbstständig Arbeiten zu relevanten Fragestellungen der Cross-Cultural Innovation.
Inhalt	**Grundlagen Cross-Cultural Innovation** Komplexität der Definition von Kultur Kulturmodelle Kulturelles Kapital nach Bourdieu Unternehmenskultur Innovationsmanagement **Cross-Cultural Innovation Management** Netzwerke, Denkkulturen und Cross-Cultural Innovation Globales Innovationsmanagement und seine Erfolgsaussichten Traditioneller linearer Ansatz des Innovationsmanagements Offener Ansatz des Innovationsmanagements Methodenanleitung Kreativitätstechniken Der Übergang von der kreativen Konzeptphase zum Innovations-Projektmanagement **Strategische Ausrichtung und Cross-Cultural Innovation** Visionen und Mission Das St. Galler Entrepreneurship-Modell Die Grundkonzepte strategischen Handelns Das Geschäftsmodell Business Canvas Akzeptanz von Innovationen **Best Practice im Cross-Cultural Innovation Management** Open Innovation

	Erfolgsgeschichte Beiersdorf – Nivea „Hidden Champions“ – eine besondere Innovationskultur Hochleistungsteams im Sport um in Unternehmen Entwicklung einer Konzeptstudie zum Cross-Cultural Innovation Management
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**PEW822 Studienbrief** Grundlagen Cross-Cultural Innovation mit **Onlineübung** **PEW823 Studienbrief** Cross-Cultural Innovation Management mit **Onlineübung** **PEW824 Studienbrief** Strategische Ausrichtung und Cross-Cultural Innovation mit **Onlineübung** **PEW825 Studienbrief** Best Practice im Cross-Cultural Innovation Management mit **Onlineübung** **Pflicht-Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment (Entwicklung einer Konzeptstudie zum Cross-Cultural Innovation Management)
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Daniel Markgraf

PEW88 Innovations- und Technologieberatung 1

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul PEW88 recherchieren und werten die Studierenden für eine komplexe Fragestellung aus interdisziplinärer Perspektive Literatur unterschiedlicher Medien aus und greifen hierbei insbesondere auf Publikationen aus den Disziplinen BWL, Informatik, Technologie, Wirtschaftsinformatik und Psychologie zurück. Sie beurteilen Dimensionen und Phasen des Beratungsprozesses sowie leiten Aufgaben und Anforderungsprofile von Beratern ab. Weiterhin verstehen sie den Berater als Förderer von Veränderungen und setzen diese Rolle bei eigenen Beratungsansätzen konsequent um. Überdies entwickeln sie ein Vorgehensmodell zur Bewertung des Erfolgs von Beratungsprozessen.
Inhalt	**Dimensionen des Beratungsprozesses Phasen im Beratungsprozess** Kontakt und Einstieg Formulierung des Kontrakts und Aufbau einer Arbeitsbeziehung Definition des Problems und diagnostische Analyse Zielsetzung und Vorgehenspläne Durchführung und Erfolgskontrolle Sicherung der Kontinuität **Interventionen: Entscheidungen treffen und Qualität sichern** Checkliste für die Entscheidungsfindung Interventionsmatrix Weitere erfolgsrelevante Faktoren Qualitätssicherung Schlussüberlegungen **Aufgaben und Profil eines Beraters** Rollenbeschreibungen Kriterien für die Wahl einer Beraterrolle **Ethik der Beratung** Professionalität Quellen ethischer Richtlinien Auswahl ethischer Verhaltensregeln Anwendung eines Ehrenkodexes Beispiele für ethische Beratungskonflikte Manipulation Ethische Konflikte bei internen und externen Beratern Methodische Werte als Leitlinie für Interventionen **Gestaltung partizipativen Lernens** Erwartungen der Klienten an den Lernprozess Verbindungsmodell zur Erfüllung von Lernerwartungen Verfahren zur Gestaltung von Lerneinheiten Checkliste für die Sitzungsplanung Beraterrollen bei der Sitzungsmoderation **Diagnostische Analyse und Bewertung des Beratungsprozesses**

Arten und Quellen von Daten
Objekte und Datensammlung
Methoden und Techniken
Ziele und Ebenen der Datensammlung
Forschung zur Bewertung des Beratungsprozesses
Modell zur Erfolgskontrolle
Leitlinien für internationales Consulting
Kulturelle Unterschiede
Rolle des Beraters
Rolle des Klienten
Anforderungsprofil und Ausbildung von Beratern
Beratungsfähigkeiten
Ausbildung und Entwicklung von Beratern
Berater als Förderer von Veränderungen
Strategie 1: Die Mitarbeiterschaft einbeziehen
Strategie 2: Mit Ambivalenzen offen umgehen
Strategie 3: Zusammenstellen von Teams zur Lösung aktueller Probleme
Strategie 4: Schritte in Richtung Ziel festlegen
Strategie 5: Qualitativ hochwertiges Handeln unterstützen
Strategie 6: Den Schwung zur Veränderung aufrechterhalten und Veränderbarkeit herstellen
Ambivalenz als Ressource für den Veränderungsprozess
Einsatz von Spezialteams
Zukunft der Beratung
Trends und Themen
Wachstum und Erneuerung für den Berater
Bewertung des Beratungserfolges
Entwicklung eines Modells zur Bewertung des Erfolgs von Beratungsprozessen

Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**Online-Recherchen** **ABWI033-EL Fachbuch** Lippitt, Gordon; Lippitt, Ronald: Beratung als Prozess. Was Berater und ihre Kunden wissen sollten. E-Book
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Martin Kaloudis

PEW90 Innovations- und Technologieberatung 2

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Für eine komplexe Fragestellung aus interdisziplinärer Perspektive Literatur unterschiedlicher Medien recherchieren und auswerten und hierbei insbesondere auf Publikationen aus den Disziplinen BWL, Informatik, Technologie, Wirtschaftsinformatik und Psychologie zurückgreifen; Maßstäbe für die Ethik der Beratung beurteilen und auf eigene Dienstleistungen anwenden; für ein Fallbeispiel ein Beratungskonzept zum Technologie- und Innovationsmanagement entwickeln.
Inhalt	**Ethik der Beratung** Professionalität Quellen ethischer Richtlinien Auswahl ethischer Verhaltensregeln Anwendung eines Ehrenkodexes Beispiele für ethische Beratungskonflikte Manipulation Ethische Konflikte bei internen und externen Beratern Methodische Werte als Leitlinien für Interventionen **Entwicklung eines Beratungskonzepts** Auswahl eines Fallbeispiels Entwicklung eines Beratungskonzeptes für ein Fallbeispiel zum Technologie- und Innovationsmanagement Kritische Prüfung des eigenen Vorgehens
Voraussetzungen	Fortgeschrittene Kenntnisse zum Innovations- und Technologie-Management
Modulbausteine	**Online-Recherchen** **ABWI033-EL Fachbuch** Lippitt, Gordon, Lippitt, Ronald: Beratung als Prozess. Was Berater und ihre Kunden wissen sollten. E-Book **Pflicht-Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment (Entwicklung eines Beratungskonzeptes für ein Fallbeispiel)
Lernaufwand	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Martin Kaloudis

SQF61 Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf

Kompetenzzuordnung	Systemische Fertigkeiten
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul SQF61 sind die Studierenden in der Lage, Implikationen des Methodenpluralismus und des kritischen Rationalismus für eine konkrete (empirische) Forschung abzuleiten. Weiterhin sind sie fähig, ein Forschungsproblem adäquat zu formulieren und daraus eine Strategie und das für ihre Umsetzung erforderliche Instrumentarium herzuleiten. Hierauf werden die „Werkzeuge“ der Datenerhebung (Beobachtung, Befragung und Inhaltsanalyse) problembezogen angewandt und umgesetzt. Weiterhin beherrschen die Studierenden die Datenauswertung mit der Planung von multivarianten Analysemethoden sowie die Strukturierung der notwendigen Arbeitsschritte. Sie analysieren die Gütekriterien für Datengewinnung und schätzen die Probleme der einzelnen Methoden ab.
Inhalt	**Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen** Wissenschaftstheorie – Eine Einführung Wissenschaftliche Methoden **Ein Forschungsprojekt planen** Forschungsplanung – Erste Arbeitsschritte Operationalisierung Auswahlverfahren **Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten** Forschungsdurchführung Forschungsauswertung
Voraussetzungen	Grundkenntnisse in Statistik und Kenntnisse in MS-Excel
Modulbausteine	**Orientierungswerkstatt** (drei Onlineseminare: Studieren bei AKAD 1,5 Std.; Wissenschaftliches Arbeiten 6 Std.; Folgeseminar Wiss. Arbeiten 2 Std.) **SQF601 Studienbrief** Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen **SQF602 Studienbrief** Ein Forschungsprojekt planen **SQF603 Studienbrief** Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten **SQFA604-EL Hörbuch** zu den Studienbriefen SQF601-SQF603 **Einsendeaufgaben** zu den Studienbriefen SQF601-603 **SQLD302-VH Download** Vorgaben für wissenschaftliche Studien- und Abschlussarbeiten bei AKAD
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte

Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Marianne Blumentritt

UFM87 Produkt- und Prozessmanagement für Industrie 4.0

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul UFM87 können die Studierenden das Instrument der Wertkette nach M. E. Porter bei der strategischen Geschäftsprozessanalyse einsetzen. Sie können informationstechnische Aspekte der Prozessgestaltung einordnen und situationsgerecht beurteilen. Weiterhin sind sie in der Lage, Instrumente zur Analyse und Beurteilung von Geschäftsprozessen zu erläutern und zielorientiert anzuwenden. Sie können bei der Analyse und (prozessorientierten) Umgestaltung von Organisationen mitarbeiten, insbesondere beim Business Process Reengineering und Grundlagen, Ziele und Prozess des Produktmanagements verdeutlichen. Die Studierenden sind in der Lage, den Prozess und die Organisation des Produktmanagements zu gestalten und auf einzelne Gestaltungsobjekte konkret anzuwenden. Zudem können sie Besonderheiten des Produkt- und Prozessmanagements für Industrie 4.0 ableiten und bei eigenen Aufgaben berücksichtigen.
Inhalt	**Grundlagen, Ziele und Prozess des Produktmanagements** Entwicklungslinien des Produktmanagements Ziele, Aufgaben und Funktionen des Produktmanagements Prozess des Produktmanagements **Organisation, Träger und Gestaltungsfelder des Produktmanagements** Organisation und Trägerschaft des Produktmanagements Gestaltungsfelder des Produktmanagements Fallbeispiele zum Produktmanagement Aktuelle Trends und Ausblick **Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen** Modelle, Modellierung Prozessmodelle, Prozessmodellierung Ist- und Sollmodellierung Methode EPK Methode BPMN Vertikale Dimension der Prozessmodellierung **Geschäftsprozessmanagement und Digitalisierung** Geschäftsprozessmanagement und digitale Transformation - eine Einführung Enterprise-Architecture-Management Business-Process-Management-Systeme Robotic Process-Automation Process-Mining **Industrie 4.0 – Strategisches Technologiemanagement** Gründe für eine Innovationsstrategie

	Verändernde Rahmenbedingungen Schritte der Strategieentwicklung **Industrie 4.0 – Evaluierung der Relevanz für Unternehmen mit physischen Angeboten** Bedeutung von Industrie 4.0 Ableitung von Handlungsbedarf Anwendungsbeispiele aus der Industrie **Industrie 4.0 – Neue Produkte verändern die Welt und die Unternehmen** Erweiterter Funktionsumfang Vernetzung und Kommunikation Daten Mensch-Maschine-Interaktion Neuartiger Produktentwicklungsprozess Veränderte Wettbewerbssituation **Smarte Art der Produktion** Smart Factory Integration und IT Neue Rolle des Menschen in der Produktion **Industrie 4.0 – Fertigungsprozesse und deren Steuerung in Cyber-Physischen-Systemen** Cyber-Physische Systeme Prozessanalyse und Ergebnisse der Fallstudienbetrachtung
Voraussetzungen	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung
Modulbausteine	**UFU607 Studienbrief** Grundlagen, Ziele und Prozess des Produktmanagements mit **Onlineübung** **UFU608 Studienbrief** Organisation, Träger und Gestaltungsfelder des Produktmanagements mit **Onlineübung** **ORG202 Studienbrief** Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen mit **Onlineübung** **ORG203 Studienbrief** Geschäftsprozessmanagement und Digitalisierung mit **Onlineübung** **ABWI034-EL Fachbuch** Granig, Peter; Hartlieb, Erich; Heiden, Bernhard (Hrsg.): Mit Innovationsmanagement zu Industrie 4.0. Grundlagen, Strategien, Erfolgsfaktoren und Praxisbeispiele. Kapitel 2, 7 und 14. E-Book **ABWI035-EL Fachbuch** Huber, Walter: Industrie 4.0 kompakt – Wie Technologie unsere Wirtschaft und unsere Unternehmen verändern. Transformation und Veränderung des gesamten Unternehmens. Kapitel 6 und 7. E-Book
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Tobias Specker

AKAD

UFM88 Digitalisierung und ethische Verantwortung von Unternehmen

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul UFM88 sind die Studierenden in der Lage, erweitertes und vertieftes Wissen hinsichtlich ethisch relevanter Auswirkungen auf Arbeitsbedingungen und soziale Beziehungen abzuschätzen. Dies impliziert auch die Fähigkeit, kritische Einschätzungen zur Digitalisierung zu erläutern und zu beurteilen. Die Studierenden kennen die Guidelines der EU für Ansätze vertrauenswürdiger Intelligenz und leiten dadurch die Umsetzung in die betriebliche Praxis ab. Darüber hinaus werden wirtschaftsethische Grundsätze auf Beispiele komplexer und konkreter Unternehmens- und Managementsituationen analysiert und angewandt. Weiterhin werden Kenntnisse vermittelt, um die Auswirkungen des gesellschaftlichen Wertewandels auf das Management von Unternehmen und auf die Personalführung kritisch zu reflektieren.
Inhalt	**Was ist der Mensch im digitalen Zeitalter** Was ist der Mensch? Abriss ideengeschichtlicher Entwürfe an Wendepunkten der Menschheitsgeschichte Was bedeutet die Digitalisierung für den Menschen? Die Rolle des Gewissens in der Digitalisierung Bildung als Schlüssel für sinnvolles menschliches Leben im digitalen Zeitalter **Kritische Einschätzungen zur Digitalisierung** Der Wunsch, Gutes zu tun – heute ein Risiko? Ständig online – wie das Internet unser Leben verändert Verbale Entgleisungen auf Facebook mit tödlichen Folgen Bequemlichkeit 4.0 – die schrittweise Evolution zur Häppchengesellschaft Sucht nach Neuem und die Angst vor Veränderung Angriff von Social Bots und Trollarmeen Überforderung durch Datenflut **Philosophie und Ökonomie – Ethik der Rahmenordnung** Die philosophischen Grundlagen der Ökonomie und ihr wirtschaftsgeschichtlicher Hintergrund Die Epochen der abendländischen Philosophie und die wirtschaftswissenschaftlichen Theorien Moral, Ethik und angewandte Ethik Die Wirtschaftsethik **Ethik korporativen Handelns** Korporative Verantwortung Ethik korporativen Handelns Fallbeispiele zum ethischen Verhalten von Unternehmen **Digitalisierung und ethische Verantwortung von Unternehmen** Das Unternehmen als Ansammlung von Menschen

	Der Zusammenhang zwischen Sein und Sollen im Unternehmen Das Unternehmensgewissen als Ausdruck eines Dialogs unter Mitarbeitern Klassische und neue unternehmensethische Lösungsansätze und ihre Schwächen bei der Wahrnehmung ethischer Verantwortung von Unternehmen in einer digitalisierten Wirtschaft **Guideline (Draft-Version) der EU für Ansätze vertrauenswürdiger Künstlicher Intelligenz** **Integration von Praxiserfahrung und des ersten akademischen Abschlusses** Die weiterführende Integration bereits vorhandener Praxiserfahrung, die durch das Erststudium erworbenen akademischen Kenntnisse und Kompetenzen sowie die kritische Reflexion aktueller Praxiserfahrungen wird im Modul durch den Kompetenznachweis Assignment (Bezug zur Empirie/Fallbeispiel/Fallstudie) gewährleistet und unterstützt.
Voraussetzungen	Prinzipien der Digitalisierung Grundprinzipien der Wirtschaftsethik
Modulbausteine	**ABWI036-EL E-Book** Fürst, R.: Gestaltung und Management der digitalen Transformation. Ökonomische, kulturelle, gesellschaftliche und technologische Perspektiven **Guidelines der EU** The European Commission's High Level Expert Group on Artificial Intelligence: Draft Ethics Guidelines for Trustworthy AI. Working Document for stakeholder's consultation (https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/draft-ethics-guidelines-trustworthy-ai) **ABWI037-EL E-Book** Ternès, A.: Die Digitalisierung frisst ihre User. Der digitale Wahnsinn und wie sie ihn beherrschen **DML627 Studienbrief** Digitalisierung und ethische Verantwortung von Unternehmen mit **Onlineübung**
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Ulrich Kreutle

UFM89 Management von Teamwork, Kollaboration und Veränderungsprozessen

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul UFM89 sind die Studierenden in der Lage, Anforderungen an die menschliche Kommunikation im digitalen Zeitalter zu interpretieren und die Merkmale der Kommunikation in Technologieunternehmen sowie die Grundlagen der digitalen Kollaboration zu verdeutlichen. Weiterhin können sie hybride Arbeitskulturen und die daraus entstehenden Anforderungen und Freiräume einordnen und auf eigene Arbeitsbedingungen als Führungskraft oder Mitarbeiter übertragen. Die Studierenden sind befähigt, Ableitungen durchzuführen, mit denen Schlussfolgerungen aus den Bedingungen des Wissens-, Innovations- und Change-Managements für die Gestaltung der Kommunikation und Partizipation im Unternehmen für eine effiziente Gestaltung der Arbeitsabläufe zu ziehen sind. Sie kennen die Prinzipien der digitalen Führung, sodass sie eigenständig Umsetzungskonzepte entwerfen und für eigene Aufgaben nutzen. Mithilfe von Online-Recherchen werden elektronische Instrumente für das Management von Teamwork und Kollaboration ausgewählt und deren Funktionalität sowie Anwendungsmöglichkeiten bewertet. Nach der Bewertung dieser Instrumente werden sie für den Einsatz in der Praxis für Umsetzungskonzepte zusammengestellt.
Inhalt	**Kommunikation in Technologieunternehmen** Merkmale mittelständischer Technologieunternehmen Agilität als Motor Nachteile einer hierarchischen Kommunikationsorganisation Kommunikation in Netzwerken Prozesse zur Verbesserung der internen Unternehmenskommunikation Tools und Übermittlungswege auswählen und aufeinander abstimmen **Wissens- und Innovationsmanagement** Organisationales Wissen als Innovationspotenzial erkennen und nutzen Offene Innovationsprozesse unterstützen Fallbeispiele **Digitale Führung** Digitale Arbeitswelten – Schöne neue Werte? Hybride Arbeitskulturen Die digitale Führungskompetenz **Grundlagen der digitalen Kollaboration** Digitale Plattformen: eine erste Annäherung und Analyse Modelle zur Analyse von Plattform-Unternehmungen Crowdsourcing als Basis vieler Plattformen Transformationale Produkte **Management von Kollaboration, Teamwork und Veränderungsprozessen** Vorbemerkungen zum Charakter agiler Kollaboration Digitale Arbeitswelten

	Kommunikation in Technologieunternehmen Grundlagen der digitalen Kollaboration Entwicklung der Zusammenarbeit und Arten der Kollaboration Wissens-, Innovations- und Changemanagement Erfolgsfaktor Kommunikation Erfolgsfaktor Partizipation Digitale Führung Elektronische Instrumente für das Management von Kollaboration, Teamwork und Veränderungen **Change Management** Erfolgsfaktor Kommunikation - Widerstände vermeiden und überwinden Erfolgsfaktor Partizipation - Betroffene beteiligen
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**ABWI038-EL Fachbuch** Aengenheyster, Sandra; Dörr, Kim Miriam (Hrsg.): Praxishandbuch IT-Kommunikation. Kapitel 15. E-Book **ABWI039-EL Fachbuch** Buchholz, Ulrike; Knorre, Susanne: Interne Kommunikation und Unternehmensführung. Theorie und Praxis eines kommunikationszentrierten Managements. Kapitel 12. E-Book **ABWI040-EL Fachbuch** Ciesielski, Martin A.; Schutz, Thomas: Digitale Führung. Wie die neuen Technologien unsere Zusammenarbeit wertvoller machen. Kapitel 1, 2 und 5. E-Book **DIT451 Studienbrief** Grundlagen der digitalen Kollaboration mit **Onlineübung** **DIT453-BH Begleitheft** Management von Teamwork, Kollaboration und Veränderungsprozessen **ABWI041-EL Fachbuch** Lauer, Thomas: Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Kapitel 8 und 9. E-Book
Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Annette Miller

UFU67 Forschungs- und Entwicklungsmanagement

Kompetenzzuordnung	Wissensvertiefung
Kompetenzziele	Die Studierenden kennen die Grundlagen und Erscheinungsformen des Forschungs- und Entwicklungsmanagements und können die Bedeutung von Forschung und Entwicklung für Volkswirtschaft und Unternehmen einschätzen; Sie können die Instrumente und Methoden der Forschungs- und Entwicklungsplanung, des Forschungs- und Entwicklungsprojektmanagements und -controlling vergleichen, für betriebliche Fragestellungen auswählen und einsetzen. Sie können die Organisation von Forschung und Entwicklung im Unternehmen entwickeln. Sie kennen die Möglichkeiten externer Forschung und Entwicklung sowie von Forschungskooperationen und der Forschungsfinanzierung und -förderung und können die Nutzungsmöglichkeiten für eigene Vorhaben verdeutlichen.
Inhalt	**Grundlagen** Begriffsverständnis, Abgrenzungen, Erscheinungsformen von Forschung und Entwicklung Die Bedeutung von F&E für den Wirtschaftsstandort Deutschland Grundlagen des F&E-Managements Die F&E-Strategie **Forschungs- und Entwicklungsmanagement im Unternehmen** F&E-Organisationsmodelle (Struktur Strategisches und operatives F&E-Management F&E-Budgetierung Erfindungen im F&E-Bereich Zusammenarbeit des F&E-Bereichs mit externen Partnern Internationalisierung der F&E-Tätigkeiten **Instrumente des Forschungs- und Entwicklungsmanagements** Forschungs- und Entwicklungsplanung F&E-Controlling F&E-Projektmanagement Spezifische Methoden des F&E-Managements
Voraussetzungen	Keine.
Modulbausteine	**UFU609 Studienbrief** Grundlagen des F&E-Managements mit **Einsendeaufgabe** **UFU610 Studienbrief** Forschungs- und Entwicklungsmanagement im Unternehmen mit **Einsendeaufgabe** **UFU611 Studienbrief** Instrumente des Forschungs- und Entwicklungsmanagements mit **Einsendeaufgabe**

Kompetenznachweis	Assignment
Lernaufwand	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
Sprache	Deutsch
Studienleiter	Prof. Dr. Robert Rossberger