

MODULHANDBUCH

Bachelorstudiengang

„Technisches Management und Marketing“

Abschluss: Bachelor of Science

– 1. September 2014 bis 31. August 2015 –

Inhalt

Mathematische und Technische Grundlagen.....	1
Grundzüge der Unternehmensführung.....	4
Grundlagen Marketing und BWL.....	7
Steuerungskompetenzen Management	9
Konstruktion und Entwicklung	12
Simulation und Stochastik.....	15
Markt und Geld.....	18
Management und Marketing I.....	21
Steuerungskompetenzen Kommunikation.....	25
Grundlagen des Risikomanagement.....	28
Unternehmensplanung	31
Management und Marketing II.....	34
Changemanagement & Businesssoftware I	37
Produktion & Monitoring.....	39
Technologie und Marketing.....	42
Unternehmenssteuerung.....	44
Studienschwerpunkt I: Risikomanagement	48
Studienschwerpunkt I: Green Business	51
Studienschwerpunkt I: Technologiemarketing.....	54
Diversity & Businesssoftware II	57
Praxis-/Auslandssemester.....	59
Projektarbeit	61
Studienschwerpunkt II: Risikomanagement	63
Studienschwerpunkt II: Green Business	66
Studienschwerpunkt II: Technologiemarketing.....	68
Strategie und Patente.....	69
Psychologie & Organisation	72
Bachelorarbeit	74
Studienschwerpunkt III: Risikomanagement	76
Studienschwerpunkt III: Green Business	79
Studienschwerpunkt III: Technologiemarketing.....	81
Corporate & Customer Management	82

Modulbezeichnung	Mathematische und Technische Grundlagen
Modulkürzel	TMM-B-1-1.01
Modulverantwortlicher	Mathias Krause

SWS	10	Präsenzzeit	150 Stunden
Selbststudium	210 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	360 Stunden	ECTS	12

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegendes Wissen über naturwissenschaftliche Prinzipien und die Fähigkeit, diese in einen unternehmerischen und technologischen Kontext zu setzen. - Kenntnisse im formalen und systematischen Arbeiten, dem Erschließen logisch-analytischer Denkweisen und die Fähigkeit zur Kommunikation formalisierter Zusammenhänge. <p>Mathematik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis mathematischer Ideen und das Beherrschen der mathematischen Terminologie, die zur Analyse von anwendungsorientierten mathematischen Modellen notwendig ist - Grundlegendes Wissen über die strukturelle Analyse der mathematischen Modelle, die in den Ingenieur-, Natur-, und Wirtschaftswissenschaften zur Anwendung kommen
Inhalte	<p>Submodul Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ausgewählte Grundkenntnisse aus den Fachgebieten der Messtechnik (Maß- & Einheitensystem), Mechanik (Statik, Kinematik, Dynamik, Wellen & Schwingungen), Optik (Farbspektrum & Brechungsgesetze), Thermodynamik (Gastheorie, 1. & 2. Hauptsatz, Wärmeleitung) und Elektrizitätslehre (Gleich- & Wechselstrom, elektrische & magnetische Felder) - Fähigkeiten zu exemplarischer Darstellung der ingenieurwissenschaftlichen Grundlagen anhand praxisorientierter technischer Anwendungen <p>Submodul Wirtschaftsmathematik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mathematische Terminologie und Techniken aus der Analysis - Elementare Rechenmethoden und Funktionen - Differentialrechnung mit einer Veränderlichen - Integralrechnung einer Veränderlichen - finanzmathematische Grundelemente

	<ul style="list-style-type: none"> - Investitions- und Finanzierungsrechnung - Zinsen, Raten, Renten, Tilgungen, Abschreibungen - Ökonomische Funktionen und deren Anwendungen
Teilnahmevoraussetzungen	Schulkenntnisse in Mathematik, Physik und Chemie
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Jeweils eine Klausur über die Inhalte des jeweiligen Submoduls Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen und über die Inhalte des Submoduls Wirtschaftsmathematik.
Lehrformen	<p>Vorlesung:</p> <p>Submodul Wirtschaftsmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Höhere Mathematik I - Wirtschaftsmathematik <p>Submodul Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen - Technische Anwendungen <p>Übung:</p> <p>Submodul Wirtschaftsmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Höhere Mathematik I - Wirtschaftsmathematik <p>Submodul Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> - Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz - praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Submodul Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) TIPLER, P.A., MOSCA, G. (2009). Physik. Spektrum Akademischer Verlag. 6.Auflage. (ISBN-10: 382741945X) 2) DOUGLAS, C. GIANCOLI, (2009). Physik. Pearson Studium. ISBN: 978-3-8689-4023-7 3) Bachelor-Trainer Physik: Aufgaben und Fragen mit Lösungen zum Lehrbuch von Tipler/Mosca Physik 6. ISBN-13: 978-3827420497 4) Skript zur Vorlesung <p>Submodul Wirtschaftsmathematik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) AUER, B., SEITZ, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik. Springer Gabler. ISBN 978-3-6580-2733-9 2) PAPULA, L. (2009). Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-

	<p>0545-4 3) SYDSAETER, K., HAMMOND, P. (2009). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7058-7 4) TIETZE, J. (2006). Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0283-5 5) TIETZE, J. (2009). Einführung in die Finanzmathematik. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0467-9 (E-Book) 6) Vorlesungsskripte</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	1. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	360/150/210
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>12/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ($K = 0.5 \times \text{CP des Moduls}$) angerechnet.</p>

Modulbezeichnung	Grundzüge der Unternehmensführung
Modulkürzel	TMM-B-1-1.02
Modulverantwortlicher	Jens Thorn

SWS	5	Präsenzzeit	75 Stunden
Selbststudium	105 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Submodul Rechnungswesen/KLR:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der betrieblichen Buchhaltung - Grundlagen des handelsrechtlichen und des steuerrechtlichen Jahresabschlusses. - Bedeutung von Jahresabschlüssen - - Inhalt eines Jahresabschlusses kennen, verstehen und in Grundzügen interpretieren - Grundlagen der Kostenrechnung kennen, verstehen und anwenden <p>Submodul Unternehmensrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die Struktur und Funktionsweise des deutschen Rechtssystems - Erwerben grundlegender Erkenntnisse im Wirtschaftsprivatrecht, im Bürgerlichen Recht sowie im Unternehmensrecht - Sensibilisierung für rechtliche Risiken und Hürden im Berufsalltag - Erlernen der rechtzeitigen Anwendung rechtlichlicher Schritte - Einfache juristische Fallkonstellationen selbständig bewerten und lösen
Inhalte	<p>Submodul Rechnungswesen/KLR:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen der Buchführung und Bilanzierung - Nationale und internationale Rechnungslegungsnormen - System der doppelten Buchführung - Grund-, Haupt- und Nebenbücher - Bewertung von Anlage- und Umlaufvermögen, Abschreibung - Bilanzierung des Eigen- und Fremdkapitals - Gewinn- und Verlustrechnung - Einzelprobleme beim Jahresabschluss

	<ul style="list-style-type: none"> - Industrielles Rechnungswesen - Erfolgsanalyse und Kennzahlen - Grundlagen der Kostenrechnung <p>Submodul Unternehmensrecht:</p> <p>1. Einführung in das Wirtschaftsprivatrecht (Inhalte sind z.B.: -Rechtsgebiete Privates und Öffentliches Recht, das deutsche Rechtssystem - die Struktur der Gerichtsbarkeit, -Rechtsquellen des Privatrechts, Privatautonomie)</p> <p>2. Grundlagen des bürgerlichen Rechts (Inhalte sind z.B.: -Aufbau und Systematik des Bürgerlichen Gesetzbuches, Rechts-, Geschäfts- und Deliktsfähigkeit, Zustandekommen von Verträgen, Recht der Willenserklärungen, Grundbegriffe im Schuldrecht, Vertragliche und gesetzliche Schuldverhältnisse, Pflichten im Schuldverhältnis)</p> <p>3. Grundlagen des Unternehmensrechts (Inhalte sind z.B.: - Vergleich der wichtigsten Personen- und Kapitalgesellschaften (GbR, OHG, KG, GmbH & Co. KG, GmbH, UG, AG, KGaA): - Gründung und Gründungsphasen - Eintragung in das Handelsregister - Haftung der Gesellschafter - Organe - Vertretung der Gesellschaft - Publizitätspflicht - Besteuerung - Auflösung der Gesellschaft</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand vorgegebener Literatur
Prüfungsform(en)	Jeweils eine Klausur über die Inhalte des jeweiligen Submoduls Rechnungswesen/KLR und des Submoduls Unternehmensrecht
Lehrformen	<p>Vorlesung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Submodul Rechnungswesen/KLR - Submodul Unternehmensrecht <p>Übung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Submodul Rechnungswesen/KLR:
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> - Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz - praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung

<p>Bibliographie/Literatur</p>	<p>Submodul Rechnungswesen/KLR:</p> <p>Schäfer-Kunz, Jan: Buchführung und Jahresabschluss, Stuttgart 2011, ISBN: 978-3-7910-2737-1.</p> <p>Auer, Benjamin / Schmidt, Peer: Grundkurs Buchführung, 4. Auflage, Wiesbaden 2013, ISBN: 978-3-8349-3271-6.</p> <p>Jórasz, William: Kosten- und Leistungsrechnung, 5., überarbeitete Auflage, Stuttgart 2009, ISBN: 978-3-7910-2862-0.</p> <p>Weber, Jürgen / Weißenberger, Barbara E.: Einführung in das Rechnungswesen - Bilanzierung und Kostenrechnung, 8., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Stuttgart 2010, ISBN: 978-3-7910-2923-8.</p> <p>Döring, Ulrich / Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss – mit Aufgaben und Lösungen, 13., durchgesehene Auflage, Berlin 2013, ISBN: 978-3-5031-4444-0.</p> <p>Submodul Unternehmensrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veranstaltungsfolien (Skript) und -mitschrift - Mehrings, Jos: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, München: Vahlen Verlag, 2010 ISBN-10: 3800637944 - Schäfer, Carsten: Gesellschaftsrecht, München: Beck-Verlag, 2011 ISBN-10: 340661499X - Bürgerliches Gesetzbuch BGB, Beck-Texte im dtv, 2011 ISBN-10: 3423050012 - Gesellschaftsrecht, Beck-Texte im dtv, 2011 ISBN-10: 3423055855 - Hemmer, Kai-Edmund; Wüst, Achim: Privatrecht für BWLer, WiWis und Steuerberater, Würzburg: Verlag Hemmer/Wüst, 2011 ISBN-10: 3861930617 - Klunzinger, Eugen: Einführung in das Bürgerliche Recht, München: Vahlen Verlag, 2011 ISBN 10: 3800638649
<p>Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer</p>	<p>1. Semester / Wintersemester / 1 Semester</p>
<p>Workload/Kontaktzeit/Selbststudium</p>	<p>180/75/105</p>
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>	<p>Keine</p>
<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>	<p>6/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K (K=0,5 x CP des Moduls) angerechnet.</p>

Modulbezeichnung	Grundlagen Marketing und BWL
Modulkürzel	TMM-B-1-1.03
Modulverantwortlicher	Thomas Heiland

SWS	6	Präsenzzeit	90 Stunden
Selbststudium	150 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	240 Stunden	ECTS	8

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Einführung Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis für die Grundbegriffe des Marketings - Einübung von wichtigen Konzepten - Anwendung der bedeutendsten Werkzeuge in der unternehmerischen Praxis (z.B. Hightech-Unternehmen) <p>Einführung BWL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis für die Grundbegriffe der BWL - Einübung von wichtigen Konzepten - Anwendung der bedeutendsten Werkzeuge in der unternehmerischen Praxis (z.B. Hightech-Unternehmen) - Aneignung von grundlegendem Wissen über die Funktionsweisen von Unternehmen
Inhalte	<p>Einführung BWL:</p> <p>Inhalte sind z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre - Entscheidungstheorie - Standortentscheidungen - Rechtsformentscheidungen - Zwischenbetriebliche Zusammenarbeit - Unternehmensverfassung - Controlling - Organisation - Personalwirtschaft <p>Einführung Marketing:</p> <p>Inhalte sind z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen des Marketing - Unternehmerische Voraussetzungen für marktorientiertes Handeln

	<ul style="list-style-type: none"> - Marketingziele und Marketingstrategien - Marketing-Mix - Produktpolitik - Preispolitik - Kommunikationspolitik - Distributionspolitik
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Einführung BWL und Einführung Marketing
Lehrformen	<p>Einführung BWL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übung <p>Einführung Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> - Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz - praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Grundlagen BWL:</p> <p>Verlag Schäffer-Poeschel: Vahs, Dietmar/Schäfer-Kunz, Jan - Einführung in die BWL (2012) ISBN-10: 978-3-7910-2932-0.</p> <p>Verlag Schäffer-Poeschel: Balderjahn/Specht: Einführung in die BWL (6. Aufl.), ISBN-13: 978-3-7910-3096-8.</p> <p>Oldenbourg Wissenschaftsverlag: Steven, Marion: BWL für Ingenieure (Bachelor-Ausgabe) ISBN-13: 978-3486706857.</p> <p>Grundlagen Marketing:</p> <p>Marketing: Einführung in Theorie und Praxis , Andreas Scharf; Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. (22. September 2009) ISBN-10: 3791026844</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	1. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/90/150
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K (K=0,5 x CP des Moduls) angerechnet.

Modulbezeichnung	Steuerungskompetenzen Management
Modulkürzel	TMM-B-1-1.04
Modulverantwortlicher	Annika Brüggemann

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	60 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	120 Stunden	ECTS	4

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Projektmanagement:</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> -sind mit Grundbegriffen und Vokabular des Projektmanagements vertraut -verfügen über die allgemeine Grundlagen für die Mitarbeit in sowie die Leitung von Projektteams - können wichtige Unterlagen des Projektmanagements selbstständig anfertigen und die dazu nötigen Vorarbeiten durchführen (z.B. Projektplanung) - haben aktiv in einem Projektteam mitgearbeitet und die Projektergebnisse präsentiert und diskutiert <p>Selbstmanagement:</p> <p>Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sind sich ihrer Handlungskompetenzen, Arbeitsstile und Persönlichkeitsausprägungen bewusst, - kennen optimale Lernstrategien und -methoden und können diese anwenden, - kennen Methoden, um berufliche und private Ziele zu erreichen, - kennen verschieden Motivationsarten und deren Wirkung auf Menschen, - können sich besser im Studienalltag organisieren und den Anforderungen gerecht werden, - analysieren ihr eigenes Zeitmanagement und optimieren es.
Inhalte	<p>Projektmanagement:</p> <p>Grundlagen des Projektmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terminplanung - Ressourcen-Management - Kosten-Management - Risiko-Management

	<ul style="list-style-type: none"> - Projektsteuerung und Überwachung - Kommunikation mit den Projektbeteiligten - Berichterstellung - Durchführung von Beispielprojekten <p>Selbstmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selbstreflexion - Lernen lernen - Ziele - Motivation - Zeitmanagement - Wissenschaftliches Arbeiten
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur
Lehrformen	<p>Projektmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Selbstmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> - Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz - Einzel- und Teamarbeiten, - Präsentation von in Teamarbeitbearbeiteten Aufgabenstellungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Skript der Vorlesung - Kuster, J. et.al.: Handbuch Projektmanagement , ISBN-10: 3540250409 - Litke, H.-D.: Projektmanagement - Handbuch für die Praxis. Konzepte - Instrumente - Umsetzung, ISBN-10: 3446229078 - Olfert, K./Steinbuch: Kompakt-Training Projektmanagement. ISBN-10: 347048595X <p>Selbstmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fuchs-Brüninghoff, Elisabeth; Gröner, Horst: Zusammenarbeit erfolgreich gestalten. Eine Anleitung mit Praxisbeispielen. München: Beck Wirtschaftsberater im dtv, 1999 ISBN-10: 3423508345 - Hofmann, Eberhardt; Löhle, Monika: Erfolgreich Lernen. Effiziente Lern- und Arbeitsstrategien für Schule, Studium und Beruf. Göttingen: Hogrefe, 2004 ISBN-10: 3801718255 - Seiwert, Lothar: Noch mehr Zeit für das Wesentliche: Zeitmanagement neu entdecken. München: Heinrich Hugendubel Verlag, 2006 ISBN-10: 3442170591

	<ul style="list-style-type: none"> - Schuler, Heinz: Lehrbuch der Personalpsychologie. Wien: Hogrefe, 2005 ISBN-10: 3801719340 - Tiefenbacher, Angelika: Selbstmanagement: gezielt organisieren und erfolgreich auftreten. München: Compact Verlag GmbH, 2010 ISBN-10: 381747718X
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	1. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	120/60/60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ($K=0,5 \times \text{CP des Moduls}$) angerechnet.

Modulbezeichnung	Konstruktion und Entwicklung
Modulkürzel	TMM-B-1-2.01
Modulverantwortlicher	Florian Berndt

SWS	5	Präsenzzeit	75 Stunden
Selbststudium	105 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Konstruktionslehre: Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technische Zeichnungen lesen, verstehen und normgerecht selbst erstellen. - Bauteile und Baugruppen zeichnen (auch als Handskizze) und funktions- oder fertigungsgerecht bemaßen. - die grundlegenden Begriffe und Definitionen der Cxx-Techniken verstehen - einen Einblick in die historische Entwicklung von CAD-Systemen gewinnen. - am Beispiel einer modernen Software können die Grundlagen des dreidimensionalen Konstruierens sowie die anschließende Erstellung von Baugruppen in die Praxis transferieren. - die Struktur der Datenverwaltung erarbeiten und können diese auch sicher in Gruppen/Projekten ableiten. <p>- Die Studierenden kennen die Rolle der Konstrukteurin bzw. des Konstrukteurs in der Produktentwicklung. - Sie sind vertraut mit der typischen Form, Lage und Funktion wichtiger Norm- und Maschinenteile.</p> <p>Software für Ingenieure: Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - grundlegende Begriffe, Fragestellungen und Denkstrukturen der Informatik anwenden. - Grundlagen der Programmierung beherrschen. - Praktische Problemstellungen eigenständig mit Hilfe einer Programmiersprache lösen.
Inhalte	<p>Konstruktionslehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Darstellung von Werkstücken: (Inhalte sind z.B.: Maßstäbe, Linienarten, Ansichten, Schnittdarstellungen, Freihandskizze) - Bemaßung: (Inhalte sind z.B.: funktions-

	<p>/fertigungsbezogene Bemaßung, Normschrift)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oberflächenbeschaffenheit: (Inhalte sind z.B.:Kenngößen, Wärmebehandlung, Kanten) – - Toleranzen und Passungen: (Inhalte sind z.B.:Grundsätze, Maßtoleranzen, Form- und Lagetoleranzen). <p>Einführung in CAD: (Inhalte sind z.B.: Begriffsdefinitionen, Historie; Grundlegende Modellieretechniken: Primitivkörper, Extrudieren, Drehen, Normteile; Kombinierte Modellieretechniken und grundlegenden Funktionen: Schneiden, Hinzufügen, Fasen, Runden, Muster;Datenverwaltung: Fächer, Bibliotheken, Datenablage und Rechtevergabe; Baugruppenerstellung: Hierarchien, Instanzen, Bedingungen, Zusammenbau)</p> <p>Software für Ingenieure:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Begriffe, Fragestellungen und Denkstrukturen der Informatik - Grundlagen der Programmierung Zentrale Konzepte der Programmierung am Beispiel einer Programmiersprache - Eigenständige Lösung praktischer Problemstellungen
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand der empfohlenen Literatur Selbststudium im Computer-Pool
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltungen Konstruktionslehre sowie der Lehrveranstaltung Software für Ingenieure
Lehrformen	<p>Konstruktionslehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung und Praktikum <p>Software für Ingenieure:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung und Übung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Konstruktionslehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz - Übungen/Praktikum <p>Software für Ingenieure:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz - Interaktive Übungen am PC unter Anleitung und Demonstrationen- Betreute Übungen mit individueller Korrektur und Hinweisen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Konstruktionslehre:</p> <p>Hoischen, Technisches Zeichnen, Cornelsen Verlag, ISBN 978-3-589-24194-1</p>

	<p>Labisch/Weber, Technisches Zeichnen, Vieweg, ISBN 3-528-04961-8 SolidWorks, Pearson Studium, ISBN 978-3-8273-7367-0</p> <p>Software für Ingenieure:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deck, Neuendorf: Java-Grundkurs für Wirtschaftsinformatiker, Vieweg Verlag (2007), ISBN 9783528059156 (E-Book) - Herold, Lurz, Wohlrab: Grundlagen der Informatik, Pearson-Studium (2012), ISBN 9783868941111 - Burd: Java 7 für Dummies, Wiley-VCH Verlag (2012), ISBN 9783527707300 - Kofler, Michael und Nebelo, Ralf: Excel programmieren, Hanser (2014), ISBN 9783446438668 - Kolberg, Michael: Microsoft Excel 2013 auf einen Blick, O'Reilly (2013), ISBN 9783866458789
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	2. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/75/105
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ($K=0,5 \times \text{CP des Moduls}$) angerechnet.

Modulbezeichnung	Simulation und Stochastik
Modulkürzel	TMM-B-1-2.02
Modulverantwortlicher	Gabriele Wieczorek

SWS	6	Präsenzzeit	90 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	210 Stunden	ECTS	7

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Höhere Mathematik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis mathematischer Modelle als Hilfsmittel für unternehmerische und technologische Problemstellungen - Beherrschen der mathematischen Techniken und zielgerichteter Einsatz der Techniken vor dem Hintergrund ökonomischer/ingenieurwissenschaftlicher Fragestellungen - Vertiefende Kenntnisse im formalen und systematischen Arbeiten, dem Erschließen struktureller Zusammenhänge und Fähigkeit zur Kommunikation formalisierter Zusammenhänge <p>Statistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegendes Wissen über die Methoden aus der Deskriptiven Statistik zur Aufbereitung von Datenmaterial - Kenntnisse über die Anwendung der statistischen Methoden im Rahmen ökonomischer und naturwissenschaftlicher Fragestellungen
Inhalte	<p>Höhere Mathematik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Differential- und Integralrechnung in ökonomischen und ingenieurwissenschaftlichen Kontexten - Mathematische Terminologie und Techniken der linearen Algebra und der linearen Optimierung mit ökonomischem und technischem Anwendungsbezug - Grundbegriffe und ausgewählte Methoden der numerischen Mathematik <p>Statistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bedeutendste Begriffe der deskriptiven Statistik wie Merkmal, Merkmalsträger, Merkmalsausprägung, Grundgesamtheit und Stichprobe

	<ul style="list-style-type: none"> - Kriterien zur Beschreibung und Auswertung von eindimensionalem Datenmaterial anhand von Tabellen, Grafiken und statistischen Kennzahlen - Erfassen statistischer Erhebungen als 'mehrdimensionales' Datenmaterial, insbesondere grundlegende statistische Kenntnisse in der Beschreibung zweier Merkmale einer Grundgesamtheit und ihrer Auswertung
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Höhere Mathematik und der Lehrveranstaltung Statistik.
Lehrformen	<p>Höhere Mathematik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen <p>Statistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz, praktische Übung
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Höhere Mathematik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) AUER, B., SEITZ, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik. Springer Gabler. ISBN 978-3-6580-2733-9 2) SYDSAETER, K., HAMMOND, P. (2009). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7058-7 3) TIETZE, J. (2006). Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0283-5 4) TIETZE, J. (2009). Einführung in die Finanzmathematik. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0467-9 5) PAPULA, L. (2009). Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-0545-4 6) KNORRENSCHILD, M. (2013). Numerische Mathematik. Carl Hanser. ISBN 978-3-446-43233-8 7) Vorlesungsskript <p>Statistik</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) AUER, B., ROTTMANN, H. (2011). Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-2971-6 2) BAMBERG, G., BAUER, F., KRAPP, M. (2011). Statistik. Oldenbourg. ISBN 978-3-486-70258-3 3) BOSCH, K. (2010). Einführung in die angewandte Statistik. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-1229-2 4) HENZE, N. (2012). Stochastik für Einsteiger. ISBN 978-

	<p>3-8348-1845-4</p> <p>5) SCHIRA, J. (2005). Statistische Methoden der BWL und VWL. Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7163-8</p> <p>6) SCHLITTGEN, R. (2008). Einführung in die Statistik. Oldenbourg. ISBN 978-3-486-58774-6</p> <p>7) WEWEL, M. (2011). Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-054-1</p> <p>8) Vorlesungsskript</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	2. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	210/90/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	<p>7/210</p> <p>Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ($K = 0,5 \times \text{CP des Moduls}$) angerechnet.</p>

Modulbezeichnung	Markt und Geld
Modulkürzel	TMM-B-1-2.03
Modulverantwortlicher	Jens Thorn

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	90 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	150 Stunden	ECTS	5

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Einführung VWL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einübung des grundlegenden volkswirtschaftlichen Wissens - Beurteilung und Verständnis von Ereignissen im Bereich Wirtschaft - Kenntnisse über die Funktionsweise von Märkten - Entwicklung von unternehmerischen Handlungsoptionen in Hinblick auf das Verhalten in unsicheren Umwelten - Einordnung wirtschaftspolitischer Maßnahmen im Bereich der Finanzmärkte <p>Finanzierung und Investition:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aneignung der Grundlagen und Bedeutungen der heutigen Unternehmensfinanzierung - Kenntnisse über die zentralen Zahlungsmittelströme der betrieblichen Finanzwirtschaft (Eigenfinanzierung, Innenfinanzierung, Fremdfinanzierung) erwerben - Verständnis für grundlegende Verfahren der Investitionsrechnung entwickeln - Finanzwirtschaftliche Zusammenhänge, sowie grundlegende finanzwirtschaftliche Entscheidungen kennenlernen und beurteilen können. - Eigenständige Erarbeitung finanzwirtschaftlicher Planungsrechnungen - Selbstständige Durchführung von Investitionsrechnungen mit statistischen und dynamischen Verfahren
Inhalte	<p>Einführung VWL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forschungsgegenstände der Volkswirtschaftslehre und deren Methoden - Angebot, Nachfrage und Marktmechanismen - Wesentliche Voraussetzungen und Zusammenhänge für das Funktionieren einer Marktwirtschaft - Fälle von Marktversagen und potenzielle

	<p>Lösungsmöglichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wichtige makroökonomische Zusammenhänge <p>Finanzierung und Investition:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eigenfinanzierung - Innenfinanzierung - Fremdfinanzierung - Finanzwirtschaftliche Unternehmensanalyse - Investitionsrechnung - Finanzorganisation und -planung
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Einführung VWL und der Lehrveranstaltung Finanzierung und Investition
Lehrformen	<p>Einführung VWL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Finanzierung und Investition:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Einführung VWL: Mankiw, N. Gregory / Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5., überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 2012.</p> <p>Finanzierung und Investition: Becker, Hans Paul: Investition und Finanzierung - Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, 6., aktualisierte Auflage, Wiesbaden 2013. Bösch, Martin: Finanzwirtschaft - Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 2., aktualisierte Auflage, München 2013. Ermschel, Ulrich / Möbius, Christian / Wengert, Holger: Investition und Finanzierung, 3., durchgesehene und korrigierte Auflage, Berlin, Heidelberg u.a. 2013. Pape, Ulrich: Grundlagen der Finanzierung und Investition - mit Fallbeispielen und Übungen, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, München 2011. Zantow, Roger / Dinauer, Josef: Finanzwirtschaft des Unternehmens, 3., aktualisierte Auflage, München 2011.</p>

Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	2. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	150/60/90
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ($K=0,5 \times \text{CP des Moduls}$) angerechnet.

Modulbezeichnung	Management und Marketing I
Modulkürzel	TMM-B-1-2.04
Modulverantwortlicher	Thomas Heiland

SWS	7	Präsenzzeit	105 Stunden
Selbststudium	135 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	240 Stunden	ECTS	8

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Strategische Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse über die Aufgabenbereiche der Unternehmensführung und Anspruchsgruppen - Verständnis für die Aspekte des Corporate Governance - Grundverständnis für unternehmerisches Denken und Handeln - Überblick über verschiedene Strategiefindungsmethoden (Herangehensweisen, Prämissen, Möglichkeiten, Grenzen) - Praxisnahe und situationsbezogene Anwendung der erlernten Methoden in Strategieprozesse - Kennenlernen der Verbindungen von Visionen, Strategien und operativen Elementen innerhalb einer Organisation - Eigenständige Erarbeitung von unternehmerischen Prozessen <p>Marktforschung und Instrumente des Marketings:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kennenlernen der Methoden der Marktforschung/ Instrumente des Marketings, - Selbstständiges Erstellen von Marktforschungs-/Marketingaufgaben - Vertiefung der bisherigen Lehrinhalte aus dem Themengebiet Marketing, - Eigenverantwortliche und kreative Umsetzung von Marktforschungsideen <p>Wirtschaftsinformatik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe und Motivation der Wirtschaftsinformatik kennen. - Technische Grundlagen (Rechner, Netze, Software) der Wirtschaftsinformatik verstehen. - Verwendung von relationalen Datenbanken - Kenntnisse von Grundbegriffen eines Data Warehouse
----------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Verständnis für den Begriff des Geschäftsprozesses entwickeln. - Ereignisgesteuerte Prozessketten (EPK) lesen und erstellen können.
Inhalte	<p>Strategische Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategische Position einer Organisation - Strategische Wahlmöglichkeiten (z. B. abnehmer- bzw. konkurrenzgerichtete Marketingstrategien als strategische Wahlmöglichkeiten) - Strategien und Strategiefindungsprozesse - Anwendung / Umsetzung von Strategien - Implementierungsprozesse <p>Marktforschung und Instrumente des Marketings:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketingforschung - Zukunftsforschung - Informationen - Praktische Marktforschung - Produktpolitik - Preispolitik - Kommunikationspolitik - Distributionspolitik <p>Wirtschaftsinformatik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung, Einordnung und Motivation der Wirtschaftsinformatik. - Technische Grundlagen: Rechnerarchitektur, Digitale Datenverarbeitung, Rechnernetze. - Begriffshierarchie Daten, Informationen, Wissen. Wissensmanagement im Unternehmen. - Software und Anwendungssysteme im betrieblichen Umfeld. - Unternehmensorganisation und Geschäftsprozesse. - Einsatz und Funktionsweise von Datenbanken
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Strategische Unternehmensführung, Lehrveranstaltung Marktforschung und Instrumente des Marketings und der Lehrveranstaltung der Wirtschaftsinformatik
Lehrformen	<p>Strategische Unternehmensführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Marktforschung und Instrumente des Marketings:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen

	<p>Wirtschaftsinformatik: - Vorlesung, Übungen</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz, praktische Übungen, Seminararbeit</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Bestandene Modulteilprüfungen</p>
Bibliographie/Literatur	<p>Strategische Unternehmensführung:</p> <p>Johnson, Scholes, Whittington, Strategisches Management, München, Verlag: Pearson, 9. Auflage (1. April 2011) ISBN-10: 3868940561</p> <p>Dietmar Vahs, Einführung in die Betriebswirtschaftslehre: Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen, Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 5., überarbeitete und erweiterte Auflage. (9. August 2007). ISBN-10: 3791026615;</p> <p>Marktforschung/Instrumente des Marketing:</p> <p>Marketing: Einführung in Theorie und Praxis, Andreas Scharf/Bernd Schubert/Patrick Hehn, Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 5., überarbeitete und aktualisierte Auflage (2012) ISBN-978-3-7910-3215-3.</p> <p>Wirtschaftsinformatik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Basiswissen Wirtschaftsinformatik, Roland Gabriel, Peter Weber, Nadja Schroer, Thomas Lux, W3L Verlag, Herdecke, 2012. - Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, Peter Mertens et al, 11. Auflage, Springer Gabler, Berlin Heidelberg, 2012. - Daten- und Wissensmanagement, Freimut Bodendorf, 2. Auflage, Springer Verlag, Berlin, 2006. - Relationale Datenbanksysteme, Eine praktische Einführung, Peter Kleinschmidt, Christian Rank, 3. Auflage, Springer Verlag, Berlin, 2005. - Geschäftsprozessmanagement, Strategie, Entwurf, Implementierung, Controlling, Thomas Allweyer, W3L Verlag, Herdecke, 2007.
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	<p>2.Semester / Sommersemester / 1 Semester</p>
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	<p>240/105/135</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	<p>keine</p>

Stellenwert der Note für die Endnote	8/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ($K=0,5 \times \text{CP des Moduls}$) angerechnet.
--------------------------------------	--

Modulbezeichnung	Steuerungskompetenzen Kommunikation
Modulkürzel	TMM-B-1-2.05
Modulverantwortlicher	Anja Zenk

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	60 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	120 Stunden	ECTS	4

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Kommunikation/Präsentationstechniken:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Kommunikationsgrundlagen und können Methoden und Techniken der Kommunikation anwenden, - reflektieren Ihren eigenen Kommunikationsstil, - kennen die Wirkung von Körpersprache und den situationsgerechten Einsatz körpersprachlicher Mittel, - kennen visuelle und rhetorische Hilfsmittel für Präsentationen und können diese einsetzen. <p>Business Englisch:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - besitzen wirtschaftliches Fachvokabular - verfügen über die fachsprachlichen Grundlagen für das Verstehen von Texten aus dem Bereich Wirtschaft. - können ihr wirtschaftliches Fachvokabular im zukünftigen Berufsalltag und auf interanationaler Ebene im Arbeitsprozess integrieren - sind in der Lage, Artikel und Berichte über berufsbezogene Problematiken zu lesen, zu verstehen und sich dazu zu äußern - können Informationen wiedergeben und Argumente und Gegenargumente hinsichtlich eines bestimmten Standpunktes darlegen - sind verhandlungssicher - meistern kompetent Bewerbungssituationen
Inhalte	<p>Kommunikation/Präsentationstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationsgrundlagen - Gesprächstechniken - Grundlagen der Körpersprache - Präsentationstechniken

	<p>Business Englisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grammatik: Verben, Adjektive, Adverbien, Präposition, Konjunktion - Wortschatzerweiterung in Themenkreise wie: Kommunikation, Verhandlungen, Bewerbungen, Marketing, Management, etc. - Übersetzung von Texten und Artikeln in Alltags- und Berufssprache - Gesprächsführung und Dialoge auf Englisch - Textverständnis in gebräuchlicher Alltags- oder Berufssprache - Bewerbungstraining - Korrespondenz und Telefonieren
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur (die in der Vorlesung vermittelten Kenntnisse der Abfassung verschiedener Textformen werden geprüft) Präsentationen (praktische Umsetzung der Vorlesungs- und Übungsinhalte wird geprüft)
Lehrformen	<p>Kommunikation/Präsentationstechnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen <p>Business Englisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz, Einzel- und Teamarbeiten, Präsentation von in Teamarbeit bearbeiteten Aufgabenstellungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>1. Kommunikation/Präsentationstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Birkenbihl, Vera F.: Kommunikationstraining. München: mvgverlag, 2011 - Matschnig, Monika: Körpersprache. Verräterische Gesten und wirkungsvolle Signale. München: Gräfe und Unzer Verlag GmbH, 2007 - Pease, Allan&Barabara: Die kalte Schulter und der warme Händedruck. Ganz natürliche Erklärungen für die geheime Sprache unserer Körper. Berlin: Ullstein Buchverlage GmbH, 2006 - Reynolds, Garr: ZEN oder die Kunst der Präsentation. Mit einfachen Ideen gestalten und präsentieren. München: Addison-Wesley Verlag, 2008 - Rosenberg, Marshall B.: Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens. 9. Auflage. Paderborn: Junfermannsche Verlagsbuchhandlung, 2001 - Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 1981

	<ul style="list-style-type: none"> - Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden: Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung. Differenzielle Psychologie der Kommunikation. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 1981 - Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden: Das innere Team und situationsgerechte Kommunikation. Kommunikation, Person, Situation. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 1998 <p>2. Business Englisch</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dr. Geisen, Herbert; Dr. Hamblock, Dieter; Poziemski, John; Dr. Wessels, Dieter: Englisch in Wirtschaft und Handel. Taschenbuch. Cornelsen Verlag, 2004 - Freeman, Henry G.; Glass, Günter: Taschenwörterbuch Technik, Englisch-Deutsch. Taschenbuch. Max Hueber Verlag, 2008 - Schürmann, Klaus; Mullins; Suzanne: Die perfekte Bewerbungsmappe auf Englisch. Anschreiben, Lebenslauf und Bewerbungsformular - länderspezifische Tipps. Eichborn Verlag Ag, 2008 - Ashford, Stephanie and Tom Smith. Business Proficiency. Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Ernst Klett Verlag, 2009 - Butzphal, Gerlinde and Jane Maier-Fairclough. Career Express. Business English B2. Cornelsen Verlag, 2011
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	2. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	120/60/60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ($K=0,5 \times \text{CP des Moduls}$) angerechnet.

Modulbezeichnung	Grundlagen des Risikomanagement
Modulkürzel	TMM-B-1-3.01
Modulverantwortlicher	Gabriele Wieczorek

SWS	5	Präsenzzeit	75 Stunden
Selbststudium	135 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	210 Stunden	ECTS	7

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Einführung in das Risikomanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegendes Verständnis des Risikomanagement-Prozesses vor dem Hintergrund einer wertorientierten Unternehmensführung - Verständnis stochastischer Methoden als Hilfsmittel für die Modellierung des unternehmerischen Risikoprozesses, insbesondere der Risikobewertung <p>Statistik II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beherrschen grundlegender Methoden der Statistik und Wahrscheinlichkeitstheorie und zielgerichteter Einsatz der Techniken vor dem Hintergrund ökonomischer/ingenieurwissenschaftlicher Fragestellungen
Inhalte	<p>Einführung in das Risikomanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis des Risikobegriffs im Unternehmenskontext, Kategorisierung der verschiedenen betriebswirtschaftlichen Risiken und des Ursache-Wirkung-Prinzips von Risiken - Überblick über die Organisation und die rechtlichen Rahmenbedingungen zur Überwachung und Kontrolle des unternehmerischen Risikomanagements - Grundlegende Instrumente und Methoden der ganzheitlichen, unternehmerischen Risikoanalyse anhand bedeutender unternehmerischer Risiken <p>Statistik II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Statistischen Methoden zur Beschreibung funktionaler Zusammenhänge im Datenmaterial am Beispiel der linearen

	<p>Regressionsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wahrscheinlichkeitsbegriff vor dem Hintergrund typischer ökonomischer und naturwissenschaftlicher Fragestellungen - Beurteilungskriterien für stochastische Unsicherheiten unter Verwendung relevanter Praxisbeispiele, insbesondere aus dem Risikomanagement - Instrumente der induktiven Statistik, insbesondere Punkt- und Intervallschätzungen
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über den Inhalt der Lehrveranstaltung Einführung in das Risikomanagements und der Lehrveranstaltung Statistik II
Lehrformen	<p>Einführung in das Risikomanagements:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Statistik II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Einführung in das Risikomanagement</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) GRAMS, T. (2001). Grundlagen des Qualitäts- und Risikomanagements. Vieweg Verlag. ISBN 3-528-03945-0 2) HAGEBÖLLING, V. (2009). Technisches Risikomanagement. TÜV Media GmbH. ISBN 078-3-8249-1101-1 3) HULL, C.J. (2011). Risikomanagement. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-043-5 4) KAISER, T., KÖHNE, M.F. (2007). Operationelle Risiken in Finanzinstituten. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0600-7 5) ROMEIKE, F., HAGER, P. (2009). Erfolgsfaktor Risiko-Management 2.0. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0895-7 6) ROSENKRANZ, F., MISSLER-BEHR, M. (2005). Unternehmensrisiken erkennen und managen. Springer Verlag. ISBN 3 540 24507 3 7) STROHMEIER, G. (2007). Ganzheitliches Risikomanagement in Industriebetrieben. Deutscher Universitäts-Verlag. ISBN 978-3-8350-0683-6 8) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2 9) Vorlesungsskript <p>Statistik II</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) BOSCH, K. (2010). Einführung in die angewandte

	<p>Statistik. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-1229-2</p> <p>2) BOSCH, K. (2011). Elementare Einführung in die Wahrscheinlichkeitsrechnung. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-1861-4</p> <p>3) HENZE, N. (2012). Stochastik für Einsteiger. ISBN 978-3-8348-1845-4</p> <p>4) WEWEL, M. (2011). Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-054-1</p> <p>5) SCHARF, A., SCHUBERT, B., HEHN, P. (2009). Marketing. Schäffer-Poescher Verlag. ISBN 978-3-7910-2684-8</p> <p>6) Vorlesungsskript</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	210/75/135
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	7/210

Modulbezeichnung	Unternehmensplanung
Modulkürzel	TMM-B-1-3.02
Modulverantwortlicher	Uwe Kleinkes

SWS	6	Präsenzzeit	90 Stunden
Selbststudium	150 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	240 Stunden	ECTS	8

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Businessplan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis über die wesentlichen Elemente und deren Zusammenhänge in einem Businessplan - Eigenständige Erstellung eines Businessplanes - Erlernen der Technik zur Anfertigung eines Businessplanes <p>B2B-Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erlernen der Merkmale und Besonderheiten des B2B-Marketings - Kenntnis über die Unterschiede von Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketings - Erarbeitung von Produkt- und Geschäftstypologien im B2B-Marketing - Verständnis für die Unterschiede von klassischen und Relationship-Marketing-Ansätzen. <p>Strategisches IP-Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erlernen die Bandbreite geistiges Eigentums im Unternehmen. - Aufzeigen des Transfers zwischen Wissen und Intellectual Property (IP) - Kenntnis der Bedeutung und Werkzeuge von IP Management - Wissen über die Einbindung des IP-Managements in die strategische Unternehmensführung - Studierende kennen sich mit den Grundzügen der Markenpolitik aus
Inhalte	<p>Businessplan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erarbeitung eines vollständigen Businessplanes <p>Inhalte sind z.B.:</p> <p>Unternehmensziele und -profil</p>

	<p>Produkt und Dienstleistung Branche und Markt Marketing Management und Schlüsselpositionen SWOT Analyse 5-Jahres-Planung (Personal, Invest/Abschreibungen, GuV, Liquiditätsplanung)</p> <p>B2B-Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Globale Randbedingungen des B2B-Marketing - B2B-Geschäftstypologien - Besonderheiten von B2B-Gütermärkten - Investitionsgütermarketing - Dienstleistungsmarketing - Buying-Center - Key-Account-Management <p>Strategisches IP-Management:</p> <p>Inhalte sind z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Was ist IP? - Wie wird aus Wissen IP? - Was ist strategisches IP-Management? - Wie ist das strategische IP-Management (SIP) in die strategische Unternehmensführung eingebunden? - Definition und Merkmale des strategischen IP-Managements - Ebenen des IP-Managements (Verstärkungskaskade der IP) - Abbildung von SIP in Organisationsstrukturen - Einbindung von SIP in die strategische Unternehmensführung - Einführung in IP-Schutzrechte - Definition und formale Aspekte der Markenmeldung - Strategische Entscheidungen der Markenpolitik - Operative Entscheidungen der Markenpolitik
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur (theoretisches Fundament aus Vorlesungen wird geprüft); Erstellung eines Businessplans (praktische Umsetzung der Inhalte der Vorlesung in der Übung)
Lehrformen	<p>Businessplan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen <p>B2B-Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Strategisches IP-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz, praktische Übungen

Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Business Model Generation, A. Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, and 470 practitioners from 45 countries, self published, Hoboken, New Jersey 2010</p> <p>Handbuch Businessplan, dortmund-project, Dortmund 2010</p> <p>Strategisches IP-Management, Axel Mittelstädt, Gabler Verlag, Wiesbaden 2009</p> <p>Bernhard Mescheder, Christian Sallach, Wettbewerbsvorteile, durch Wissen, Knowledge Management, Wettbewerbsvorteile, durch Wissen, Knowledge Management, CRM und Change Management verbinden, Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2012</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/90/150
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210

Modulbezeichnung	Management und Marketing II
Modulkürzel	TMM-B-1-3.03
Modulverantwortlicher	Heiko Kopf

SWS	7	Präsenzzeit	105 Stunden
Selbststudium	165 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	270 Stunden	ECTS	9

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Innovationsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erlernen der begrifflichen und theoretischen Grundlagen des Innovationsmanagements - Verständnis über die Voraussetzungen für eine Implementierung eines funktionierenden Innovationsmanagements - Wissen über praxisorientierte Methoden, Handlungsempfehlungen und Konzepte <p>Wirtschafts- und Arbeitsrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehre über die rechtlichen Grundlagen des Arbeitslebens - Wissen, um verschiedene Bereiche des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts für unternehmerische Entscheidungen praxisnah anwenden zu können. - Verständnis für arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen und deren Wirkung in der Praxis - Erlernen der Sichtweise des Arbeitgebers und –nehmers in Hinblick auf gesetzliche Rechte und Pflichten in Unternehmen. <p>Materialwirtschaft und Logistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse über die Identifikation, Benennung und Erklärung von inner- sowie außerrbetrieblichen logistischen Systemen - Grundlegendes und vertieftes Wissen über industriellen Einkauf und Materialwirtschaft wird vermittelt.
Inhalte	<p>Innovationsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definition der Begrifflichkeiten - Arten von Innovationen - Innovationsstrategien (Technologie-/Innovationsmanagement, Risikomanagement)

	<ul style="list-style-type: none"> - Innovationsprozesse - Technologie- und marktorientiertes Innovationsmanagement - Bewertung von Innovationen - Schutz von Innovationen - Operative Methoden (Open Innovation, Kreativtechniken) <p>Wirtschafts- und Arbeitsrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rechtsquellen des Arbeitsrechts - Individualarbeitsrecht (Anbahnung, Begründung und Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses; Rechte und Pflichten der Parteien des Arbeitsvertrags; Leistungsstörungen; Beendigung des Arbeitsverhältnisses) - Kollektives Arbeitsrecht (Betriebsverfassungsrecht, Tarifvertragsrecht, Arbeitskampfrecht) - Grundzüge des Arbeitsgerichtsverfahrens. <p>Materialwirtschaft und Logistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aufgaben des industriellen Einkaufs, und des Beschaffungsmarketings - Anwendung und Nutzung von Lieferantenbewertungsmethoden - Grundlagen der Materialwirtschaft ABC und XYZ-Analyse - Aufgaben der Materialbedarfsermittlung, Bestellmengenrechnung, Bestandsplanung und Lagerhaltungsstrategien, Anwendung von Stücklisten - Einsatz ERP-Systeme in Aufgaben der Materialwirtschaft. - Grundlagen: Begriffe der Logistik, logistische Systeme und Prozesse - Wichtige Logistikprozesse in Industrie und Handel
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfehlender Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Innovationsmanagement, der Lehrveranstaltung Wirtschafts- und Arbeitsrecht und der Lehrveranstaltung Materialwirtschaft und Logistik
Lehrformen	<p>Innovationsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Wirtschafts- und Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Materialwirtschaft und Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesungen, Übungen
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz Praktische Übungen

Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Innovationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Skript der Vorlesung - Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Oliver Gassmann, Philipp Suter, ISBN 978-3-446-42285-8, Preis: 39,90 Euro - Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement, Gustav Bergmann, Jürgen Daub, ISBN 978-3-8349-1059-2, als e-book vorhanden - Technologie- und Innovationsmanagement im Unternehmen, Burkard Wördenweber, Wiro Wickord, ISBN 978-3-540-77693-2, als E-book vorhanden <p>Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> - Danne/Keil, Wirtschaftsprivatrecht II, 1. Aufl., Berlin, 2001 - Waltermann, Arbeitsrecht, 16. Aufl., 2012 - Schaub, Arbeitsrechts-Handbuch, 15. Aufl., 2013 - Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 17. Aufl., 2012 - Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 12. Aufl., 2013 - Reichold, Arbeitsrecht, 4. Aufl., 2012 - Hanau/Adomeit, Arbeitsrecht, 14. Aufl., 2006 <p>Materialwirtschaft und Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Handbuch Logistik von D. Arnold, H. Isermann etc., Springer-Verlag, ISBN 3-540-40110-5 (2. Auflage 2004) - Kluck, D. (2008): Materialwirtschaft und Logistik, 3. überarbeitete Auflage, Stuttgart. - Wannenwetsch, H. (2010): Integrierte Materialwirtschaft und Logistik: Beschaffung, Logistik, Materialwirtschaft und Produktion, 4. aktualisierte Auflage, Berlin - Heidelberg. - Arnolds, H./ Heege, F./ Röh, C./ Tussing, W. (2010): Materialwirtschaft und Einkauf, Grundlagen - Spezialthemen - Übungen, 11. vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden.
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	270/105/165
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	9/210

Modulbezeichnung	Changemanagement & Businesssoftware I
Modulkürzel	TMM-B-1-3.04
Modulverantwortlicher	Eva Ponick

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	60 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	120 Stunden	ECTS	4

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Businesssoftware I:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - besitzen die Werkzeuge um mit geeigneten Managementmethoden auf den ständigen Wandel im technologischen Umfeld zu reagieren. - besitzen das Wissen über die Methodik des Konfigurationsmanagement. - sind in der Lage, selbständig nach einer Risikoanalyse Konfigurationseinheiten zu definieren und einen Konfigurationsplan zu erstellen. - sind befähigt, IT-Projekte nach standardisierten Analyse durchzuführen. - sind in der Lage, die datenschutzrechtlichen und IT-sicherheitsrelevanten Fragestellungen zu identifizieren und geeignete Maßnahmen selbständig zu planen. <p>Changemanagement:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen Situationen, die Veränderungen im Unternehmen auslösen und können Change-Management definieren, - wissen um verschiedene Phasen im Change- Management und damit verbundene Anforderungen an Führung, - setzen sich mit dem Thema Kommunikation im Change auseinander und kennen die Bedeutung zielgruppengerechter Kommunikationsmaßnahmen, - kennen die Ursachen für Barrieren und Widerstand im Change und wissen um Kontraindikationen und Risikofaktoren, - lernen Interventionen und Tools für die erfolgreiche Umsetzung von Change-Prozessen kennen und verinnerlichen diese durch die Anwendung auf Praxisbeispiele.
Inhalte	<p>Businesssoftware I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - IT-Sicherheit und Datenschutz

	<p>- Teilprozesse des Software Engineerings zum Einsatz und zur Gestaltung von Anwendungs- und Informationssystemen (z.B.:Requirements Engineering, Konfigurationsmanagement, Aufwandsschätzung)</p> <p>Changemangement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definition von Change-Management und Modelle - Dynamik in Change Prozessen - Phasen im Change Management - Kommunikation und Intervention im Change- Prozess - Interventionen und Tools im Change
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfehlender Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Businesssoftware I und der Lehrveranstaltung Changemangement
Lehrformen	<p>Businesssoftware:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Changemangement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Roland Gabriel, Peter Weber, Nadja Schroer, Thomas Lux: Basiswissen Wirtschaftsinformatik, W3L Verlag, Herdecke, 2012</p> <p>Peter Mertens et al.: Grundzüge der Wirtschaftsinformatik, 11. Auflage, Springer Gabler, Berlin Heidelberg, 2012</p> <p>Freimut Bodendorf: Daten- und Wissensmanagement, 2. Auflage, Springer Verlag, Berlin, 2006</p> <p>Helmut Partsch: Requirements-Engineering systematisch, Modellbildung für softwaregestützte Systeme, 2. Auflage, Springer, Heidelberg, 2010</p> <p>Andreas Rüter, Jürgen Schröder, Axel Göldner (Hrsg.): IT-Governance in der Praxis, Springer Verlag, Berlin, 2006</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Semester/Wintersemester/ 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	120/60/60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	nein
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210

Modulbezeichnung	Produktion & Monitoring
Modulkürzel	TMM-B-1-4.01
Modulverantwortlicher	Martin Lucas

SWS	7	Präsenzzeit	105 Stunden
Selbststudium	135 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	240 Stunden	ECTS	8

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Fertigungs- und Automatisierungstechnik I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse über die Grundlagen der Fertigungstechnik werden erworben. - Ein Verständnis für die Einteilung der Fertigungsverfahren und die wichtigsten Verfahren der einzelnen Gruppen wird entwickelt. - Die Qualität der produzierten Erzeugnisse können ebenso wie die Wirtschaftlichkeit der Fertigungsverfahren grundlegend bewertet werden. - Den Studierenden sind die wesentlichen Möglichkeiten der Automatisierung von Fertigungsverfahren bekannt. <p>Fertigungs- und Automatisierungstechnik II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen den grundlegenden Aufbau eines Produktionsbetriebs, sowie typische Organisationsformen. - Die in der Produktion verwendeten Datenstrukturen sind bekannt und können für grundlegende Planungsszenarien angewendet werden. - Die Grobgestaltung von Fabrikstrukturen und der notwendigen Logistiksysteme kann erstellt werden. <p>Produkt- und Qualitätsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden kennen die Grundlagen des Qualitätsmanagements (QM) und den Aufbau eines QM Systems auf der Basis von Qualitätsnormen. - Die Studierenden sind mit den Methoden des QM vertraut, die der Planung, Sicherung, Lenkung und Verbesserung von Qualität dienen. - Sie kennen Prüftechniken und deren Einsatz in der Industrie.
Inhalte	Fertigungs- Automatisierungstechnik I:

	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Fertigungstechnik - Qualität in der Fertigung - Urformen - Umformen - Trennen / Spanen - Fügen - Rapid Prototyping - Automatisierung in der Fertigung <p>Fertigungs- Automatisierungstechnik II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation in der Produktion - Datenmanagement in der Produktion - Produktionsplanung - Grundlagen der Fabrikplanung - Produktionslogistik <p>Produkt- und Qualitätsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualitätspolitik und -ziele - Qualitätsnormen und Qualitätsmanagementsysteme - Grundlagen der Mess- und Prüftechnik - Qualitätsmanagement im Produktlebenszyklus - Werkzeuge und Methoden des Qualitätsmanagements (u.a. QFD, SPC, FMEA) - Qualitätsmanagement und Recht
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltungen Fertigungs- und Automatisierungstechnik I & II und der Lehrveranstaltung Produkt- und Qualitätsmanagement oder mündliche Prüfung
Lehrformen	<p>Fertigungs- und Automatisierungstechnik I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Fertigungs- und Automatisierungstechnik II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen <p>Produkt & Qualitätsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz, praktische Übungen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Präsentationen, Reflektions- und Feedbackgespräche
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	Westkämper, E.; Warnecke, H.-J. Einführung in die Fertigungstechnik Vieweg+Teubner Verlag, Wiesbaden, 2010

	<p>Fritz, A.; Schulze, G. Fertigungstechnik Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2010</p> <p>Helbing, K.W. Handbuch Fabrikprojektierung Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2010</p> <p>Tempelmeier, G. Produktion und Logistik Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2012</p> <p>Brüggemann H.; Bremer P. Grundlagen Qualitätsmanagement Springer Vieweg Verlag, Wiesbaden, 2012</p> <p>Linß, G. Qualitätsmanagement für Ingenieure Fachbuchverlag Leipzig, 2011</p> <p>Pfeifer, T.; Schmitt, R. Fertigungsmesstechnik Oldenbourg-Verlag, München, 2010</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Semester/Wintersemester & 4. Semester/ Sommersemester /2 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/105/135
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	nein
Stellenwert der Note für die Endnote	7/210

Modulbezeichnung	Technologie und Marketing
Modulkürzel	TMM-B-1-4.02
Modulverantwortlicher	Thomas Heiland

SWS	5	Präsenzzeit	75 Stunden
Selbststudium	105 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Technologiemarketing:</p> <p>Die Studierenden können die Bausteine des Technologiemarketings aus den vorangegangenen Semestern (B2B-Marketing, Projektmanagement, Innovationsmanagement, ingenieurwissenschaftliche Grundlagen) aufgabenspezifisch verbinden und für technologiegetriebene Unternehmen Fragestellungen aus dem Technologiemarketing (z. B. Zeitpunkt der Einführung neuer Technologien, geeignete Vermarktung neuer Technologien etc.) selbstständig bearbeiten.</p> <p>Instrumente des Marketings II:</p> <p>Die Studierenden werden insbesondere mit dem Bereich der Kommunikation als Teil des Marketings vertraut gemacht und sollen in der Lage sein, die Rolle der Kommunikation bei komplexen Sachthemen zu verstehen und kommunikative Instrumente insbesondere für das B2B- und das Technologiemarketing kennenzulernen und zielführend einzusetzen. Anhand von Praxisbeispielen in Vorlesung und Übungen wird das Thema vertieft.</p>
Inhalte	<p>Technologiemarketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technologie (Definition und Systematisierung, Rolle und Bedeutung von Technologien, Kann man mit Technologien Geld verdienen?) - Rolle von Technologien in unserer Gesellschaft (Paradigmenwechsel) und Rückwirkung auf die Kommunikation) - Technologien und Markt - Technologiemarketing: Rolle im B2B und B2C Marketing - Technology Push vs. Market Pull - Werkzeuge - Case Studies

	<p>Instrumente des Marketings II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlegende Aspekte der Kommunikationspolitik - System der Integrierten Marketing-Kommunikation - Begriff und Wesen der Kommunikationspolitik - Modell der Marktkommunikation - Ziele und Aufgaben der Kommunikationspolitik - Rahmenbedingungen und aktuelle Probleme - Besonderheiten des B2B-Marketings - Beziehungsmarketing - Ziele und Planung Kommunikationspolitik - Instrumente der Kommunikationspolitik(Inhalte sind z.B.:Corporate Identity/Corporate Design; Networking; Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations); Pressearbeit; Social Media; Messen/Veranstaltungen/Konferenzen; Networking)
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfehlender Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Technologiemarketing und der Lehrveranstaltung Instrumente des Marketings II
Lehrformen	<p>Technologiemarketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Instrumente des Marketings II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung, Übungen
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Technologiemarketing: D.J. Schneider, Einführung in das Technologie-Marketing, München, 2002</p> <p>C.M. Christensen, The Innovators Dilemma, New York, 2011</p> <p>Instrumente des Marketing II: Marketing: Einführung in Theorie und Praxis , Andreas Scharf/Bernd Schubert/Patrick Hehn, Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 5., überarbeitete und aktualisierte Auflage (2012) ISBN-978-3-7910-3215-3.</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Semester/ Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/75/105
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Unternehmenssteuerung
Modulkürzel	TMM-B-1-4.03
Modulverantwortlicher	Alexander Förster

SWS	6	Präsenzzeit	90 Stunden
Selbststudium	150 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	240 Stunden	ECTS	8

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Führungstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis für Führung als systematische und strukturierte Vorgehensweise, um Ziele im sozialen System zu erreichen - Wissen über verschiedene Führungsstile und Techniken - Kenntnisse über die Anforderungen an Führung - Wiederholende Vertiefung des Selbstmanagements - Reflexion und Verständnis für die Grundlagen des menschlichen Handelns und den Zusammenhang zwischen den Faktoren Antrieb, Motivation und Kommunikation - Kenntnisse von standardisierten Führungstechniken sowie kritische Auseinandersetzung mit diesen. - Verständnis für die Bedeutung von klaren Leitbildern und Werten sowie deren konsequente Umsetzung in der Unternehmenskultur - Wahrnehmung und Reflexionsfähigkeit von Symbolen und Werten wird geschult <p>Personalmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Knowhow um den Personalbedarf auf verschiedenen Ebenen zu Planen, sowie eine effektive Personalauswahl zu treffen - Verständnis für Konzepte der Eignung und Leistungsbereitschaft von Mitarbeiter - Kenntnisse über Aufbau- und Aufbauforganisationen, Qualität und Quantität von Arbeitsleistung - Aufgaben der Personalentwicklung sind verstanden - Praxisbezug (demografischer Wandel, Anpassung der Beschäftigungsgestaltung, Aus- und Fortbildungsangebot, etc.) wurde zu den theoretischen Inhalten hergestellt. - Die Entwicklungsmöglichkeiten individueller Handlungskompetenzen durch Personalentwicklung werden vermittelt.
----------------------------	--

	<p>Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse über die Aufgabenbereiche des Controllings - Lehre über die Bedeutung betriebswirtschaftlicher Transparenz für unternehmerische Entscheidungen - Knowhow über die Erfordernis für eine funktionsübergreifende Koordination im Unternehmen - Wissen über die vielfältigen unternehmerischen Entscheidungen
Inhalte	<p>Führungstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Kommunikation - Motivation - Unternehmenskultur - Direkte und indirekte Führung - Autorität - Führungsstile - Management-Techniken - Delegation - Anreizsysteme - Selbstorganisation <p>Personalmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundbegriffe und Aufgabenbereiche - Humankapital - Organisation und Organisationsformen - Personalbedarfsplanung - Recruiting - Personalentwicklung - Performance Management und Anreizsysteme - Restrukturierung <p>Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen - Planungs-, Informations- und Kontrollprozesse - Strategisches Controlling - Operatives Controlling - Kostenmanagement - Performance Measurement
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfehlender Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Führungstechniken, der Lehrveranstaltung Personalmanagement und der Lehrveranstaltung Controlling
Lehrformen	<p>Führungstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorlesung <p>Personalmanagement:</p>

	<p>- Vorlesung</p> <p>Controlling: - Vorlesung, Übungen</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Controlling: Deimel, Klaus; Heupel, Thomas; Wiltinger, Kai: Controlling, Verlag Franz Vahlen, München 2013. Fischer, Thomas M.; Möller, Klaus; Schultze, Wolfgang: Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2012. Gladen, Werner: Performance Measurement: Controlling mit Kennzahlen, 5., überarbeitete Auflage, Gabler Verlag, Wiesbaden 2011. Horvath, Peter: Controlling, 12., vollständig überarbeitete Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2011. Küpfer, Hans-Ulrich, Friedl, Gunther, Hofmann, Christian; Hofmann, Yvette; Pedell Burkhard: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6., überarbeitete Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2013. Weber, Jürgen; Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, 13., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2011.</p> <p>Führung: Daigeler, Thomas; Hölzl, Franz; Raslan, Nadja: Führungstechniken, 2., ergänzte Auflage, Haufe Verlag, Freiburg 2012. Wunderer, Rolf: Führung und Zusammenarbeit - Eine unternehmerische Führungslehre, 9., neu bearbeitete Auflage, Luchterhand, Köln 2011</p> <p>Personal: Becker, Manfred: Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis, 6., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2013. Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2013. Stock-Homburg, Ruth: Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2013. Felser, Georg: Personalmarketing. Hogrefe Verlag, Göttingen 2010. Kanning, Uwe Peter: Standards der Personaldiagnostik. Hogrefe Verlag, Göttingen 2004. Kanning, Uwe Peter; Pöttker, Jens; Klinge, Katharina:</p>

	<p>Personalauswahl: Leitfaden für die Praxis, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2008. Schuler, Heinz: Das Einstellungsinterview, Hogrefe Verlag, Göttingen 2002. Meyer-Ferreira, Peter: Human Capital strategisch einsetzen, 1. Auflage, Luchterhand, Köln 2010</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	Sommersemester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/90/150
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt I: Risikomanagement
Modulkürzel	TMM-B-1-4.04
Modulverantwortlicher	Alexander Stuckenholz

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlegendes Verständnis der Funktionsweise von Finanzmärkten und Finanzierungstechniken - Verständnis derivativer Finanzinstrumente als bedeutendes Werkzeug des Risikomanagements in der Finanzwirtschaft - Vorbereitung auf die Identifikation und Analyse betrieblicher Risiken, vor dem Hintergrund eines ganzheitlichen unternehmerischen Risikomanagement-Prozesses - Erweitertes Verständnis betriebswirtschaftlicher Vorgänge - Herstellen eines Bezug zu praktischen Fragestellungen im Unternehmensalltag sowie eines Grundverständnisses von Managementaufgaben- Erfassen von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen und betriebswirtschaftlichem Denken und Handeln nach unternehmerischen Zielsetzungen in Theorie und Praxis- Erwerben der Fähigkeit zur Anwendung von unternehmerischen Kompetenzen und betriebswirtschaftlichem Wissen
Inhalte	<p>Einführung in die Finanzmärkte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über die verschiedenen Finanzmärkte, Grundbegriffe des Börsenhandels, klassische Anlageformen sowie Methoden der Bewertung von Portfolien aus klassischen Anlageformen - Grundlegende derivative Finanzinstrumente und Methoden zum Einsatz von Finanzderivaten zur Absicherung von unternehmerischen Risiken, insbesondere Marktpreisrisiken - Verständnis des Wandels der Energiemärkte, insbesondere des Handels mit Energie und deren Preisentwicklung sowie ein Überblick über das Management der aus der Liberalisierung des europäischen Energiemarktes resultierenden Risiken für Unternehmen

	<p>- Funktionsprinzipien des finanziellen Handels mit Energie, Energiebörsen und außerbörslicher Handelsplattformen sowie Finanzderivate zur Portfoliooptimierung und zum Risikomanagement in der Energiewirtschaft</p> <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anwendung von BWL- und Marketingwissen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels - Leiten eines Unternehmens und Treffen von unternehmerischen Entscheidungen in Kleingruppen auf einem kompetitiven Markt - Betriebswirtschaftliche Grundprinzipien, Grundregeln des Marketings, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Strategieplanung und SWOT-Analyse - Aufbereitung und Präsentation von Unternehmensinformationen
Teilnahmevoraussetzungen	60 CP
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfehlender Literatur
Prüfungsform(en)	<p>Finanzmärkte: Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die aus dem Kurs TOPSIM gewonnenen Lernergebnisse werden zwecks Vertiefung des Wissens innerhalb dieses Kurses überprüft. Aufgrund der Übernahme einer Geschäftsführung eines virtuellen Unternehmens durch die Studierenden werden Leistungsmerkmale anhand typischer betriebswirtschaftlich realer Vorkommnisse/Parameter (Planungsgenauigkeit, Geschäftsjournal, Präsentation der Jahresergebnisse) gewonnen. Eine Integration in die Prüfungsformen der anderen Lehrveranstaltungen im Modul würde dem systemischen Lehrerfolg der Studierenden nur unzureichend unterstützen.</p>
Lehrformen	<p>Finanzmärkte: - Vorlesung</p> <p>TOPSIM-Praktikum: - Unternehmensplanspiel/-simulation in Form eines Praktikums</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz, seminaristische Erarbeitungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Bestandene Modulteilprüfungen</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die Leistungen werden in Form von zu erfüllenden Aufgaben abgerufen. Diese Aufgaben werden in Gruppen bearbeitet wobei auch die Einzelleistungen der jeweiligen Gruppenmitglieder bewertbar gemacht werden müssen.</p>
Bibliographie/Literatur	<p>Einführung in die Finanzmärkte: 1) HULL, C.J. (2011). Risikomanagement. Pearson</p>

	<p>Studium. ISBN 978-3-86894-043-5</p> <p>2) ROSENKRANZ, F., MISSLER-BEHR, M. (2005). Unternehmensrisiken erkennen und managen. Springer Verlag. ISBN 3 540 24507 3 (E-Book)</p> <p>3) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2</p> <p>4) Vorlesungsskript</p> <p>5) Investition und Finanzierung, Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, Hans Paul Becker, 3. Auflage, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2009.</p> <p>6) Börse für Dummies, Christine Bortenlänger, Ulrich Kirsten, 3. Auflage, Wiley-VCH Verlag, Weinheim, 2011.</p> <p>7) Derivate, Handbuch für Finanzintermediäre und Investoren, Michael Bloss, Dietmar Ernst, Oldenbourg Verlag, München, 2008.</p> <p>8) Fundamentalanalyse in der Praxis, Kennzahlen, Strategien, Praxisbeispiele, Thomas Priermeier, FinanzBuch Verlag, München, 2006.</p> <p>9) Technische Indikatoren - simplified: Das ideale Instrument für jeden erfolgsorientierten Anleger. Methoden, Strategien, Umsetzung, Oliver Paeseler, FinanzBuch Verlag, München, 2006.</p> <p>10) Mathe und Ökonomie: Neue Ideen für den praxisnahen Unterricht, Horst W. Hamacher, Elke Korn, Ralf Korn, Silvia Schwarz, Universum Kommunikation und Medien, Berlin, 2004.</p> <p>11) Portfoliotheorie, Risikomanagement und die Bewertung von Derivaten, Jürgen Kremer, 2. Auflage, Springer Verlag, Heidelberg, 2011.</p> <p>TOPSIM-Prakikum: Schulungsunterlagen</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt I: Green Business
Modulkürzel	TMM-B-1-4.05
Modulverantwortlicher	Martin Lucas

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Green Business:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kenntnisse über begriffliche und theoretische Grundlagen des Green Business - Überblick über die wesentlichen Auslöser und Einflussgrößen des Green Business - Wissen über grüne Technologien durch Aufteilung in exemplarische Leitmärkte <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anwendung von BWL- und Marketingwissen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels - Leiten eines Unternehmens und Treffen von unternehmerischen Entscheidungen in Kleingruppen auf einem kompetitiven Markt - Betriebswirtschaftliche Grundprinzipien, Grundregeln des Marketings, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Strategieplanung und SWOT-Analyse - Aufbereitung und Präsentation von Unternehmensinformationen
Inhalte	<p>Green Business:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auslöser und Einflussgrößen für das Themenfeld (Politik, Klima, Wettbewerbsfähigkeit etc.) - Übersicht zu grünen Technologien (umweltfreundliche Energien, Rohstoff-, Energie- und Materialeffizienz, nachhaltige Mobilität, Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Wasserwirtschaft) - Nationale und internationale Märkte für grüne Technologien - Praxisbeispiele und aktuelle Entwicklungen/Trends <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anwendung von BWL- und Marketingwissen im Rahmen eines

	<p>Unternehmensplanspiels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Leiten eines Unternehmens und Treffen von unternehmerischen Entscheidungen in Kleingruppen auf einem kompetitiven Markt - Betriebswirtschaftliche Grundprinzipien, Grundregeln des Marketings, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Strategieplanung und SWOT-Analyse - Aufbereitung und Präsentation von Unternehmensinformationen
Teilnahmevoraussetzungen	60 CP
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	<p>Green Business:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semesterbegleitend, erfolgreiche Semesterarbeit <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <p>Die aus dem Kurs TOPSIM gewonnenen Lernergebnisse werden zwecks Vertiefung des Wissens innerhalb dieses Kurses überprüft. Aufgrund der Übernahme einer Geschäftsführung eines virtuellen Unternehmens durch die Studierenden werden Leistungsmerkmale anhand typischer betriebswirtschaftlich realer Vorkommnisse/Parameter (Planungsgenauigkeit, Geschäftsjournal, Präsentation der Jahresergebnisse) gewonnen. Eine Integration in die Prüfungsformen der anderen Lehrveranstaltungen im Modul würde dem systemischen Lehrerfolg der Studierenden nur unzureichend unterstützen.</p>
Lehrformen	<p>Green Business:</p> <p>seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten</p> <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <p>Unternehmensplanspiel/-simulation in Form eines Praktikums</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz</p> <p>Einzel- und Teamarbeiten</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Die Leistungen werden in Form von zu erfüllenden Aufgaben abgerufen. Diese Aufgaben werden in Gruppen bearbeitet wobei auch die Einzelleistungen der jeweiligen Gruppenmitglieder bewertbar gemacht werden müssen.</p>
Bibliographie/Literatur	<p>Green Business:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Green Business - das Milliardengeschäft, Dietrich Walther, ISBN 978-3-8349-1273-2 - Eco Design, e. Abele, R. Anderl, H. Birkhofer, ISBN 978-3-540-75437-4 - GreenTech made in Germany 3.0 - Umwelttechnologie-Atlas für Deutschland, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), 2012 <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <p>Schulungsunterlagen</p>

Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/ 60/ 120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt I: Technologiemarketing
Modulkürzel	TMM-B-1-4.06
Modulverantwortlicher	Uwe Kleinkes

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Technologiemarketing:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben die Bedeutung des Technologiemarketings in der Industrie kennengelernt - können in Grundzügen Marktforschung, strategisches und operatives Marketing für erklärungsbedürftige technische Produkte erläutern. <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <p>Vorbereitung auf den Berufseinstieg nach Abschluss des Studiums, v.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erweitertes Verständnis betriebswirtschaftlicher Vorgänge und Bezug zu praktischen Fragestellungen im Unternehmensalltag - Grundverständnis von Managementaufgaben - Erfassen von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen in Vernetzung - Denken und Handelns nach unternehmerischen Zielsetzungen in Theorie und Praxis - Fähigkeit zur Anwendung von unternehmerischen Kompetenzen und betriebswirtschaftlichem Wissen
Inhalte	<p>Technologiemarketing:</p> <p>Aktuelle Fragestellungen zu Themen aus dem Technologiemarketing aus der Industriepraxis, wie z.B. Technologieroadmaps, Einsatzmöglichkeiten von Social-Media für Hightech-Unternehmen, Marktstudien, PR-Kampagnen für Hightech-Unternehmen, Einsatz von Marketingmethoden für erklärungsbedürftige Produkte</p> <p>Die Studierenden bearbeiten unter Anleitung anhand von praxisnahen oder Aufgaben aus der Industrie Fragestellungen des Technologiemarketings.</p>

	<p>TOPSIM-Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anwendung von BWL- und Marketingwissen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels - Leiten eines Unternehmens und Treffen von unternehmerischen Entscheidungen in Kleingruppen auf einem kompetitiven Markt - Betriebswirtschaftliche Grundprinzipien, Grundregeln des Marketings, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Strategieplanung und SWOT-Analyse - Aufbereitung und Präsentation von Unternehmensinformationen
Teilnahmevoraussetzungen	60 CP
Empfohlene Ergänzungen	keine
Prüfungsform(en)	<p>Technologiemarketing: Semesterbegleitend, erfolgreiches Referat und Seminararbeit</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die aus dem Kurs TOPSIM gewonnenen Lernergebnisse werden zwecks Vertiefung des Wissens innerhalb dieses Kurses überprüft. Aufgrund der Übernahme einer Geschäftsführung eines virtuellen Unternehmens durch die Studierenden werden Leistungsmerkmale anhand typischer betriebswirtschaftlich realer Vorkommnisse/Parameter (Planungsgenauigkeit, Geschäftsjournal, Präsentation der Jahresergebnisse) gewonnen. Eine Integration in die Prüfungsformen der anderen Lehrveranstaltungen im Modul würde dem systemischen Lehrerfolg der Studierenden nur unzureichend unterstützen.</p>
Lehrformen	<p>Technologiemarketing: seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Unternehmensplanspiel/-simulation in Form eines Praktikums</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Technologiemarketing: Seminar</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Praktikum</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Technologiemarketing: Erfolgreiches Referat und Seminararbeit</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Anwesenheitspflicht beim Praktikum und mindestens ausreichende Bewertung der verschiedenen Einzelleistungen (u.a. aktive Mitarbeit, Unternehmenserfolg, Analysen, Präsentationen, Teamaufgaben)</p>
Bibliographie/Literatur	<p>Technologiemarketing: Scharf, Andreas, Marketing : Einführung in Theorie und Praxis / Andreas Scharf; Bernd Schubert; Patrick Hehn - 4., überarb. und erw. Aufl. - Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2009 - X, 500 S. : Ill., graph. Darst. Zusätzlich: aktuelle Literatur zu Fallbeispielen Selbstrecherchierte Literatur zu aktuellen Praxisaufgaben TOPSIM-Praktikum: Schulungsunterlagen</p>

Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Diversity & Businesssoftware II
Modulkürzel	TMM-B-1-4.07
Modulverantwortlicher	Eva Ponick

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	60 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	120 Stunden	ECTS	4

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Interkultural:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können Konflikte erkennen - finden geeignete Lösungen zum Umgang mit Konflikten - kennen grundlegende Stereotypen um Kontext kultureller Unterschiede <p>Business Software II:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - besitzen einen Überblick über betriebliche Anwendungssysteme unterschiedlicher Geschäftsfelder - können den Einsatz dieser Systeme bewerten - sind in der Lage grundlegende Methoden des Software Engineerings wie beispielsweise Techniken zur Modellierung oder Validierung anzuwenden
Inhalte	<p>Interkultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konfliktmanagement - Arbeiten im Team - Interkulturelle Kompetenz <p>Business Software II:</p> <p>Branchenneutrale und branchenspezifische Anwendungssysteme, beispielsweise aus den Bereichen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enterprise Resource Planning (ERP) - Supply Chain Management (SCM) - Customer Relationship Management (CRM) - Teilprozesse des Software Engineerings zum Einsatz und zur Gestaltung von Anwendungs- und Informationssystemen wie beispielsweise - Entwurf und Modellierung - Validierung

Teilnahmevoraussetzungen	Changemanagement & Businesssoftware I
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Interkultural und der Lehrveranstaltung Business Software II
Lehrformen	Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz Gruppenarbeit und Angebot von eLearning-Modulen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfung
Bibliographie/Literatur	<p>siehe eBibliothek</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Andreas Endmüller; Heinz Jiranek; Konfliktmanagement; Haufe Verlag (2010) 2. Friedrich Glasl: Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater; Haupt Verlag; (2008) 3. Saskia-Maria Weh, Claudius Enaux: Konfliktmanagement: Konflikte kompetent erkennen und lösen; Haufe Verlag (2008) 4. Rolf Meier: Erfolgreiche Teamarbeit; GABAI Verlag; 2. Auflage 2008 5. Rolf van Dick; Michael A. West: Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung; Verlag Hogrefe (2005) 6. Astrid Erll; Marion Gymnich: Interkulturelle Kompetenzen; Klett Verlag (2007) 7. Thomas Baumer: Handbuch interkulturelle Kompetenz; Verlag Orell Füssli (2002) 8. Bergemann, Niels, Sourisseaux, Andreas L. J. (Hrsg.): Interkulturelles Management, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg (2003)
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Fachsemester / Sommersemester/ 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	120/60/60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	nein
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210

Modulbezeichnung	Praxis-/Auslandssemester
Modulkürzel	TMM-B-1-5.01
Modulverantwortlicher	Thomas Heiland

SWS		Präsenzzeit	Stunden
Selbststudium	Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	900 Stunden	ECTS	30

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Einblick in geeignete Berufsfelder und Anforderungsprofile Sammeln berufspraktischer Kenntnisse und Erfahrungen Erwerb interkultureller Kompetenzen Praktisches Üben interkultureller Kommunikation Erwerb von berufsqualifizierender Erfahrung und beruflicher Orientierung Erwerb von vertiefenden wissenschaftlichen Kenntnissen und Erfahrungen Erwerb von vertiefenden überfachlichen Qualifikationen Praktische Anwendung von im Studium erworbenen Kenntnissen Erwerb von Anregungen für die weitere Studiengestaltung</p>
Inhalte	<p>Praktikum Inland/Ausland Tätigkeit in einem Betrieb Wirtschaftsunternehmen, Forschungsinstitut, Behörde, Verband usw. Auslandssemester a) Studium an einer Hochschule im Ausland Absolvierung definierter Studienelemente b) Pionierleistung Tätigkeit im Rahmen der Aufbauarbeit einer HSHL-Hochschul-Kooperation im Ausland Kombination von a) und b) ist möglich</p>
Teilnahmevoraussetzungen	Keine, aber der erfolgreiche Abschluss möglichst vieler Module der ersten vier Studiensemester wird sehr empfohlen
Empfohlene Ergänzungen	keine
Prüfungsform(en)	<p>Bei Praxissemester: - Schriftlicher Bericht (ca. 20 Seiten) - Abschlusspräsentation (ca. 15 Min.) Bei Auslandssemester: - Adäquate Prüfungsleistungen der jeweils besuchten ausländischen Hochschule oder schriftlicher Bericht Bei Pionierarbeit bzw. Kombination mit Auslandsstudium:</p>

	- Schriftlicher Bericht plus Abschlusspräsentation (s.o.) und/oder adäquate Prüfungsleistungen der jeweils besuchten ausländischen Hochschule
Lehrformen	
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Selbststudium und ggf. Seminar
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	Offiziell verfügbare HSHL-Dokumente zur Information über Inhalt, Organisation und Umsetzung des Praxis-/Auslandssemesters einschließlich Prüfungsanforderungen
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	5. Fachsemester/zum Winter- oder Sommersemester/ein Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	Workload: 900h
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Alle Bachelorstudiengänge enthalten ein Praxis- oder Auslandssemester
Stellenwert der Note für die Endnote	30/210

Modulbezeichnung	Projektarbeit
Modulkürzel	TMM-B-1-6.01
Modulverantwortlicher	Uwe Kleinkes

SWS		Präsenzzeit	Stunden
Selbststudium	Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	300 Stunden	ECTS	12

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Der Studierende erlernt die Befähigung, komplexe Probleme und Aufgabenstellungen in der Wissenschaft bzw. in Anwendungsfeldern des technischen Managements und Marketings zu formulieren und als Projekt weiterzuentwickeln.</p> <p>Die Studierenden transferieren das im Studium erlernte Wissen auf eine bestimmte Fragestellung die mit Hilfe der bisher erlernten Techniken und Fachkenntnisse und/oder unter Verwendung von Fachliteratur gelöst wird.</p>
Inhalte	<p>Selbständiges Erarbeiten einer Aufgabenstellung, die nach Ausarbeitung eines wissenschaftlichen Berichts zur Benotung eingereicht wird. In einem abschließenden Projektseminar werden die erhaltenen Ergebnisse und Erkenntnisse präsentiert und diskutiert.</p> <p>Als Fragestellungen der Projektarbeit kommen alle Themen aus dem Bereich des technischen Managements und Marketings in Frage.</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	keine
Prüfungsform(en)	<p>Die Projektarbeit wird benotet. Es werden sowohl die schriftlichen Ausführungen als auch die mündlichen Leistungen (Präsentation und Diskussion im Abschlusskolloquium) bewertet.</p> <p>Umfang der schriftlichen Dokumentation: Je nach Aufgabentyp 10 bis 50 Seiten Textteil (zzgl. etwaiger Programmtexte).</p> <p>Umfang der mündlichen Prüfung ca. 15 Minuten Präsentation zzgl. Kolloquiumsdiskussion.</p> <p>Bei Gruppenarbeiten kann von den o. g. Umfängen geeignet abgewichen werden.</p>
Lehrformen	Wissenschaftliches Arbeiten
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Selbststudium und Seminar

Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	themenrelevante Fachliteratur
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6. Fachsemester/zum Sommersemester/ein Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	10CP Projektarbeit 300h Gesamtworkload für den schriftlichen Teil (Erstellung der Arbeit) 2 CP Abschlusskolloquium mit Präsentation 60 h Gesamtworkload (4 h Präsenzzeit, 56 h Selbststudium zur Vorbereitung der Präsentation)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Wechselseitige Projektarbeiten in inhaltlich verwandten Studiengängen, zum Beispiel im Studiengang Biomedizinische Technik, ETR und ISD.
Stellenwert der Note für die Endnote	12/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt II: Risikomanagement
Modulkürzel	TMM-B-1-6.02
Modulverantwortlicher	Gabriele Wieczorek

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Risikomanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefendes Verständnis von Derivaten als bedeutendes Werkzeug der Risikosteuerung, insbesondere in der Energie- und Finanzwirtschaft - Vertiefendes Verständnis der Erfassung und Quantifizierung von betrieblichen Risiken - Beherrschen von Techniken zur Steuerung von ausgewählten, vorher gemessenen und analysierten Risiken und zielgerichteter Einsatz von Derivaten zur Risikosteuerung
Inhalte	<p>Derivate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erweiterter Überblick über bedeutende (Finanz-)Derivate, Grundbegriffe der Futures- und Optionsmärkte sowie Grundlagen der Bewertungsmethoden bedeutender Derivate - Vertiefendes Verständnis der Methoden zum Einsatz von Derivaten zur Steuerung unternehmerischer Risiken, insbesondere Marktpreisrisiken <p>Risikobewertung und –steuerung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefendes Verständnis grundlegender quantitativer und qualitativer Messverfahren von betrieblichen Risiken, insbesondere Marktpreisrisiken - Einüben von Techniken zur Risikomessung spezieller Risikoarten unter Verwendung relevanter Praxisbeispiele - Überblick über die zur Steuerung unternehmerischer Risiken verwendeten Maßnahmen und Erläuterung deren Funktionsweise innerhalb der Unternehmensstrategie
Teilnahmevoraussetzungen	100CP
Empfohlene Ergänzungen	keine
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte des gesamten Moduls

Lehrformen	Vorlesung, Seminar
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Teilnahme an allen Lehrveranstaltung und erfolgreicher Abschluss der Prüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Derivate</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) BEIKE, R., BARCKOW, A. (2002). Risk-Management mit Finanzderivaten. Oldenbourg Verlag. ISBN 3-486-25848-6 2) BLOSS, M., ERNST, D. (2008). Derivate. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58354-0 3) BORCHERT, J., SCHEMM, R., KORTH, S. (2006). Stromhandel. Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-2542-1 4) HULL, C.J. (2001). Einführung in die Futures- und Optionsmärkte. Oldenbourg Verlag. ISBN 3-486-25705-6 5) HULL, C.J. (2009). Optionen, Futures und andere Derivate. Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7281-9 6) HULL, C.J. (2011). Risikomanagement. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-043-5 7) ROMEIKE, F., HAGER, P. (2009). Erfolgsfaktor Risiko-Management 2.0. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0895-7 8) ROSENKRANZ, F., MISSLER-BEHR, M. (2005). Unternehmensrisiken erkennen und managen. Springer Verlag. ISBN 3 540 24507 3 9) RUDOLPH, B., SCHÄFER, K. (2010). Derivative Finanzmarktinstrumente. Springer Verlag. ISBN 978-3-540-79413-4 10) SCHNECK, O. (2010). Risikomanagement. Wiley-VCH Verlag. ISBN 978-3-527-50543-2 11) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2 12) ZENKE, I./SCHÄFER, R. (2009). Energiehandel in Europa. Verlag C.H. Beck. ISBN 978-3-406-58373-5. 13) Vorlesungsskript Risikobewertung und -steuerung <ol style="list-style-type: none"> 1) ELLER, R., HEINRICH, M., PERROT, R., REIF, M. (2010). Management von Rohstoffrisiken. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-1097-4 2) HULL, C.J. (2011). Risikomanagement. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-043-5 3) MARTIN, M., REITZ, S., WEHN, C. (2006). Kreditderivate und Kreditrisikomodelle. Vieweg Verlag. ISBN 978-3-8348-0020-6 4) ROMEIKE, F., HAGER, P. (2009). Erfolgsfaktor Risiko-Management 2.0. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0895-7 5) STRÖBELE; W., PFAFFENBERGER; W., HEUTERKES, M. (2010). Energiewirtschaft. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58199-7 6) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg

	Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6.Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt II: Green Business
Modulkürzel	TMM-B-1-6.03
Modulverantwortlicher	Martin Lucas

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse bezüglich der Green Business Geschäftsmodelle und Technologien. Sie kennen die wesentlichen politischen sowie rechtlichen Rahmenbedingungen und Mechanismen. Sie beherrschen die Übertragung der erlernten Fähigkeiten auf konkrete Fallbeispiele.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Rechtliche Randbedingungen und Zuständigkeiten in EU und D - Principle of Responsible Investment am Beispiel von ausgewählten Unternehmen - Corporate Social Responsibility am Beispiel von ausgewählten Unternehmen - Grüne Geschäftsbereiche wie Green Building, Green Logistics - Nationale und internationale Förderprogramme
Teilnahmevoraussetzungen	100 CP
Empfohlene Ergänzungen	keine
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitend, erfolgreiche Semesterarbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz Einzel- und Teamarbeiten Fallbeispiele
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Die Leistungen werden in Form von zu erfüllenden Aufgaben abgerufen. Diese Aufgaben werden in Gruppen bearbeitet wobei auch die Einzelleistungen der jeweiligen Gruppenmitglieder bewertet wird.
Bibliographie/Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Green Business - das Milliardengeschäft, Dietrich Walther, ISBN 978-3-8349-1273-2 - Das Prinzip Verantwortung, Jörg Rabe von Pappenheim, ISBN 978-3-8349-1431-6 - Eco Design, e. Abele, R. Anderl, H. Birkhofer, ISBN 978-3-540-75437-4 - Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt, Gotlind

	Ulshöfer, Gesine Bonnet, ISBN 978-3-531-16077-1 - GreenTech made in Germany 3.0 - Umwelttechnologie-Atlas für Deutschland, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), 2012
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6.Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt II: Technologiemarketing
Modulkürzel	TMM-B-1-6.04
Modulverantwortlicher	Uwe Kleinkes

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	Die Studierenden haben gelernt, wie für ein erklärungsbedürftiges Produkt, z.B. eine Batterie für Elektroautos, in Grundzügen eine Unternehmensstrategie festgelegt und dargestellt werden kann. Sie haben überdies erlernt, wie aus dieser Strategie operative Marketingmaßnahmen abgeleitet und umgesetzt werden. Die Studierenden kennen die Grundlagen des Content Marketing.
Inhalte	Aktuelle Fragestellungen aus der Industriepraxis, zur Vermarktung industrieller Produkte mittels „Content-Marketing“ Selbstständiges Erstellen von Marketingstrategien und operativer Marketingprojekte (Content Marketing) in Gruppenarbeit.
Teilnahmevoraussetzungen	100CP
Empfohlene Ergänzungen	keine
Prüfungsform(en)	Projekt/Hausarbeit
Lehrformen	seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Erfolgreiches Referat und Seminararbeit
Bibliographie/Literatur	Jefferson, Sonja, Valuable Content Marketing: How to make quality content the key to your business success - London [u.a.] : Kogan Page, 2013 - 234 S. - EBL-Schweitzer
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Strategie und Patente
Modulkürzel	TMM-B-1-6.05
Modulverantwortlicher	Uwe Kleinkes

SWS	6	Präsenzzeit	90 Stunden
Selbststudium	150 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	240 Stunden	ECTS	8

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Strategisches IP-Management II:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - erlernen im Rahmen des strategischen IP-Managements den Aufbau und Nutzen von Patenten, - können die Patente in das System intellektueller Eigentumsrechte einordnen, - besitzen das Wissen über die ökonomische Bedeutung und ihre Einsatzmöglichkeiten der Patente im strategischen IP-Management. <p>Internationale Business Strategien:</p> <p>Studierende können</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chancen, Risiken und Hürden bei der Internationalisierung von Geschäftsbeziehungen erläutern und damit konstruktiv und erfolgsorientiert umzugehen - in Grundzügen mit Auswirkung der Globalisierung auf den nationalen und internationalen Wettbewerb umgehen - in Grundzügen das Potenzial verschiedener Märkte für die Internationalisierung beurteilen. - in Grundzügen Märkte in Bezug auf Neueintritt oder Expansion anhand der Kriterien Attraktivität, kulturelle und andere Formen der Distanz sowie Risiko eines Vergeltungsschlags der Konkurrenz bewerten. - Quellen eines Wettbewerbsvorteils in einer internationalen Strategie identifizieren - mit unterschiedliche Strategien zur Internationalisierung
Inhalte	<p>Strategisches IP-Management II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen und Konzepte zur Patentierung - Definition von Patenten, ihre Einordnung in das System intellektueller Eigentumsrechte - Historische Entwicklung des Patentsystems

	<ul style="list-style-type: none"> - Gegenstand, Umfang, ökonomischer und strategischer Nutzen von Pateninformationen - Patentierungsprozess (Kombinationen / Ziele des Unternehmens / Akteure im Prozess) - Akquisition von Verwertung von Patenten - Wesentliche Funktionen und Bewertung von Patenten - Unterschiedliche Bedeutung von Patenten als Schutzinstrumente - Grenzen des Patentschutzes bei der Abwehr von Imitationsversuchen - Alternativen zum Schutz durch Patente - Das System der Intellectual Property Rights (IPR) - Gebrauchs- und Geschmacksmuster - Urheberrechte (Copyrights) . - Marken (Trademarks/Warenzeichen - Geschäftsgeheimnisse (Trade Secrets) - Gesamtsicht der Möglichkeiten zum Schutz von Technologien gegen Imitation <p>Internationale Business Strategien:</p> <p>I. Strategische Entscheidung zur Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Globale Randbedingungen - Antriebskräfte der Internationalisierung - Motive für Internationalisierung/Export - Chancen / Risiken - Bereitschaft/Kompetenz für internationale Tätigkeiten <p>Konkreter Ablauf der Entscheidungsfindung</p> <p>II. Internationalisierungsstrategie</p> <p>Entwicklung der Internationalisierungsstrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Quellen des Wettbewerbsvorteils b) Distanz zu Zielmärkten: CAGE-System c) Wettbewerbsanalyse d) Ziele e) Internationalisierungspfad f) Internationale Wettbewerbsstrategie/Positionierung g) Auswahl von Zielmärkten h) Auswahl der Markteintrittsstrategie <p>III. Operative Umsetzung</p> <p>Hinweise zur operativen Umsetzung</p>
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur

Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung strategisches IP-Management und der Lehrveranstaltung internationale Businessstrategien
Lehrformen	Strategisches IP-Management: Vorlesung Internationale Businessstrategien: Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Prüfung
Bibliographie/Literatur	Internationale Business Strategien: Grundlagen Export und Internationalisierung, Sternad, Höfferer, Haber (Hrsg), SpringerGabler-Verlag, Wiesbaden 2013 (u.a. auch in e-Bibliothek HSHL) Strategic International Management, Morschett, Schramm-Klein, Zentes, SpringerGabler-Verlag, Wiesbaden 2010 Internationales Marketing, Backhaus, Voeth, Schaeffer-Peschel-Verlag, Stuttgart, 2010 Internationales Management, Holtbrügge, Schaeffer-Peschel-Verlag, Stuttgart, 2010 Strategisches IP-Management: Mittelstaedt, Axel, Strategisches IP-Management, Gabler Verlag, Wiesbaden 2009
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6.Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/90/150
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210

Modulbezeichnung	Psychologie & Organisation
Modulkürzel	TMM-B-1-6.06
Modulverantwortlicher	Myrtho Leiss

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	60 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	120 Stunden	ECTS	4

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Psychologie:</p> <p>Kenntnis der wesentlicher Theorien und methodischen Ansätze der Wirtschaftspsychologie, Überblick über einschlägige aktuelle empirische Befunde.</p> <p>Organisation:</p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über grundlegende Sichtweisen, Fragestellungen und Aufgaben der Betriebsorganisation und entwickeln ein Verständnis für die komplexen Zusammenhänge im Rahmen der aufbauorganisatorischen Strukturierung eines Unternehmens. Sie werden in die Lage versetzt, aktuelle organisatorische Entwicklungslinien der Praxis auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse aus den einschlägigen Organisationstheorien adäquat zu beurteilen und die Schnittstellen zum Personalmanagement nachzuvollziehen. Themen wie Organisatorischer Wandel und Möglichkeiten, diesen zu unterstützen werden dabei vertieft.</p>
Inhalte	<p>Psychologie:</p> <p>Das Modul Organisationspsychologie thematisiert die wechselseitigen Wirkungen zwischen organisationalen Gegebenheiten und dem Individuum sowie der Gruppe im Rahmen des Arbeitsverhältnisses. Es behandelt inhaltlich die Themen Arbeitsmotivation und Arbeitszufriedenheit, Personal- und Organisationsentwicklung, Arbeitsgestaltung, Gruppenarbeit, formelle und informelle Gruppen, Entscheidungsfindung und Problem- und Konfliktlösung in Gruppen, sowie psychologische Grundlagen, Hemmnisse und Voraussetzungen des organisatorischen Wandels.</p>

	<p>Organisation:</p> <p>Es werden Grundlagen und Ansätze der Organisationstheorie (z.B. Bürokratiemodell, Human Relations Ansatz) behandelt und Organisationskonzepte vertieft: Formen von Primärorganisation (funktionale Organisation, divisionale Organisation, Matrixorganisation; sowie Formen der Sekundärorganisation (Produktmanagement, Kundenmanagement, Projektmanagement) werden behandelt und die Vor- und Nachteile der einzelnen Organisationsformen vertieft und Praxisbeispiele gegeben.</p> <p>Weiterhin werden Grundlagen des Prozessmanagements besprochen und sowie thematisiert wie prozessorientierte Organisationsgestaltung in der Praxis aussehen kann. Es werden Konzepte des organisatorischen Wandels vorgestellt (revolutionärer, evolutionärer Wandel) und Möglichkeiten der Kontrolle des Wandels aufgezeigt. Rechtliche Grundlagen von Gesellschaftsformen sowie der Mitbestimmung werden vorgestellt.</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Psychologie und der Lehrveranstaltung Organisation
Lehrformen	Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Vahs, Dietmar, Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Schäffer Pöschl, 2012</p> <p>Nerdinger, Friedemann; Blickle, Gerhard; Schaper, Niclas: Arbeits- und Organisationspsychologie, Springer: 2008.</p> <p>Bühner, Rolf: Betriebswirtschaftliche Organisationslehre, Oldenbourg, 2004</p> <p>Steiger, Thomas; Lippmann, Eric: Handbuch angewandte Psychologie für Führungskräfte, Springer: 2013</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6.Semester/Sommersemester/1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	120/60/60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210

Modulbezeichnung	Bachelorarbeit
Modulkürzel	TMM-B-1-7.01
Modulverantwortlicher	Uwe Kleinkes

SWS		Präsenzzeit	Stunden
Selbststudium	Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	360 Stunden	ECTS	12

Sprache		Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	--	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Der Studierende verfügen über die Kompetenz, anspruchsvolle Aufgaben des Technischen Managements und Marketings sowie angrenzender Bereiche zu erkennen, analysieren und unter Verwendung bisher erworbener Fachkenntnisse und Fachliteratur erfolgreich zu lösen, sowie selbständige und weiterführende Lernprozesse zu organisieren.</p> <p>Bei der Bearbeitung der Fragestellung werden sämtliche erworbene Kenntnisse des Studiums (wie technische, naturwissenschaftliche, computerbasierte und ökonomische Kenntnisse) dabei berücksichtigt und abgewogen.</p>
Inhalte	Bearbeitung und Lösen einer Aufgabenstellung aus dem Bereich Technisches Management und Marketing. Anfertigung einer schriftlichen Bachelorarbeit und Präsentation der Ergebnisse in einem mündlichen Kolloquium.
Teilnahmevoraussetzungen	Keine, aber die erfolgreiche Teilnahme an möglichst vielen Modulen der ersten vier Studiensemester, am Praxis-/Auslandssemester sowie der Projektarbeit wird sehr empfohlen.
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	<p>Die Bachelorarbeit wird benotet. Es werden sowohl die schriftlichen Ausführungen (ca. 30-60 Seiten) als auch die mündlichen Leistungen (Präsentation und Diskussion im Abschlusskolloquium, ca. 15 Minuten) bewertet.</p> <p>Bei Gruppenarbeiten kann von den o. g. Umfängen geeignet abgewichen werden.</p>
Lehrformen	wissenschaftliches Arbeiten
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Selbststudium anhand empfohlener Literatur, wissenschaftliches Schreiben und Seminar
Voraussetzung für die Vergabe von CP	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	themenrelevante Fachliteratur
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	360

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	12/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt III: Risikomanagement
Modulkürzel	TMM-B-1-7.02
Modulverantwortlicher	Gabriele Wieczorek

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Ausgewählte Kapitel des Risikomanagements:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Überblick über aktuelle bedeutende risikospezifische Fragestellungen, insbesondere ursächlich hervorgerufen durch Veränderungen volkswirtschaftlicher und rechtlicher Rahmenbedingungen und technologischer Entwicklungen - Vertiefendes Verständnis der Ausgestaltung bzw. Anpassung des betrieblichen Risikomanagement-Prozesses, insbesondere als Auswirkung aktueller risikospezifischer Ereignisse auf ein Unternehmen - Beherrschen eines Software-Pakets für numerische Berechnungen und Visualisierung von Daten und zielgerichteter Einsatz der Software zur quantitativen Analyse, insbesondere zur Bewertung betrieblicher Risiken
Inhalte	<p>Risikomanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfassen verschiedener Problemfelder und aktueller Ereignisse aus der Unternehmensumwelt, beispielsweise aus den Märkten des Unternehmens oder der Unternehmensstruktur, als Ursache für eine veränderte Risikosituation des Unternehmen - Einüben von Techniken der Risikoidentifikation zur Ermittlung und Analyse der Risikoursachen, insbesondere die Entwicklung und Anwendung von Frühwarnsysteme - Vertiefendes Verständnis der Methoden zur adäquaten Anpassung des betrieblichen Risikomanagement-Prozesses an die veränderte Unternehmensumwelt, insbesondere die Risikosteuerung

	<p>Software-Praktikum (z.B. Matlab):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verständnis grundlegender Befehle und Standardfunktionen sowie der Funktionsweise von Programmen eines Software-Pakets für das Management betrieblicher Risiken - Einüben von Umgangskriterien mit Toolboxen unter Verwendung relevanter Praxisbeispiele, insbesondere aus dem Risikomanagement - Erfassen risikobehafteter Vorgänge, insbesondere aus der Finanzwirtschaft, als 'stochastisches Modell' und Durchführen statistischer Analysen der Daten sowie Ermittlung von Kennzahlen zur Risikobewertung
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte des gesamten Moduls
Lehrformen	Vorlesung, Praktikum
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Witeboardinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Risikomanagement:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ROSENKRANZ, F., MISSLER-BEHR, M. (2005). Unternehmensrisiken erkennen und managen. Springer Verlag. ISBN 3 540 24507 3 2) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2 3) Vorlesungsskript 4) STROHMEIER, P. (2007). Ganzheitliches Risikomanagement in Industrie-unternehmen. Deutscher Universitätsverlag. ISBN 978-3-8350-0683-6 5) MARTIN, M.R.W., REITZ, S., WEHN, C.S. (2006). Kreditderivate und Kreditrisiko-modelle. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0020-6 6) KAISER, T., KÖHNE, M.F. (2007). Operationelle Risiken in Finanzinstituten. Gabler. ISBN 978-3-8349-0600-7 7) FIEGE, S.(2006). Risikomanagement- und Überwachungssystem nach KonTraG. Gabler. ISBN 978-3-8350-0420-7 8) DE FILIPPIS, F. (2011). Währungsrisikomanagement in kleinen und mittleren Unternehmen. ISBN 978-3-8349-2544-2 <p>Software-Praktikum</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) SCHWEIZER, W. (2009) MATLAB® kompakt, Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-59193-4

	<p>2) BEUCHER, O. (2007) Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik mit MATLAB®, Springer Verlag, ISBN 978-3-540-72155-0</p> <p>3) GÜNTHER, O. JÜNGEL, A. (2010). Finanzderivate mit MATLAB®, Vieweg+Teubner Verlag, ISBN 978-3-8348-0879-0</p> <p>4) WÜST, K. (2014). Risikomanagement. UTB Verlag, ISBN 978-3-8252-8572-2</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	7. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt III: Green Business
Modulkürzel	TMM-B-1-7.03
Modulverantwortlicher	Martin Lucas

SWS	4	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	120 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - besitzen vertiefte Kenntnisse bezüglich der Green Business Geschäftsmodelle und Technologien. - können das erlernte Wissen in Form von Marktstudien/-Analysen anwenden. - beherrschen das Formulieren und Ableiten von Marktpotentialen. - können aktuelle Trends sowie Grüne-Marketing-Ansätze kritisch bewerten.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Grüne Geschäftsbereiche wie Green IT - Grünes Marketing (Öko-Marketing, Öko-Labels) - Change Management im Bereich Green Business - Grüne Geschäftsmodelle/Marketing-Mix für Green Business
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitend, erfolgreiche Semesterarbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeinsatz Einzel- und Teamarbeiten
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung, Semesterarbeit
Bibliographie/Literatur	<ul style="list-style-type: none"> - Green Business - das Milliardengeschäft, Dietrich Walther, ISBN 978-3-8349-1273-2 - Das Prinzip Verantwortung, Jörg Rabe von Pappenheim, ISBN 978-3-8349-1431-6 - Eco Design, e. Abele, R. Anderl, H. Birkhofer, ISBN 978-3-540-75437-4 - Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt, Gotlind Ulshöfer, Gesine Bonnet, ISBN 978-3-531-16077-1 - GreenTech made in Germany 3.0 - Umwelttechnologie-Atlas

	für Deutschland, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), 2012
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	7.Semester/Wintersemester/1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Studienschwerpunkt III: Technologiemarketing
Modulkürzel	TMM-B-1-7.04
Modulverantwortlicher	Uwe Kleinkes

SWS	3	Präsenzzeit	45 Stunden
Selbststudium	135 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	180 Stunden	ECTS	6

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	40
---------	---------	-------------------------	----

Lernergebnisse/Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, Industrieprojekte zum Thema Technologiemarketing selbstständig zu strukturieren, Strategien und operative Maßnahmen sowie Ressourcen festzulegen. Dabei bedienen sie sich aller zuvor im Studium erlernten Elemente und wenden diese an.
Inhalte	Es werden aktuelle Fragestellungen aus der Industriepraxis, bearbeitet. (z.B. Technologieroadmaps, Einsatzmöglichkeiten von Social-Media für Hightech-Unternehmen, Marktstudien, PR-Kampagnen für Hightech-Unternehmen, Einsatz von Marketingmethoden für erklärungsbedürftige Produkte)
Teilnahmevoraussetzungen	Semesterbegleitend, erfolgreiche Semesterarbeit
Empfohlene Ergänzungen	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Prüfungsform(en)	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz Einzel- und Teamarbeiten
Lehrformen	Semesterbegleitend, erfolgreiche Semesterarbeit
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung, Semesterarbeit
Bibliographie/Literatur	Johnson, Scholes, Whittington, Strategisches Management, München, Verlag: Pearson, 9. Auflage (1. April 2011) ISBN-10: 3868940561; zusätzlich: aktuelle, fallspezifische Literatur
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	7. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/45/135
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

Modulbezeichnung	Corporate & Customer Management
Modulkürzel	TMM-B-1-7.05
Modulverantwortlicher	Jens Thorn

SWS	6	Präsenzzeit	90 Stunden
Selbststudium	270 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	360 Stunden	ECTS	12

Sprache	Deutsch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	---------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Advanced Sales Management:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - können den Vertrieb in das Gesamtkonzept von Unternehmensführung und Marketing in der betrieblichen Organisation einordnen. - erlernen verschiedenen Modelle der Verkaufsführung. - können den Zusammenhang zwischen Unternehmens-, Marketing- und Vertriebsstrategie erklären. - verstehen den Unterschied zwischen Leistungselektion und Kundenselektion. - erlernen, wie Käufer selektiert, geführt und entwickelt werden. - sind in der Lage, Verkaufsorganisationen und -prozesse zu entwickeln und strukturiert darzustellen. - können Verkaufseffizienz und -effektivität durch den Einsatz von Verkaufssupports optimieren. - kennen das Customer Relationship Management und die Instrumente zur Steigerung der Verkaufsqualität. - können die Interaktionen zwischen Verkäufer und Kunde typisieren und die Erkenntnisse bei der Verhandlungstaktik einsetzen. <p>Advanced Financial Management and Control:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben ein vertieftes Wissen für Konzeptionen des betriebs- und finanzwirtschaftlichen Controlling für die Unternehmenspraxis erwerben. - sollen betriebs- und finanzwirtschaftliche Zusammenhänge vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen der Unternehmenspraxis wie zunehmende Umweltdynamik und hohe Komplexität verstehen. - analysieren Sie unternehmerische, fachübergreifende Fragestellungen. - sind in der Lage, zielorientierte Lösungen vorzuschlagen sowie
----------------------------	---

	<p>die jeweiligen Stärken und Schwächen der Konzeptionen kritisch zu hinterfragen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - verstehen, inwiefern das betriebs- und finanzwirtschaftliche Controlling eine Unternehmenssteuerung unterstützt, welche das Ziel hat, den Unternehmenswert zu steigern. <p>Supply Chain Management</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben Kenntnisse im Bereich des Supply Chain Managements und von Supply Chain Netzwerken. - Wissen, welche die wesentliche Stakeholder sowie typische SC-Strukturen von Unternehmen sind . - können aus aktuellen Trends und Entwicklungen Herausforderungen und Risiken für die SC Netzwerke ableiten. - können das erlernte Wissen auf praxisbezogene Fallbeispiele angewendet werden.
<p>Inhalte</p>	<p>Advanced Sales Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Elemente der Vertriebspolitik - Verkaufsformen/Kontaktformen - Vertriebsorganisationen - Vertriebspartner: Absatzmittler/Absatzhelfer - Bestimmung der Außendienststärke - Rekrutierung von Führungskräften für den Vertrieb - Vertragsgestaltung für Vertriebsführungskräfte - Leistungsplanung und Vergütung - Vertriebsrelevante Spannungsfelder und Schnittstellen - Die Begriffe Markt und Kundenorientierung - Die Wirkungskette des Markterfolgs - Relationship-Marketing - Kundenintegration (Customer Integration Management) - strategiegestützter, methodengestützter und systemgestützter Vertrieb - Die Kundenidentifizierung und -qualifizierung - Datenmanagement für die Vertriebssteuerung (CRM) - Multikanalvertrieb (Multi-Channel-Marketing) - Vertriebsplanung und -controlling <p>Advanced Financial Management and Control:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wertorientierte Unternehmenssteuerung - Aspekte des globalen Finanzmanagements - Unternehmenssteuerung in einem internationalen Umfeld - Unternehmenssteuerung in einem volatilen Umfeld - Mergers & Acquisitions <p>Supply Chain Management (SC)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktions- Distributions- sowie Beschaffungsnetzwerke im internationalen Kontext

	<ul style="list-style-type: none"> - Global Sourcing - Chancen- und Risiken von globalen/vernetzten SC-Netzwerken - SC-Risiken - Steuerung von internationalen SC-Netzwerken - Praxisbeispiele
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Advanced Sales Management, der Lehrveranstaltung Advanced Financial Management and Control und der Lehrveranstaltung Supply Chain Management
Lehrformen	Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulklausur
Bibliographie/Literatur	<p>Advanced Sales Management:</p> <p>Belz, Christian: Stark im Vertrieb - die 11 Hebel für ein schlagkräftiges Verkaufsmanagement -, Verlag: Schäffer-Poeschel, 2013. ISBN eBook: 978-3-7992-6675-8 ISBN Hardcover: 978-3-7910-3209-2</p> <p>Maas, Martin: Praxiswissen Vertrieb - Berufseinstieg, Tagesgeschäft und Erfolgsstrategien -, Verlag: Springer Gabler, 2012. ISBN eBook: 978-3-8349-7090-9 ISBN Hardcover: 978-3-8349-2534-3</p> <p>Winkelmann, Peter: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung - Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements - CRM, 5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Verlag: Vahlen, 2012 (e-Book: 2013). ISBN eBook: 978-3-8006-4334-9 ISBN Hardcover: 978-3-8006-4264-9</p> <p>Advanced Financial Management and Control:</p> <p>Baum, Hans-Georg; Coenenberg, Adolf G.; Günther, Thomas: Strategisches Controlling, 5., überarbeitete und ergänzte Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2013. Bösch, Martin: Finanzwirtschaft - Investition, Finanzierung, Kapitalmärkte und Steuerung, Vahlen Verlag, München 2009. Deimel, Klaus; Heupel, Thomas; Wiltinger, Kai: Controlling, Vahlen Verlag, München 2013. Fischer, Thomas M.; Möller, Klaus; Schultze, Wolfgang: Controlling - Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2012.</p>

	<p>Hoffjan, Andreas: Internationales Controlling, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2009.</p> <p>Zantow, Roger; Dinauer, Josef: Finanzwirtschaft des Unternehmens - die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, 3., aktualisierte Auflage, Pearson Studium, München 2013.</p> <p>Supply Chain Management</p> <p>Beckmann, Holger: Supply Chain Management: Strategien und Spitzenunternehmen in Spitzenunternehmen, Springer Berlin Heidelberg, 2012</p> <p>Hellingrath, Bernd; Kuhn, Axel: Supply Chain Management Optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette, Springer Berlin Heidelberg, 2002</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	7. Semester / Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	360/90/270
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	12/210