



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

# EUU83 Green Management I

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>Überblick über die Handlungsebenen bei der Integration des Nachhaltigkeitsgedankens in die Produktion.</p> <p>Fähigkeit zur Ermittlung, Bewertung und Gestaltung eines Konzepts für eine energieeffiziente, nachhaltigkeitsorientierte Produktion.</p> <p>Befähigung zur Entwicklung von Konzepten zur Gestaltung von Koordinationsaufgaben unter Berücksichtigung der in der Produktion gegebenen Material-, Wert- und Informationsflüsse und einer angestrebten Nachhaltigkeit.</p>
-----------------------	--

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Nachhaltigkeit im produzierenden Gewerbe</b> Nachhaltigkeit für zukunftsorientierte Unternehmen Nachhaltige Produktion Nachhaltigkeit messen und bewerten: Kennzahlensysteme zur Nachhaltigkeit Nachhaltigkeit lenken und umsetzen: Nachhaltigkeitsmanagement</p> <p><b>Energieeffizienz in der Produktion</b> Energieeffizienz in der Produktion Methoden zur Energieeffizienzsteigerung in der Produktion</p> <p><b>Ressourcenmanagement: Schwerpunkt Material</b> Grundlagen des Ressourcenmanagements Ressourcenmanagement im Unternehmen Stoffstrommanagement Ressourceneffizienz durch produktionsintegrierten Umweltschutz Umweltmanagement</p> <p><b>Risikomanagement im produktiven Umfeld und nachhaltige Systemgestaltung in Unternehmensnetzwerken</b> Risikomanagement in Unternehmen Risikomanagement im Produktionsbereich Recyclingnetzwerke – eine Einführung Koordination von Recyclingnetzwerken Kordinationsaufgaben in Produktion und Logistik nachhaltig gestalten</p>
---------------	--

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
------------------------	--------

---

<b>Modulbausteine</b>	<p><b>EUU801 Studienbrief</b> Nachhaltigkeit im produzierenden Gewerbe mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>EUU802 Studienbrief</b> Energieeffizienz in der Produktion mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>EUU803 Studienbrief</b> Risikomanagement im produktiven Umfeld und nachhaltige Systemgestaltung in Unternehmensnetzwerken mit <b>Onlineübung</b></p>
-----------------------	--

---



**PEW815 Studienbrief** Ressourcenmanagement: Schwerpunkt Material  
mit **Onlineübung**

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
--------------------------	------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Ulrich Kreutle
----------------------	----------------

---

# EUU86 Green Management 2

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
---------------------------	-----------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>Für eine komplexe Fragestellung aus interdisziplinärer Perspektive Literatur unterschiedlicher Medien recherchieren und auswerten und hierbei insbesondere auf Publikationen aus den Disziplinen BWL, Technologie und Psychologie zurückgreifen;</p> <p>Ansätze des Green Managements und Nachhaltiger Geschäftsmodelle erläutern und ihre wirtschaftliche Bedeutung für Unternehmen verdeutlichen;</p> <p>Ableitung, Formulierung und Rechtfertigung einer praxisrelevanten Forschungsfrage;</p> <p>Erläuterung, Begründung und Verteidigung der gewählten Ansätze und Vorgehensweisen;</p> <p>für ein selbst gewähltes Anwendungsbeispiel ein Green Management-Konzept entwickeln.</p>
-----------------------	---

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Nachhaltige Geschäftsmodelle</b> Strategische Einbettung Bedeutung von Green und Social Economy Kriterien für die Bewertung von Nachhaltigkeit Typologie nachhaltiger Geschäftsmodelle</p> <p><b>Beispiele nachhaltiger Geschäftsmodelle</b> Gestaltungswille und Gestaltungserfolg Typus Gesundheit Typus Empowerment Typus Sozialer Zusammenhalt Typus Ökoeffektivität Typus Ökoeffizienz Typus Sharing Economy Typus Motivation und Bildung</p> <p><b>Ansatz für die Entwicklung und Weiterentwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle</b> Einbettung des Geschäftsmodells Strukturmodell für nachhaltige Geschäftsmodelle Integrierter Ansatz für die Geschäftsmodellentwicklung</p> <p><b>Entwicklung eines Green Management-Konzeptes</b> Auswahl eines Anwendungsbeispiels Konzeptentwicklung Kritische Reflexion des Vorgehens</p>
---------------	--

---

<b>Voraussetzungen</b>	Kenntnisse der Green Production und des Green Supply Chain Managements, Energieeffizienz, Ressourcenmanagement, Risikomanagement
------------------------	--

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>Online-Recherchen</b>
-----------------------	--------------------------

---



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

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Pflicht-Onlineübung zur Typologie nachhaltiger Geschäftsmodelle) Assignment (Entwicklung eines Green Management-Konzeptes)
<b>Lernaufwand</b>	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Ulrich Kreutle

---

# **IKK60 International management and intercultural communication**

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>After successful completion of module IKK60 students will be able to describe key aspects of international business organizations.</p> <p>In developing a strategy for a non-cpmplex internationalization project, students will gain the ability to describe characteristics of organizational management, human resource management and key aspects of intercultural management in international business organizations.</p> <p>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 cultural influences within organizations especially within business organizations.</p> <p>Furthermore, students will be able to determine and analyze culture in its various levels and dimensions.</p> <p>This includes recognizing areas of conflict and problems and deciding on action orientation and reaction patterns.</p> <p>Furthermore, students will observe the role of time and environment perception in intercultural business transactions.</p> <p>In addition to describing the four basic types of corporate cultures and explaining the relationship 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.</p>
-----------------------	--

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>International Management</b></p> <p>Internationalisation of the economy in the context of business</p> <p>Companies and corporate management in the context of globalization</p> <p>Theories of international organization activity</p> <p>International corporate management</p> <p>Internationalization as a strategic decision-making issue</p> <p><b>Organisation, Leadership and Human Resources Management in International Companies</b></p> <p>Internationalization strategies as multi-dimensional planning issues</p> <p>"Going international": Strategic dimensions in detail</p> <p>"Being International": Strategic dimensions in detail</p> <p>Organization of internationally-active business organizations</p> <p>Personnel management in internationally-active business organizations</p> <p><b>The significance of culture in economic activity</b></p> <p>The term culture: a definition and evaluation</p> <p>Corporations as culturally-molded organizational models</p> <p>The various meanings of culture</p> <p><b>Reconciling the five value orientations in business and management</b></p> <p>Relationships versus rules</p> <p>Individualism versus collectivism</p> <p>Neutral versus affective behavior patterns</p> <p>Specific and diffuse cultures</p>
---------------	--

---



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

---

<b>Voraussetzungen</b>	Englischkenntnisse BWL-Grundlagenkenntnisse
------------------------	--

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>UFU701 Studienbrief</b> International Management mit <b>Onlineübung</b> <b>UFU702 Studienbrief</b> Organisation, Leadership and Human Resources Management in International Companies mit <b>Onlineübung</b> <b>Fachbuch</b> Trompenaars, F.; Hampden-Turner, C.: Riding the Waves of Culture mit <b>Begleitheft IKK601-BH</b> The significance of culture in economic activity <b>Begleitheft IKK602-BH</b> Reconciling the five value orientations in business and management <b>Begleitheft IKK603-BH</b> Cultural concepts of time, the environment and managing the dilemmas of internationalization <b>Onlineübungen</b> zu den Begleitheften IKK601-603-BH Tutorium (freiwillig)
-----------------------	---

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Klausur (1,5 Stunden)
--------------------------	-----------------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Englisch
----------------	----------

---

<b>Studienleiter</b>	Gardenia Alonso Lomba
----------------------	-----------------------

---

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

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
<b>Kompetenzziele</b>	<p>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.</p> <p>Überdies ordnen sie Methoden zur systematischen Bewertung von betrieblichen Problemsituationen ein und beurteilen ihren Nutzen für den Praxiseinsatz.</p> <p>Darüber hinaus können die Studierenden komplexe betriebliche Fragestellungen zu einem Kernthema des Studiengangs unter Einsatz wissenschaftlicher Methoden eigenständig analysieren.</p> <p>Weiterhin können sie Optimierungsziele und Anforderungen für eine Optimierung der betrieblichen Situation entwickeln und bewerten.</p> <p>Überdies planen sie ein anspruchsvolles Projekt in einer Arbeitsgruppe und setzen es um.</p>
<b>Inhalt</b>	<h2>Einbindung des Moduls</h2> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Stufe 1</b> (Modul IMP71 Integriertes Masterprojekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering). Analyse der Ausgangssituation; Ableitung von Optimierungszielen; Definition von Anforderungen für den Optimierungsansatz.</li><li>• <b>Stufe 2</b> (Modul IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung). Erstellung der Lösungskonzeption und Umsetzung von exemplarisch ausgewählten Teilen der Lösung.</li><li>• <b>Stufe 3</b> (Modul IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analytische Statistik). Konzeption und Realisierung einer Online-Erhebung zur Messung der dauerhaften Akzeptanz der entwickelten Lösung.</li></ul> <h2>Analyse des betrieblichen Problems</h2> <p>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.</p> <p>Die Analyse erfolgt Modell-gestützt. Zur Ableitung der Bewertungskriterien und zum methodisch korrekten Vorgehen bei der Zielformulierung führen die Studierenden Online- und Literaturrecherchen durch.</p> <h2>Ableitung von Optimierungsanforderungen</h2> <p>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.</p>

---





Zur Entwicklung der Lösungskonzeption ist ein interdisziplinäres Vorgehen erforderlich.

---

<b>Voraussetzungen</b>	Unternehmensführung, strategisches und operatives Management
------------------------	--

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>Online-Recherchen</b> <b>ABTE008-EL Fachbuch</b> Rupp, Chris: Requirements-Engineering und -Management. Aus der Praxis von klassisch bis agil. E-Book <b>Online-Seminar</b> (2 Stunden; Abstimmung der Vorgehensweise bei der Entwicklung von Analyse und Lösungskonzeption; Vorstellung erster Arbeitsergebnisse der Gruppe)
-----------------------	--

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
--------------------------	------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Günther Würtz
----------------------	---------------

---

# IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
---------------------------	-----------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Weiterhin können sie die Planung und die Umsetzung eines fachlich anspruchsvollen Projekts in einer Arbeitsgruppe durchführen.</p>
-----------------------	---

---

<b>Inhalt</b>	<h3>Einbindung des Moduls</h3> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Stufe 1</b> (Modul IMP71 Integriertes Masterprojekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering). Analyse der Ausgangssituation; Ableitung von Optimierungszielen; Definition von Anforderungen für den Optimierungsansatz.</li><li>• <b>Stufe 2</b> (Modul IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung). Erstellung der Lösungskonzeption und Umsetzung von exemplarisch ausgewählten Teilen der Lösung.</li><li>• <b>Stufe 3</b> (Modul IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analytische Statistik). Konzeption und Realisierung einer Online-Erhebung zur Messung der dauerhaften Akzeptanz der entwickelten Lösung.</li></ul> <h3>Erstellung einer Lösungskonzeption</h3> <p>Im Rahmen von Gruppenarbeiten wird auf Basis der im Modul IMP71 festgelegten und priorisierten Anforderungen ein Lösungskonzept detailliert erarbeitet.</p> <h3>Realisierung der Optimierungslösung</h3> <p>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.</p>
---------------	--

---

<b>Voraussetzungen</b>	Unternehmensführung, strategisches und operatives Management Modul IMP71
------------------------	---

---

<b>Modulbausteine</b>	Online-Recherchen
-----------------------	-------------------

---



**Online-Seminar** (2 Stunden; Abstimmung der Vorgehensweise bei der Entwicklung der Lösungskonzeption; Vorstellung erster Arbeitsergebnisse der Gruppe)

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
--------------------------	------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Günther Würtz
----------------------	---------------

---

# IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analytische Statistik

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
<b>Kompetenzziele</b>	<p>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 Statistik zurückgreifen;</p> <p>für eine komplexe betriebliche Fragestellung zu einem Kernthema des Studiengangs eine Online-Erhebung konzipieren;</p> <p>mit einem Freeware-Tool eine Online-Erhebung realisieren;</p> <p>eine Online-Befragung durchführen und mit statistischen Verfahren unter Einbindung von Verfahren der analytischen Statistik auswerten;</p> <p>Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen für die Bewertung der erstellten Lösungskonzeption ableiten;</p> <p>ein fachlich anspruchsvolles Projekt in einer Arbeitsgruppe planen und umsetzen.</p>
<b>Inhalt</b>	<p><b>Einbindung des Moduls</b></p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Stufe 1</b> (Modul IMP71 Integriertes Masterprojekt 1: Ist-Analyse und Requirements-Engineering). Analyse der Ausgangssituation; Ableitung von Optimierungszielen; Definition von Anforderungen für den Optimierungsansatz.</li><li>• <b>Stufe 2</b> (Modul IMP72 Integriertes Masterprojekt 2: Lösungskonzeption und Umsetzung). Erstellung der Lösungskonzeption und Umsetzung von exemplarisch ausgewählten Teilen der Lösung.</li><li>• <b>Stufe 3</b> (Modul IMP73 Integriertes Masterprojekt 3: Empirische Untersuchungen und analytische Statistik). Konzeption und Realisierung einer Online-Erhebung zur Messung der dauerhaften Akzeptanz der entwickelten Lösung.</li></ul> <p><b>Einarbeitung in die Themen empirische Untersuchungen und analytische Statistik</b></p> <p>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.</p> <p><b>Konzeption, Realisierung und Durchführung einer Online-Erhebung</b></p> <p>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.</p>

---



## 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.

---

<b>Voraussetzungen</b>	Unternehmensführung, strategisches und operatives Management Modul IMP72
<b>Modulbausteine</b>	<b>Online-Recherchen</b> <b>ABWI025-EL Fachbuch</b> Bauer, Tim: Innovationen in Familienunternehmen. Eine empirische Untersuchung. E-Book <b>ABWI026-EL Fachbuch</b> Holland, Heinrich; Scharnbacher, Kurt: Statistik im Betrieb. Lehrbuch mit praktischen Beispielen. E-Book <b>ABWI027-EL Fachbuch</b> Liebig, Stefan; Matiaske, Wenzel; Rosenbohm, Sophie (Hrsg.): Handbuch empirische Organisationsforschung. E-Book <b>ABWI028-EL Fachbuch</b> Linke, Ralf: Mitarbeiterbefragungen optimieren. Von der Befragung zum wirksamen Management-Instrument. E-Book <b>ABWI042-EL Fachbuch</b> Spichalsky, Katharina: Change-Management und Mitarbeiterbefragungen. Konzeptionelle Überlegungen und empirische Erkenntnisse. E-Book <b>Online-Seminar</b> (2 Stunden; Abstimmung der Vorgehensweise bei der Entwicklung der Lösungskonzeption; Vorstellung erster Arbeitsergebnisse der Gruppe)
<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Günther Würtz

---

# ITM61 Existenzgründung und Marktpositionierung von Technologie-Unternehmen

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
<b>Kompetenzziele</b>	<p>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.</p> <p>Sie können relevante Bewertungskriterien für geeignete Rechtsformen bei Unternehmensgründungen einordnen, für eigene Fragestellungen zusammenstellen und anwenden.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Sie sind in der Lage, Konzepte für eine Existenzgründung zu entwickeln.</p>
<b>Inhalt</b>	<p><b>Existenzgründung im IT-Bereich</b> Grundlagen Besonderheiten der Web-Ökonomie Entwicklung einer Geschäftsidee Wahl der Rechtsform</p> <p><b>Businessmodell und Investitionsfinanzierung</b> Geschäfts- und Businessplan Erfahrungen aus dem Bereich von Questen und der Reitercommunity Ekwus Finanzierungswege von Existenzgründungen im IT-Bereich</p> <p><b>Käuferverhalten</b> Die Bedeutung der Kundenzufriedenheit Individuelles Käuferverhalten Organisationales Beschaffungsverhalten (Gewerbliches Käuferverhalten)</p> <p><b>Grundlagen der Marketingforschung</b> Grundlagen zur Marketingsforschung Festlegung des Informationsbedarfs Daten- und Informationserhebung</p>

---



## **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

---

<b>Voraussetzungen</b>	Grundlagen der Investition und der Marketingstrategien
<b>Modulbausteine</b>	<b>ITE101 Studienbrief</b> Existenzgründung im IT-Bereich mit <b>Onlineübung</b> <b>ITE102 Studienbrief</b> Businessmodell und Investitionsfinanzierung mit <b>Onlineübung</b> <b>MKG201 Studienbrief</b> Käuferverhalten <b>MKG202 Studienbrief</b> Grundlagen der Marketingforschung <b>MKG203 Studienbrief</b> Spezielle Methoden der Marketingforschung <b>Onlineübung</b> zu den Studienbriefen MKG201-203 <b>ITM201 Studienbrief</b> Marktposition und Positionierung eines IT-Unternehmens mit <b>Onlineübung</b>
<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Daniel Markgraf

---

# KLR63 Kosten- und Leistungsrechnung

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensverbreiterung
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung und verschiedene Systeme der Ist-Kostenrechnung beschreiben und einordnen; Ist-Kostenrechnungen (Kostenarten- und Kostenstellenrechnung) an Beispielen durchführen; Produkte kalkulieren und das Betriebsergebnis ermitteln (Kostenträgerrechnung); Plankosten ermitteln und eine Plankostenrechnung durchführen; Gemeinkostenplanung und -kontrolle in Verwaltungs- und Vertriebsstellen durchführen (Budgetierung, Gemeinkosten-Wertanalyse, Zero-Base-Budgeting), mit Plankosten kalkulieren; Weiterentwicklungen der traditionellen Kostenrechnungsverfahren gegenüberstellen und anwenden (z.B. Prozesskostenrechnung, Target Costing).</p>
<b>Inhalt</b>	<p><b>Kostentheorie und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung</b> 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</p> <p><b>Kostenartenrechnung</b> Die Aufgaben der Kostenartenrechnung und die Abgrenzung von der Finanzbuchhaltung Die Bildung der Kostenarten Die Ermittlung einzelner Kostenarten</p> <p><b>Kostenstellenrechnung</b> Die Aufgaben der Kostenstellenrechnung Die Gliederung des Betriebes in Kostenstellen Kostenstellenrechnung auf Vollkostenbasis Die Notwendigkeit einer Kostenstellenrechnung auf Teilkostenbasis Innerbetriebliche Leistungsverrechnung</p> <p><b>Kostenträgerstückrechnung</b> Die Kostenträger Die Aufgaben der Kalkulation Kalkulationsbegriffe Der Zusammenhang zwischen Kalkulationsverfahren und Fertigungsverfahren Kalkulationsverfahren in der Vollkostenrechnung Die Teilkostenkalkulation</p> <p><b>Grundlagen der Plankostenrechnung</b> Wesen und Aufgabe der Plankostenrechnung</p>

---





Planung der Leistung  
Planung der Preise  
Planung und Kontrolle der Einzelkosten

### **Gemeinkostenmanagement in der Plankostenrechnung**

Die Planung und Kontrolle der Gemeinkosten in Fertigungsstellen mit der einfach-flexiblen Plankostenrechnung

Der Einsatz mehrerer Bezugsgrößen in der Gemeinkostenplanung und -kontrolle von Fertigungskostenstellen mit der mehrfach-flexiblen Plankostenrechnung

Gemeinkostenplanung und -kontrolle in Verwaltungskostenstellen

Plankalkulation

### **Der Beitrag der Plankostenrechnung zur Entscheidungsfindung**

Erfüllung der Kostenrechnungsaufgaben durch ein Kostenrechnungssystem

Zusammenstellung des optimalen Produktionsprogramms

Wahl des optimalen Produktionsverfahrens

Eigenfertigung oder Fremdbezug

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
------------------------	--------

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>KLR207 Studienbrief</b> Kostentheorie und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung mit <b>Onlineübung</b> <b>KLR208 Studienbrief</b> Kostenartenrechnung mit <b>Onlineübung</b> <b>KLR209 Studienbrief</b> Kostenstellenrechnung mit <b>Onlineübung</b> <b>KLR210 Studienbrief</b> Kostenträgerstückrechnung mit <b>Onlineübung</b> <b>KLR602 Studienbrief</b> Grundlagen der Plankostenrechnung mit <b>Onlineübung</b> <b>KLR603 Studienbrief</b> Gemeinkostenmanagement in der Plankostenrechnung mit <b>Onlineübung</b> <b>KLR604 Studienbrief</b> Der Beitrag der Plankostenrechnung zur Entscheidungsfindung mit <b>Onlineübung</b> <b>Onlinetutorium</b> (1 Stunde)
-----------------------	--

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Peter Mühlemeyer
----------------------	------------------

---

# MKG90 Digitales B2B-Marketing und Technischer Vertrieb 1

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul MKG90 sind die Studierenden in der Lage, Instrumentalstrategien für den technischen Vertrieb auszuwählen und diese einzuordnen.</p> <p>Die Möglichkeiten der Vertriebsorganisation werden vergleichend analysiert und strukturiert sowie im Rahmen eigener Umsetzkonzepte zielgerichtet ausgewählt und gestaltet.</p> <p>Weiterhin modellieren und steuern die Studierenden die Vertriebsprozesse Sie kennen die Vertriebsmethoden und wenden diese auf eigene Fragestellungen an.</p> <p>Darüber hinaus legen sie Servicelevels fest und optimieren diese, verstehen CRM Strukturen und setzen sie in komplexen Anwendungsszenarien ein.</p>
-----------------------	--

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Strategiemanagement (Instrumentalstrategien) im B2B-Marketing</b></p> <p>Vertriebsorganisation Vertriebsprozess Kundensegmentierung im B2B-Bereich Vertriebsmethoden Führung im Vertrieb</p> <p><b>Kundenbewertung und Kundenbindungsmanagement im B2B-Marketing</b></p> <p>Kundenbewertung Kennzahlengestütztes Kennzahlenmanagement Kundenzuordnung im Vertrieb Besonderheiten des B2B-Dienstleistungsvertriebs Kundenbindung im B2B-Markt – Fallstudie Motorradreifen</p> <p><b>CRM und Kundendaten im B2B-Marketing</b></p> <p>Database Marketing: Informationsversorgung zur Akquise im Vertrieb CRM: Informationsversorgung zur Kundenbindung im Vertrieb Erfolgsfaktor Datenqualität</p> <p><b>Customer Relationship Management</b></p> <p>Die Kundenwertanalyse Ausgestaltung eines beziehungszyklusorientierten Kundenbindungsmanagements in Dienstleistungsunternehmen Kundenrückgewinnungsmanagement</p>
---------------	---

---

<b>Voraussetzungen</b>	Grundlagen des Marketings
------------------------	---------------------------

---

<b>Modulbausteine</b>	<p><b>MKG803 Studienbrief</b> Strategiemanagement (Instrumentalstrategien) im B2B-Marketing mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>MKG804 Studienbrief</b> Kundenbewertung und Kundenbindungsmanagement im B2B-Marketing mit <b>Onlineübung</b></p>
-----------------------	---

---



**MKG805 Studienbrief** CRM und Kundendaten im B2B-Marketing mit  
**Onlineübung**

**ANS402 Studienbrief** Customer Relationship Management mit  
**Onlineübung**

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
--------------------------	------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Prof. Dr. Marianne Blumentritt
----------------------	--------------------------------

---

# MKG92 Digitales B2B-Marketing und Technischer Vertrieb 2

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
---------------------------	-----------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>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.</p> <p>Sie erlangen die Fähigkeit zur Ableitung, Formulierung und Rechtfertigung einer praxis- und/oder wissenschaftlich relevanten Forschungsfrage.</p> <p>Weiterhin gehören die Erläuterung, Begründung und Verteidigung der gewählten theoretischen und empirischen Ansätze und Vorgehensweisen dazu.</p> <p>Sie besitzen die Befähigung zur Synthese von Theorie und Empirie und der kritischen Reflexion des gewählten Ansatzes.</p> <p>Daneben müssen sie eine konkrete Ausarbeitung und Umsetzung einer wissenschaftlichen Präsentation für ein konkretes Anwendungsbeispiel durchführen.</p> <p>Für eine betriebliches Anwendungsszenario ein Konzept für ein digitales B2B-Marketing entwickeln.</p>
-----------------------	---

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Anforderungen digitaler Märkte – Digitalstrategien im Management</b></p> <p>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</p> <p><b>Strategisches Vertriebsmanagement in mittelständischen B2B-Unternehmen</b></p> <p>Aufgabenfelder des strategischen Vertriebsmanagements Geschäftstypen im B2B-Mittelstand</p> <p><b>Strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse und strategische Marktplanung</b></p> <p>Implikationen der Digitalisierung Strategische Marktanalyse Strategische Marktplanung</p> <p><b>Strategische Kundenanalyse und -planung</b></p> <p>Implikationen der Digitalisierung Strategische Kundenanalyse Strategische Kundenplanung</p> <p><b>Strategische Produktanalyse und -planung und strategisches Preismanagement</b></p> <p>Implikationen der Digitalisierung Strategische Produktanalyse Strategische Produktplanung Strategisches Preismanagement</p>
---------------	--

---



## **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

---

<b>Voraussetzungen</b>	Grundlagen des Marketings
------------------------	---------------------------

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>Online-Recherchen</b> <b>ABWI029-EL Fachbuch</b> Scheed, Bernd; Scherer Petra: Strategisches Vertriebsmanagement. B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter. E-Book <b>ABWI030-EL Fachbuch</b> Breyer-Mayländer, Thomas: Management 4.0 - Den digitalen Wandel erfolgreich meistern. Das Kursbuch für Führungskräfte. E-Book <b>Pflicht-Onlineübung</b>
-----------------------	---

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment (Entwicklung eines Konzeptes für das digitale B2B-Marketing für ein betriebliches Anwendungsszenario)
--------------------------	--

---

<b>Lernaufwand</b>	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
--------------------	---------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Prof. Dr. Marianne Blumentritt
----------------------	--------------------------------

---

# ORG65 Organisation und Unternehmensentwicklung

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>Über detailliertes Wissen hinsichtlich Organisation und Unternehmensentwicklung verfügen;</p> <p>über spezialisiertes Wissen hinsichtlich Geschäftsprozessmanagement verfügen;</p> <p>Instrumente zur Analyse und Beurteilung von Geschäftsprozessen analysieren und beurteilen sowie zielorientiert anwenden;</p> <p>eine systematische Implementierung von Wissensmanagement in einem konkreten Unternehmen konzeptionieren;</p> <p>Veränderungsprozesse in einem konkreten Unternehmen situationsgerecht planen und Instrumente auswählen;</p> <p>Themen der Organisation und Unternehmensentwicklung kritisch reflektieren.</p>
-----------------------	--

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements</b></p> <p>Prozessgedanke, Prozessorientierung</p> <p>Geschäftsprozesse</p> <p>Geschäftsprozessmanagement</p> <p>Strategisches Geschäftsprozessmanagement</p> <p>Controlling von Prozessen</p> <p>Geschäftsprozesse identifizieren und standardisieren</p> <p><b>Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen</b></p> <p>Modelle, Modellierung</p> <p>Prozessmodelle, Prozessmodellierung</p> <p>Ist- und Sollmodellierung</p> <p>Methode EPK</p> <p>Methode BPMN</p> <p>Vertikale Dimension der Prozessmodellierung</p> <p><b>Ausgewählte Problembereiche des Geschäftsprozessmanagements</b></p> <p>Reifegrade von Geschäftsprozessen</p> <p>Referenzprozessmodelle</p> <p>IT-Unterstützung der Prozessentwicklung</p> <p>Vorgehensmodelle für die Einführung des GPM</p> <p>Geschäftsprozessmanagement heute und morgen</p> <p><b>Change Management</b></p> <p>Principles of change management</p> <p>Change in the economy and in society</p> <p>Change within corporations</p> <p>Change and people involved</p> <p><b>Total Quality Management</b></p> <p>Basic principles of TQM</p> <p>From the ISO 9000 ff. to Business Excellence – quality awards</p>
---------------	--

---



TQM à la EFQM  
Quality costs and quality controlling  
Quality management – instruments and methods

### **Knowledge Management**

Knowledge – Approach to term  
Communication and learning  
Approaches to knowledge management  
Establishing knowledge management  
Instruments and methods  
Knowledge managements: a case study  
Conclusion and outlook

---

<b>Voraussetzungen</b>	Grundlagenkenntnisse der allgemeinen BWL
------------------------	--

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>ORG201 Studienbrief</b> Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements mit <b>Onlineübung</b> <b>ORG202 Studienbrief</b> Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen mit <b>Onlineübung</b> <b>ORG203 Studienbrief</b> Ausgewählte Problembereiche des Geschäftsprozessmanagements mit <b>Onlineübung</b> <b>ORG303 Studienbrief</b> Change Management mit <b>Onlineübungen</b> <b>ORG301 Studienbrief</b> Total Quality Management mit <b>Onlineübungen</b> <b>ORG302 Studienbrief</b> Knowledge Management mit <b>Onlineübungen</b> <b>Onlinetutorium</b> (1 Stunde)
-----------------------	---

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Klausur (1 Stunde)
--------------------------	--------------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch / Englisch
----------------	--------------------

---

<b>Studienleiter</b>	Tobias Specker
----------------------	----------------

---

# PEW61 Technologiemanagement

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Über detailliertes und spezialisiertes Wissen hinsichtlich der Begriffe Technologie und Technologiemanagement verfügen;</p> <p>erweitertes Wissen hinsichtlich Technologieentwicklung in Unternehmen und einen Überblick zur staatlichen Forschungs- und Technologiepolitik und zu möglichen Innovationswiderständen haben;</p> <p>über vertieftes Verständnis von theoretischen Konzepten des strategischen und operativen Technologiemanagement und die Instrumentarien für typische Aufgabenstellungen aus der Technologiemanagement-Praxis verfügen;</p> <p>über erweitertes Wissen hinsichtlich Methoden, Instrumenten und Herangehensweisen im Technologiemanagement verfügen;</p> <p>über die Fähigkeit, Fachinhalte kritisch zu hinterfragen und zu diskutieren, verfügen.</p>
<b>Inhalt</b>	<p><b>Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung</b> Zum Verständnis von Technologiemanagement Technologien in übergeordneter Betrachtung Die Akteure im Technologiemanagement Modelle der Technologieentwicklung</p> <p><b>Technologieentwicklung im Unternehmen</b> Entstehung und Aufgaben des Technologiemanagements Interaktionen und Verflechtungen des Technologiemanagements Der Technologiezyklus im Unternehmen</p> <p><b>Aufstellung von Technologiestrategien</b> 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</p> <p><b>Wissensmanagement: Grundlage des Technologiemanagements</b> 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</p>
<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
<b>Modulbausteine</b>	<b>PEW605 Studienbrief</b> Grundlagen: Erscheinungsformen und Bedeutung mit <b>Onlineübung</b>

---





**PEW606 Studienbrief** Technologieentwicklung im Unternehmen mit **Onlineübung**

**PEW607 Studienbrief** Aufstellung von Technologiestrategien mit **Onlineübung**

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

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Klausur (1 Stunde)
<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Jörg Schmütz

---

# PEW63 Innovationsmanagement

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>Den Innovationsprozess einordnen und die Bedeutung des Innovationsmanagements hervorheben;</p> <p>Grundlagen und Ziele von Innovationsstrategien interpretieren und unterstützende Methoden des Innovationsmanagements beurteilen;</p> <p>Konzepte für das Ideenmanagement unter Berücksichtigung verschiedener Kreativitätstechniken für betriebliche Fragestellungen entwerfen;</p> <p>den Innovationsprozess von der Idee über die Produktentwicklung bis zur Markteinführung analysieren und effektiv organisieren.</p>
-----------------------	--

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Grundlagen des Innovationsmanagements</b> Zum Verständnis von Innovation Grundlagen des Innovationsmanagements Innovations-Erfolgsfaktoren</p> <p><b>Strategische Orientierung</b> Grundlagen einer Innovationsstrategie Übergeordnete innovationsrelevante strategische Grundsätze und Vorgaben Kern der Innovationsstrategie: Ermittlung von Innovationsfeldern</p> <p><b>Strategien der operativen Innovationsrealisierung</b> Ideenfindung und Konzeptentwicklung Kreativitätstechniken zur Ideenfindung für Innovationen Open Innovation Bewertung und Auswahl von Ideen Vorprojekte und Projektentscheidung Ideenmanagement-Systeme (inkl. Software)</p> <p><b>Innovationsrealisierung</b> Produktentwicklung Kooperation und Zusammenarbeit im Innovationsprozess Markteinführung Integration von Marketing in den Innovationsprozess Einführungsmarketing Innovations-Controlling Internationales Innovationsmanagement</p>
---------------	---

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
------------------------	--------

---

<b>Modulbausteine</b>	<p><b>PEW601 Studienbrief</b> Grundlagen des Innovationsmanagements mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>PEW602 Studienbrief</b> Strategische Orientierung mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>PEW603 Studienbrief</b> Ideenfindung und Konzeptentwicklung mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>PEW604 Studienbrief</b> Innovationsrealisierung mit <b>Onlineübung</b></p>
-----------------------	---

---



---

<b>Kompetenznachweis</b>	Klausur (1 Stunde)
<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Jörg Schmütz

---

# PEW85 Internationales Innovationsmanagement 1 (Internationales Projektmanagement)

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>Die Besonderheiten internationaler Projekte verdeutlichen und einordnen; Aufgaben, Abläufe und Aktivitäten eines internationalen Projektumfelds erklären und unterschiedliche kulturell bedingte Wertvorstellungen bei der Gestaltung von Organisationsstrukturen berücksichtigen;</p> <p>gängige Verfahren der Personalplanung und Personalentwicklung bei internationalen Projekten identifizieren und vergleichend bewerten;</p> <p>Instrumentarien des Projektmanagements von der Projektplanung zur Projektdurchführung und Projektkontrolle auswählen und einsetzen;</p> <p>bei internationaler ausgerichteter Werbepolitik kulturell bedingte Wertvorstellungen berücksichtigen;</p> <p>unter Berücksichtigung unterschiedlicher Wertsysteme, des Einflusses sozialer Beziehungen und rechtlich-politischer Normen Projektteams führen und die Projektarbeit effektiv gestalten;</p> <p>Risikofaktoren erkennen und in einem Risikomanagement-Konzept im Sinne des Projekterfolgs integrieren;</p> <p>Konzepte für das Qualitätsmanagement in Projekten entwickeln und Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements abschätzen;</p> <p>die Bedeutung des Projektmarketings und des Informations- und Kommunikationsprozesses bei internationalen Projekten analysieren und bei eigenen Vorhaben berücksichtigen;</p> <p>selbstständig Arbeiten zu relevanten Fragestellungen des internationalen Projektmanagements verfassen, präsentieren und kritisch diskutieren.</p>
-----------------------	---

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Internationales Projektmanagement: Die Organisation, Personalplanung, Personalauswahl und Personalentwicklung</b></p> <p>Definition und Zusammenhang wichtiger Grundbegriffe</p> <p>Multiprojektorganisation in international tätigen Unternehmen</p> <p>Einzelprojektorganisation in international tätigen Unternehmen</p> <p>Ausgewählte Aspekte der Gestaltung von Organisationsstrukturen unter Berücksichtigung kulturell bedingter Wertvorstellungen im Rahmen internationaler Projekte</p> <p>Personalplanung im Rahmen internationaler Projekte</p> <p>Personalauswahl im Rahmen internationaler Projekte</p> <p>Personalentwicklung zur Vorbereitung auf internationale Projekte</p> <p><b>Ablauf internationaler Projekte</b></p> <p>Projektstart</p> <p>Zielpräzisierung</p> <p>Projektplanung</p> <p>Projektdurchführung</p> <p>Projektinformationsmanagement</p> <p>Projektmarketing</p> <p>Projektkontrolle</p>
---------------	---

---



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

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
------------------------	--------

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>PEW818 Studienbrief</b> Internationales Projektmanagement: Die Organisation, Personalplanung, Personalauswahl und Personalentwicklung mit <b>Onlineübung</b> <b>PEW819 Studienbrief</b> Der Ablauf internationaler Projekte mit <b>Onlineübung</b> <b>PEW820 Studienbrief</b> Das Management internationaler Projekte mit <b>Onlineübung</b> <b>PEW821 Studienbrief</b> Erfolgsfaktoren des internationalen Projektmanagements mit <b>Onlineübung</b>
-----------------------	---

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
--------------------------	------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Daniel Markgraf
----------------------	-----------------

---

# PEW87 Internationales Innovationsmanagement 2

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Unterschiedliche Kulturmodelle und deren Auswirkungen auf Innovationen erläutern;</p> <p>kulturelle Erfolgsfaktoren für Innovationen beurteilen und unterschiedliche Problemlösungskulturen einordnen;</p> <p>unterschiedliche Kreativitätstechniken anwenden und innovative Unternehmenskulturen vorstellen und hieraus Vorschläge für Umsetzungskonzepte entwickeln;</p> <p>Instrumentarium zur Verbesserung von Innovationsprozessen auswählen und einsetzen;</p> <p>Einflüsse der drei strategischen Orientierungen (Ressourcen-, Markt- und Wertorientierung nach St. Galler Entrepreneurship-Modell) auf Unternehmenskulturen analysieren;</p> <p>das Wissen über innovative Unternehmenskulturen, Innovationsnetzwerke, Managementstile und interkulturelle Motivation in das Management von Cross-Cultural Innovationen einbringen;</p> <p>Best Practice-Ansätze im Cross-Cultural Innovation Management analysieren und auf das eigene Management von Innovationen anwenden;</p> <p>selbstständig Arbeiten zu relevanten Fragestellungen der Cross-Cultural Innovation verfassen, präsentieren und kritisch diskutieren.</p>

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Grundlagen Cross-Cultural Innovation</b></p> <p>Komplexität der Definition von Kultur</p> <p>Kulturmodelle</p> <p>Kulturelles Kapital nach Bourdieu</p> <p>Unternehmenskultur</p> <p>Innovationsmanagement</p> <p><b>Cross-Cultural Innovation Management</b></p> <p>Netzwerke, Denkkulturen und Cross-Cultural Innovation</p> <p>Globales Innovationsmanagement und seine Erfolgsaussichten</p> <p>Traditioneller linearer Ansatz des Innovationsmanagements</p> <p>Offener Ansatz des Innovationsmanagements</p> <p>Methodenanleitung Kreativitätstechniken</p> <p>Der Übergang von der kreativen Konzeptphase zum Innovations-Projektmanagement</p> <p><b>Strategische Ausrichtung und Cross-Cultural Innovation</b></p> <p>Visionen und Mission</p> <p>Das St. Galler Entrepreneurship-Modell</p> <p>Die Grundkonzepte strategischen Handelns</p> <p>Das Geschäftsmodell Business Canvas</p> <p>Akzeptanz von Innovationen</p> <p><b>Best Practice im Cross-Cultural Innovation Management</b></p> <p>Open Innovation</p>
---------------	---

---



Erfolgsgeschichte Beiersdorf – Nivea  
„Hidden Champions“ – eine besondere Innovationskultur  
Hochleistungsteams im Sport um in Unternehmen  
Entwicklung einer Konzeptstudie zum Cross-Cultural Innovation  
Management

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
------------------------	--------

---

<b>Modulbausteine</b>	<b>PEW822 Studienbrief</b> Grundlagen Cross-Cultural Innovation mit <b>Onlineübung</b> <b>PEW823 Studienbrief</b> Cross-Cultural Innovation Management mit <b>Onlineübung</b> <b>PEW824 Studienbrief</b> Strategische Ausrichtung und Cross-Cultural Innovation mit <b>Onlineübung</b> <b>PEW825 Studienbrief</b> Best Practice im Cross-Cultural Innovation Management mit <b>Onlineübung</b> <b>Pflicht-Onlineübung</b>
-----------------------	---

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment (Entwicklung einer Konzeptstudie zum Cross-Cultural Innovation Management)
--------------------------	---

---

<b>Lernaufwand</b>	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
--------------------	---------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Daniel Markgraf
----------------------	-----------------

---

# PEW88 Innovations- und Technologieberatung 1

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
---------------------------	-----------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>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;</p> <p>Dimensionen und Phasen des Beratungsprozesses beurteilen;</p> <p>Aufgaben und Anforderungsprofile von Beratern ableiten;</p> <p>Berater als Förderer von Veränderungen verstehen und diese Rolle bei eigenen Beratungsansätzen konsequent umsetzen;</p> <p>ein Vorgehensmodell zur Bewertung des Erfolgs von Beratungsprozessen entwickeln.</p>
-----------------------	---

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Dimensionen des Beratungsprozesses</b></p> <p><b>Phasen im Beratungsprozess</b></p> <p>Kontakt und Einstieg</p> <p>Formulierung des Kontrakts und Aufbau einer Arbeitsbeziehung</p> <p>Definition des Problems und diagnostische Analyse</p> <p>Zielsetzung und Vorgehenspläne</p> <p>Durchführung und Erfolgskontrolle</p> <p>Sicherung der Kontinuität</p> <p><b>Interventionen: Entscheidungen treffen und Qualität sichern</b></p> <p>Checkliste für die Entscheidungsfindung</p> <p>Interventionsmatrix</p> <p>Weitere erfolgsrelevante Faktoren</p> <p>Qualitätssicherung</p> <p>Schlussüberlegungen</p> <p><b>Aufgaben und Profil eines Beraters</b></p> <p>Rollenbeschreibungen</p> <p>Kriterien für die Wahl einer Beraterrolle</p> <p><b>Ethik der Beratung</b></p> <p>Professionalität</p> <p>Quellen ethischer Richtlinien</p> <p>Auswahl ethischer Verhaltensregeln</p> <p>Anwendung eines Ehrenkodexes</p> <p>Beispiele für ethische Beratungskonflikte</p> <p>Manipulation</p> <p>Ethische Konflikte bei internen und externen Beratern</p> <p>Methodische Werte als Leitlinie für Interventionen</p> <p><b>Gestaltung partizipativen Lernens</b></p> <p>Erwartungen der Klienten an den Lernprozess</p> <p>Verbindungsmodell zur Erfüllung von Lernerwartungen</p>
---------------	--

---





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

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
<b>Modulbausteine</b>	<b>Online-Recherchen</b> <b>ABWI033-EL Fachbuch</b> Lippitt, Gordon; Lippitt, Ronald: Beratung als Prozess. Was Berater und ihre Kunden wissen sollten. E-Book
<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment

---

**Lernaufwand** 125 Stunden, 5 Leistungspunkte

---

**Sprache** Deutsch

---

**Studienleiter** Günther Würtz

---



## PEW90 Innovations- und Technologieberatung 2

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
<b>Kompetenzziele</b>	<p>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;</p> <p>Maßstäbe für die Ethik der Beratung beurteilen und auf eigene Dienstleistungen anwenden;</p> <p>für ein Fallbeispiel ein Beratungskonzept zum Technologie- und Innovationsmanagement entwickeln.</p>
<b>Inhalt</b>	<p><b>Ethik der Beratung</b></p> <p>Professionalität</p> <p>Quellen ethischer Richtlinien</p> <p>Auswahl ethischer Verhaltensregeln</p> <p>Anwendung eines Ehrenkodexes</p> <p>Beispiele für ethische Beratungskonflikte</p> <p>Manipulation</p> <p>Ethische Konflikte bei internen und externen Beratern</p> <p>Methodische Werte als Leitlinien für Interventionen</p> <p><b>Entwicklung eines Beratungskonzepts</b></p> <p>Auswahl eines Fallbeispiels</p> <p>Entwicklung eines Beratungskonzeptes für ein Fallbeispiel zum Technologie- und Innovationsmanagement</p> <p>Kritische Prüfung des eigenen Vorgehens</p>
<b>Voraussetzungen</b>	Fortgeschrittene Kenntnisse zum Innovations- und Technologie-Management
<b>Modulbausteine</b>	<p><b>Online-Recherchen</b></p> <p><b>ABWI033-EL Fachbuch</b> Lippitt, Gordon, Lippitt, Ronald: Beratung als Prozess. Was Berater und ihre Kunden wissen sollten. E-Book</p> <p><b>Pflicht-Onlineübung</b></p>
<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment (Entwicklung eines Beratungskonzeptes für ein Fallbeispiel)
<b>Lernaufwand</b>	250 Stunden, 10 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Günther Würtz

# SQF61 Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Systemische Kompetenz
<b>Kompetenzziele</b>	<p>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.</p> <p>Hierauf werden die „Werkzeuge“ der Datenerhebung (Beobachtung, Befragung und Inhaltsanalyse) problembezogen angewandt und umgesetzt.</p> <p>Weiterhin beherrschen die Studierenden die Datenauswertung mit der Planung von multivarianten Analysemethoden sowie die Strukturierung der notwendigen Arbeitsschritte.</p> <p>Sie analysieren die Gütekriterien für Datengewinnung und schätzen die Probleme der einzelnen Methoden ab.</p>
<b>Inhalt</b>	<p><b>Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen</b> Wissenschaftstheorie – Eine Einführung Wissenschaftliche Methoden</p> <p><b>Ein Forschungsprojekt planen</b> Forschungsplanung – Erste Arbeitsschritte Operationalisierung Auswahlverfahren</p> <p><b>Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten</b> Forschungsdurchführung Forschungsauswertung</p>
<b>Voraussetzungen</b>	Grundkenntnisse in Statistik und Kenntnisse in MS-Excel
<b>Modulbausteine</b>	<p><b>Orientierungswerkstatt</b> (1 Tag + 2 x 0,5 Tage Präsenzseminar + 2 Stunden Onlineseminar)</p> <p><b>SQF601 Studienbrief</b> Grundlagen der Wissenschaftstheorie verstehen</p> <p><b>SQF602 Studienbrief</b> Ein Forschungsprojekt planen</p> <p><b>SQF603 Studienbrief</b> Ein Forschungsprojekt durchführen und auswerten</p> <p><b>SQFA604-EL Hörbuch</b> zu den Studienbriefen SQF601-SQF603</p> <p><b>Einsendeaufgaben</b> zu den Studienbriefen SQF601-603</p> <p><b>SQLD302-VH Download</b> Vorgaben für wissenschaftliche Studien- und Abschlussarbeiten bei AKAD</p>
<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte



**Sprache** Deutsch

---

**Studienleiter** Prof. Dr. Marianne Blumentritt

---

# UFM87 Produkt- und Prozessmanagement für Industrie 4.0

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
<b>Kompetenzziele</b>	<p>Das Instrument der Wertkette nach M. E. Porter bei der strategischen Geschäftsprozessanalyse einsetzen;</p> <p>informationstechnische Aspekte der Prozessgestaltung einordnen und situationsgerecht beurteilen;</p> <p>Instrumente zur Analyse und Beurteilung von Geschäftsprozessen erläutern und zielorientiert anwenden;</p> <p>bei der Analyse und (prozessorientierten) Umgestaltung von Organisationen mitarbeiten, insbesondere beim Business Process Reengineering;</p> <p>Grundlagen, Ziele und Prozess des Produktmanagements verdeutlichen; den Prozess und die Organisation des Produktmanagements gestalten und auf einzelne Gestaltungsobjekte konkret anwenden;</p> <p>Besonderheiten des Produkt- und Prozessmanagements für Industrie 4.0 ableiten und bei eigenen Aufgaben berücksichtigen.</p>
<b>Inhalt</b>	<p><b>Grundlagen, Ziele und Prozess des Produktmanagements</b></p> <p>Entwicklungslinien des Produktmanagements</p> <p>Ziele, Aufgaben und Funktionen des Produktmanagements</p> <p>Prozess des Produktmanagements</p> <p><b>Organisation, Träger und Gestaltungsfelder des Produktmanagements</b></p> <p>Organisation und Trägerschaft des Produktmanagements</p> <p>Gestaltungsfelder des Produktmanagements</p> <p>Fallbeispiele zum Produktmanagement</p> <p>Aktuelle Trends und Ausblick</p> <p><b>Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen</b></p> <p>Modelle, Modellierung</p> <p>Prozessmodelle, Prozessmodellierung</p> <p>Ist- und Sollmodellierung</p> <p>Methode EPK</p> <p>Methode BPMN</p> <p>Vertikale Dimension der Prozessmodellierung</p> <p><b>Ausgewählte Problembereiche des Geschäftsprozessmanagements</b></p> <p>Reifegrade von Geschäftsprozessen</p> <p>Referenzprozessmodelle</p> <p>IT-Unterstützung der Projektentwicklung</p> <p>Vorgehensmodell für die Einführung des GPM</p> <p>Geschäftsprozessmanagement heute und morgen</p> <p><b>Industrie 4.0 – Strategisches Technologiemanagement</b></p>

---



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

---

<b>Voraussetzungen</b>	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensführung
<b>Modulbausteine</b>	<p><b>UFU607 Studienbrief</b> Grundlagen, Ziele und Prozess des Produktmanagements mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>UFU608 Studienbrief</b> Organisation, Träger und Gestaltungsfelder des Produktmanagements mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>ORG202 Studienbrief</b> Modellierung und Dokumentation von Geschäftsprozessen mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>ORG203 Studienbrief</b> Ausgewählte Problembereiche des Geschäftsprozessmanagements mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>ABWI034-EL Fachbuch</b> 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</p> <p><b>ABWI035-EL Fachbuch</b> 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</p>
<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment

---

**Lernaufwand** 125 Stunden, 5 Leistungspunkte

---

**Sprache** Deutsch

---

**Studienleiter** Tobias Specker

---





## UFM88 Digitalisierung und ethische Verantwortung von Unternehmen

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>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.</p> <p>Dies impliziert auch die Fähigkeit, kritische Einschätzungen zur Digitalisierung zu erläutern und zu beurteilen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Guidelines der EU für Ansätze vertrauenswürdiger Intelligenz und leiten dadurch die Umsetzung in die betriebliche Praxis ab.</p> <p>Darüber hinaus werden wirtschaftsethische Grundsätze auf Beispiele komplexer und konkreter Unternehmens- und Managementsituationen analysiert und angewandt.</p> <p>Weiterhin werden Kenntnisse vermittelt, um die Auswirkungen des gesellschaftlichen Wertewandels auf das Management von Unternehmen und auf die Personalführung kritisch zu reflektieren.</p>
-----------------------	---

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Was ist der Mensch im digitalen Zeitalter</b></p> <p>Was ist der Mensch? Abriss ideengeschichtlicher Entwürfe an Wendepunkten der Menschheitsgeschichte</p> <p>Was bedeutet die Digitalisierung für den Menschen?</p> <p>Die Rolle des Gewissens in der Digitalisierung</p> <p>Bildung als Schlüssel für sinnvolles menschliches Leben im digitalen Zeitalter</p> <p><b>Kritische Einschätzungen zur Digitalisierung</b></p> <p>Der Wunsch, Gutes zu tun – heute ein Risiko?</p> <p>Ständig online – wie das Internet unser Leben verändert</p> <p>Verbale Entgleisungen auf Facebook mit tödlichen Folgen</p> <p>Bequemlichkeit 4.0 – die schrittweise Evolution zur Häppchengesellschaft</p> <p>Sucht nach Neuem und die Angst vor Veränderung</p> <p>Angriff von Social Bots und Trollarmeen</p> <p>Überforderung durch Datenflut</p> <p><b>Philosophie und Ökonomie – Ethik der Rahmenordnung</b></p> <p>Die philosophischen Grundlagen der Ökonomie und ihr wirtschaftsgeschichtlicher Hintergrund</p> <p>Die Epochen der abendländischen Philosophie und die wirtschaftswissenschaftlichen Theorien</p> <p>Moral, Ethik und angewandte Ethik</p> <p>Die Wirtschaftsethik</p> <p><b>Ethik korporativen Handelns</b></p> <p>Korporative Verantwortung</p> <p>Ethik korporativen Handelns</p>
---------------	--

---

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.

---

<b>Voraussetzungen</b>	Prinzipien der Digitalisierung Grundprinzipien der Wirtschaftsethik
<b>Modulbausteine</b>	<b>ABWI036-EL Fachbuch</b> Fürst, Ronny Alexander: Gestaltung und Management der digitalen Transformation. Ökonomische, kulturelle, gesellschaftliche und technologische Perspektiven. E-Book <b>Guidelines der EU</b> The European Commission's High Level Expert Group on Artificial Intelligence: Draft Ethics Guidelines for Trustworthy AI. Working Document for stakeholder's consultation ( <a href="https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/draft-ethics-guidelines-trustworthy-ai">https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/draft-ethics-guidelines-trustworthy-ai</a> ) <b>ABWI037-EL Fachbuch</b> Ternès Anabel; Hagemes, Hans-Peter: Die Digitalisierung frisst ihre User. Der digitale Wahnsinn und wie sie ihn beherrschen. E-Book
<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Ulrich Kreutle

---



## UFM89 Management von Teamwork, Kollaboration und Veränderungsprozessen

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>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.</p> <p>Weiterhin können sie hybride Arbeitskulturen und die daraus entstehenden Anforderungen und Freiräume einordnen und auf eigene Arbeitsbedingungen als Führungskraft oder Mitarbeiter übertragen.</p> <p>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.</p> <p>Sie kennen die Prinzipien der digitalen Führung, sodass sie eigenständig Umsetzungskonzepte entwerfen und für eigene Aufgaben nutzen.</p> <p>Mithilfe von Online-Recherchen werden elektronische Instrumente für das Management von Teamwork und Kollaboration ausgewählt und deren Funktionalität sowie Anwendungsmöglichkeiten bewertet.</p> <p>Nach der Bewertung dieser Instrumente werden sie für den Einsatz in der Praxis für Umsetzungskonzepte zusammengestellt.</p>
-----------------------	--

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Kommunikation in Technologieunternehmen</b></p> <p>Merkmale mittelständischer Technologieunternehmen</p> <p>Agilität als Motor</p> <p>Nachteile einer hierarchischen Kommunikationsorganisation</p> <p>Kommunikation in Netzwerken</p> <p>Prozesse zur Verbesserung der internen Unternehmenskommunikation</p> <p>Tools und Übermittlungswege auswählen und aufeinander abstimmen</p> <p><b>Wissens- und Innovationsmanagement</b></p> <p>Organisationales Wissen als Innovationspotenzial erkennen und nutzen</p> <p>Offene Innovationsprozesse unterstützen</p> <p>Fallbeispiele</p> <p><b>Digitale Führung</b></p> <p>Digitale Arbeitswelten – Schöne neue Werte?</p> <p>Hybride Arbeitskulturen</p> <p>Die digitale Führungskompetenz</p> <p><b>Grundlagen der digitalen Kollaboration</b></p> <p>Digitale Plattformen: eine erste Annäherung und Analyse</p> <p>Modelle zur Analyse von Plattform-Unternehmungen</p> <p>Crowdsourcing als Basis vieler Plattformen</p> <p>Transformationale Produkte</p>
---------------	---

---

# 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

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
------------------------	--------

---

<b>Modulbausteine</b>	<p><b>ABWI038-EL Fachbuch</b> Aengenheyster, Sandra; Dörr, Kim Miriam (Hrsg.): Praxishandbuch IT-Kommunikation. Kapitel 15. E-Book</p> <p><b>ABWI039-EL Fachbuch</b> Buchholz, Ulrike; Knorre, Susanne: Interne Kommunikation und Unternehmensführung. Theorie und Praxis eines kommunikationszentrierten Managements. Kapitel 12. E-Book</p> <p><b>ABWI040-EL Fachbuch</b> Ciesielski, Martin A.; Schutz, Thomas: Digitale Führung. Wie die neuen Technologien unsere Zusammenarbeit wertvoller machen. Kapitel 1, 2 und 5. E-Book</p> <p><b>DIT451 Studienbrief</b> Grundlagen der digitalen Kollaboration mit <b>Onlineübung</b></p> <p><b>DIT453-BH Begleitheft</b> Management von Teamwork, Kollaboration und Veränderungsprozessen</p> <p><b>ABWI041-EL Fachbuch</b> Lauer, Thomas: Change Management. Grundlagen und Erfolgsfaktoren. Kapitel 8 und 9. E-Book</p>
-----------------------	--

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
--------------------------	------------

---

<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
--------------------	--------------------------------

---

<b>Sprache</b>	Deutsch
----------------	---------

---

<b>Studienleiter</b>	Ulrich Kreutle
----------------------	----------------

---



## UFU67 Forschungs- und Entwicklungsmanagement

---

<b>Kompetenzzuordnung</b>	Wissensvertiefung
---------------------------	-------------------

---

<b>Kompetenzziele</b>	<p>Die Studierenden kennen die Grundlagen und Erscheinungsformen des Forschungs- und Entwicklungsmanagements und können die Bedeutung von Forschung und Entwicklung für Volkswirtschaft und Unternehmen einschätzen;</p> <p>Sie können die Instrumente und Methoden der Forschungs- und Entwicklungsplanung, des Forschungs- und Entwicklungsprojektmanagements und -controlling vergleichen, für betriebliche Fragestellungen auswählen und einsetzen.</p> <p>Sie können die Organisation von Forschung und Entwicklung im Unternehmen entwickeln.</p> <p>Sie kennen die Möglichkeiten externer Forschung und Entwicklung sowie von Forschungsk Kooperationen und der Forschungsfinanzierung und -förderung und können die Nutzungsmöglichkeiten für eigene Vorhaben verdeutlichen.</p>
-----------------------	--

---

<b>Inhalt</b>	<p><b>Grundlagen</b></p> <p>Begriffsverständnis, Abgrenzungen, Erscheinungsformen von Forschung und Entwicklung</p> <p>Die Bedeutung von F&amp;E für den Wirtschaftsstandort Deutschland</p> <p>Grundlagen des F&amp;E-Managements</p> <p>Die F&amp;E-Strategie</p> <p><b>Forschungs- und Entwicklungsmanagement im Unternehmen</b></p> <p>F&amp;E-Organisationsmodelle (Struktur)</p> <p>Strategisches und operatives F&amp;E-Management</p> <p>F&amp;E-Budgetierung</p> <p>Erfindungen im F&amp;E-Bereich</p> <p>Zusammenarbeit des F&amp;E-Bereichs mit externen Partnern</p> <p>Internationalisierung der F&amp;E-Tätigkeiten</p> <p><b>Instrumente des Forschungs- und Entwicklungsmanagements</b></p> <p>Forschungs- und Entwicklungsplanung</p> <p>F&amp;E-Controlling</p> <p>F&amp;E-Projektmanagement</p> <p>Spezifische Methoden des F&amp;E-Managements</p>
---------------	--

---

<b>Voraussetzungen</b>	Keine.
------------------------	--------

---

<b>Modulbausteine</b>	<p><b>UFU609 Studienbrief Grundlagen des F&amp;E-Managements mit Einsendeaufgabe</b></p> <p><b>UFU610 Studienbrief Forschungs- und Entwicklungsmanagement im Unternehmen mit Einsendeaufgabe</b></p>
-----------------------	--

---

**UFU611 Studienbrief** Instrumente des Forschungs- und  
Entwicklungsmanagements mit **Einsendeaufgabe**

---

<b>Kompetenznachweis</b>	Assignment
<b>Lernaufwand</b>	125 Stunden, 5 Leistungspunkte
<b>Sprache</b>	Deutsch
<b>Studienleiter</b>	Dr. Robert Rossberger

---