
Stand: 17.03.2020

Modulkatalog

Masterstudiengang (MBA)

Gesellschaftliches Innovationsmanagement (GI)

Inhalt

1. Semester	1
1.1 Grundlagen BWL	1
1.2 Unternehmensführung	2
1.3 Prozessorientierte Managementsysteme	3
1.4 Technikgeschichte	4
1.5 Gesellschaftswissenschaften	5
2. Semester	7
2.1 Innovationskultur	7
2.2 Interkulturelles Management und Diversity	9
2.3 Managementdiagnostik	10
2.4 Projektmanagement	11
2.5 Case Study	13
3. Semester: Technologie und Gesellschaft	14
3.1 Klimafolgen	14
3.2 Zukunft der multilateralen Demokratie	15
3.3 Gesellschaftliche Innovationen	17
3.4 Digitale Transformation	19
3.5 Case Study	20
4. Semester: Masterarbeit und Kolloquium	21
4.1 Marketingmanagement	21
4.2 Wissensmanagement	22
4.3 Masterarbeit und Kolloquium	23

Abkürzungsverzeichnis

Allgemeine Abkürzungen:

SWS	Semesterwochenstunden
CP	Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS)
(/)	Alternative Prüfungs- oder Lehrveranstaltungsformen
(+)	Diese Prüfungs- oder Lehrveranstaltungsformen werden kombiniert

Erwähnte Studiengänge

SBD	Sustainable Business Development (MBA)
STM	Stadtmarketing (MBA)
WI	Wirtschaft für Ingenieurinnen und Ingenieure (MBEng)

Lehrveranstaltungsformen/ Lehr- und Lernformen:

V	Vorlesung
Ü	Übung
S	Seminar
O	Online Lehre
B	Betreuung

Prüfungsformen:

KL	Klausur mit Dauer: KL90 = 90 Min.
HA	Hausarbeit
PA	Projektarbeit
PF	E-Portfolio
PR	Präsentation
RE	Referat
SB	Studienbuch
MA	Masterarbeit
KO	Kolloquium

1. Semester

1.1 Grundlagen BWL

Nr.: 1.1	Pflichtmodul: Grundlagen BWL	Sprache: deutsch			Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 1	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: KL90	
Präsenz: 12 h		Selbst- studium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h			
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Albert Heinecke			Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Grundlagen BWL					V+Ü, O	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: WI, GI						
Inhalte						
<u>Grundlagen BWL:</u>						
<ul style="list-style-type: none"> - Einordnung der Betriebswirtschaftslehre in die wiss. Disziplinen - Formal- und Sachziele der Betriebe und deren Messbarkeit durch Kenngrößen - Produktionsfaktoren - Rechtsformen von Betrieben - Kooperationen und Zusammenschlüsse von Betrieben - betriebliche Funktionen und Managementfunktionen 						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen						
<u>Grundlagen BWL:</u>						
Die Studierenden kennen die Denkansätze und das Erkenntnisobjekt der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Sie sind in der Lage, Erfolgsgrößen betriebswirtschaftlichen Handelns zu identifizieren, Wertschöpfungsprozesse darzustellen, konstitutive Entscheidungen, betriebliche Funktionen und Managementfunktionen inhaltlich zu beschreiben und in der betrieblichen Praxis nachzuvollziehen.						
Literatur und Arbeitsmaterialien						
<u>Grundlagen BWL:</u>						
<ul style="list-style-type: none"> - Hentze, J., Heinecke, A., Kammel, A.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage - Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage - Schierenbeck, H.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage - Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, aktuelle Auflage 						

1.2 Unternehmensführung

Nr.: 1.2	Pflichtmodul: Unternehmensführung	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 1
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: KL90
Präsenz: 12 h		Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Dipl.-Kfm. Gerd Zeranski			Lehr- und Lernformen:
Unternehmensführung					V+Ü, O
					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: WI, GI					
Inhalte					
<u>Unternehmensführung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Strategische Planung als Unternehmensfunktion - Strategische Planungsinstrumente, wie SWOT-Analysen, Portfolio-Technik, Scoring-Modelle, Szenario-Technik, PIMS-Studien - Neuere und klassische Organisationsformen, wie agile Organisation, virtuelle Organisationsformen, Teamvermaschungsmodelle, Einlinien- und Mehrlinienorganisation, Matrixorganisation - Personalführung und Motivation, Change Management 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Unternehmensführung:</u>					
<p>Die Studierenden erkennen die Komplexität der Strategischen Planung in einem Unternehmen und können geeignete Planungsinstrumente einsetzen. Die Studierenden können eigenständig gegebene Planungsinstrumente weiterentwickeln und sind in der Lage, aus einem Strategiebündel adäquate Strategien auszuwählen. Darüber hinaus erkennen die Studierenden, wie bei der Auswahl von Strategien und Maßnahmen Techniken der subjektiven Verhaltensbeeinflussung den Umsetzungserfolg verbessern.</p> <p>Die Studierenden kennen die Bedeutung der Mitarbeitermotivation, kennen geeignete Mittel um die extrinsische Motivation zu steigern und sind in der Lage unterschiedliche Führungsstile zu beschreiben.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Unternehmensführung:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Bea/Haas: Strategisches Management, 6. Aufl., Stuttgart, Jena 2012 - Bloech, J./Götze, U./Huch, B./Lücke, W./Rudolph, F.: Strategische Planung, Instrumente, Vorgehensweise und Informationssysteme, Heidelberg 1994 - Bühner, R.: Betriebswirtschaftliche Organisationslehre, 10. Aufl., München 2004 - Hammer, R. M.: Unternehmensplanung, 9. Aufl., Berlin, München, Boston 2015 - Kreikebaum, H., Gilbert, U., Behnam, M.: Strategische Unternehmensplanung, 7. Aufl., Stuttgart 2011 - Steinmann, H., Schreyögg, G.: Management, 7. Aufl., Wiesbaden 2013 - Staehle, H.W., Conrad, P., Sydow, J.: Management, 8. Aufl., München 1999 - North, K.: Wissensorientierte Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2016 					

1.3 Prozessorientierte Managementsysteme

Nr.: 1.3	Pflichtmodul: Prozessorientierte Managementsysteme	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 1
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: KL90/PA
Präsenz: 40 h		Selbststudium: 100 h	Angeleitete Lehre/Online: 10 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Matthias Portugall			Lehr- und Lernformen:
Prozessorientierte Managementsysteme					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SBD, GI					
Inhalte					
<u>Prozessorientierte Managementsysteme:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Begriffe: Qualität, Qualitätsmanagement, QM-System, Prozess, Audit, Risiken und Chancen, Die 7 Grundsätze des QM, Q-Politik und Q-Ziele, Die ISO 9000 Familie, Mitarbeitermotivation, Dokumentation eines Managementsystems, Prozesse und Prozessmanagement, Kennzahlen, Auditarten, Auditplanung, Auditvorbereitung, Auditdurchführung, Auditauswertung, Auditnachbereitung, Zertifizierungsablauf - Moderation, Visualisierung und Präsentation - Übungen und Fallbeispiele 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Prozessorientierte Managementsysteme:</u>					
Die Studierenden kennen nach Beendigung dieses Moduls die Wichtigkeit des Qualitätsmanagements für produzierende Unternehmen und Dienstleistungsunternehmen. Sie wenden Basiswissen zu diesem Themenbereich auf das Modellieren und Dokumentieren von Prozessen an. Ziel und Zweck der ISO 9000er Familie werden auf die die Planung und Durchführung von Audits sowie die Erstellung einer unternehmensspezifischen Managementsystemdokumentation transferiert.					
Die Bedeutung der Qualität und des Qualitätsmanagements für den Erfolg von Organisationen jeglicher Art wird anhand der dargestellten Inhalte, der Fallbeispiele und der Präsentation der Arbeitsergebnisse reflektiert dargestellt, diskutiert und vertieft.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Prozessorientierte Managementsysteme:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Imai, M.: Kaizen. Der Schlüssel zum Erfolg, der Japaner im Wettbewerb, Verlag Ullstein, 3. Auflage, 1993 - Deming, W. E.: Out of the crisis, 2000 - Womack, J. P.: Lean thinking, 2004 - DIN EN ISO 9000, 9001 9004 und 19011 - Goldratt, E. M.: Das Ziel, 4. Auflage, 2008 - Kamiske, G. F.: Qualitätsmanagement von A bis Z, 7. Auflage, 2011 - Masing, W.: Handbuch Qualitätsmanagement, 5. Auflage, 2007 - Skript DGQ 					

1.4 Technikgeschichte

Nr.: 1.4	Pflichtmodul: Technikgeschichte	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 1
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: HA/RE
Präsenz: 12 h		Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain			Lehr- und Lernformen:
Technikgeschichte					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI					
Inhalte					
<u>Technikgeschichte:</u> Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über die Technikentwicklung in ausgewählten Epochen in ihren ökonomischen, sozialen und kulturellen Zusammenhängen. Die Studierenden sollen technikhistorische Fragestellungen in größere historische und gesellschaftliche Zusammenhänge einordnen lernen.					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Technikgeschichte:</u> Die Studierenden erwerben einen breiten Überblick über die Technikentwicklung in wichtigen Epochen und erkennen die ökonomischen, sozialen und kulturellen Zusammenhänge. Sie lernen dabei die multifaktoriellen Abhängigkeiten der Technikentwicklung einzuschätzen und erkennen die Notwendigkeit von Technologiefolgeabschätzungen. Erwerb von Fachkompetenz 50 %, Methodenkompetenz 20 %, Systemkompetenz 10 %, Sozialkompetenz 20%.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Technikgeschichte:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Braun, Hans-Joachim; Kaiser, Walter (1997): Energiewirtschaft, Automatisierung, Information seit 1914 (Propyläen Technikgeschichte Bd.5), Berlin: Propyläen Verlag. - Engelhardt, Tristram (Hrsg.) (1987) Scientific Controversies, Cambridge. - König, Wolfgang (Hrsg.) (2000): Propyläen Technikgeschichte, Berlin: Propyläen Verlag (5 Bde). - König, Wolfgang; Weber, Wolfhard (1997): Netzwerke Stahl und Strom 1840 bis 1914 (Propyläen Technikgeschichte Bd.4), Berlin: Propyläen Verlag. - The Cambridge History of Science (2003ff.), Cambridge, (6 Bde) 					

1.5 Gesellschaftswissenschaften

Nr.: 1.5	Pflichtmodul: Gesellschaftswissenschaften	Sprache: deutsch			Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 1	
	Workload: 150 h			Prüfungsform: KL90		
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine		Präsenz: 12 h	Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain			Lehr- und Lernformen: V+Ü, O	Umfang (SWS): 4
Gesellschaftswissenschaften					V+Ü, O	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI						
Inhalte <u>Gesellschaftswissenschaften:</u> Lehrinhalte aus dem soziologischen Bereich: Erläuterung und Diskussion soziologischer Grundbegriffe (Handlung und Wissen, Institution und Sozialstruktur, Sozialisation, Gruppe und Organisation, Kultur und Herrschaft), Theorien zu gesellschaftlicher Differenzierung, Lebensverlauf- und Netzwerkforschung, sozialer Ungleichheit und sozialem Wandel sowie zeitdiagnostischer Ansätze wie Individualisierung, Globalisierung, Transnationalisierung. Einführungen und Ergänzungen durch ausgewählte spezielle Soziologien, z.B. Arbeits-, Familien-, Migrations-, Geschlechter- und Bildungssoziologie Lehrinhalte aus dem politikwissenschaftlichen Bereich: Die Lehrveranstaltung gibt einen systematischen Überblick über zentrale politikwissenschaftliche Grundbegriffe und Konzepte (Demokratie, Interessenvermittlung, Pluralismus, Korporatismus, Herrschaft, Institution, Staat, Public Management, Konflikt, Konsens, Legitimität, Globalisierung) und deren Einordnung in die politikwissenschaftliche Theoriebildung. Es soll ein Verständnis der Interaktion zivilgesellschaftlicher, privatwirtschaftlicher und staatlicher Akteure in unserer Gesellschaft und auf globaler Ebene entwickelt werden.						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <u>Gesellschaftswissenschaften:</u> Die Studierenden sind in der Lage, soziologische Grundbegriffe zu erläutern und diese auf gesellschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Sie können mit Hilfe soziologischer Theorien und sozialwissenschaftlicher Methoden aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen analysieren und diskutieren. Die Studierenden kennen Grundlagen und Gegenstandsbereiche der Politikwissenschaft sowie zentrale politikwissenschaftliche Begriffe. Sie haben Kenntnis der inhaltlichen Schwerpunkte und können Logik und Methodik politikwissenschaftlicher Argumentation nachvollziehen.						
Literatur und Arbeitsmaterialien <u>Gesellschaftswissenschaften:</u> - Bauman, Z. (1999): Vom Nutzen der Soziologie. Frankfurt/M: Suhrkamp. - Berg-Schlosser/ Stamm (2012): Politikwissenschaft: Eine grundlegende Einführung, 8. Auflage, Baden-Baden: Nomos UTB - Göhler, G./Iser, M./Kerner, I. (Hrsg.) (2011): Politische Theorie: 25 umkämpfte Begriffe zur Einführung, 2. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften - Joas, H. (Hrsg.) (2007): Lehrbuch der Soziologie, 3. Auflage, Frankfurt/Main u.a.: Campus						

- Korte (2016): Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie, 9. Auflage Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Mau S./ Schöneck-Voß, N. (Hrsg.) (2013): Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, 3. Auflage, Wiesbaden: VS Verlag.
- Pries, Ludger (2017). Soziologie. Schlüsselbegriffe, Herangehensweisen. Perspektiven, 3. Auflage, Weinheim: Beltz Juventa.

2. Semester

2.1 Innovationskultur

Nr.: 2.1	Pflichtmodul: Innovationskultur	Sprache: deutsch			Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 2	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 12 h	Selbst- studium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h	Prüfungsform: KL90	
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain			Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Innovationskultur					V+Ü, O	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI						
Inhalte						
<p><u>Innovationskultur:</u> Die Studierenden lernen die Begriffe Innovation, Innovationsprozess und –management sowie unterschiedliche Arten von Innovationen kennen. Inhaltlich Konkretisiert werden die zur Innovation treibenden Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren, dazu notwendige Untersuchungsmethoden (Innovationssuchfelder, SWOT/Gap-Analyse, Suchfeldmatrix, Szenariotechnik, Technologie-Monitoring, Technologie-Scouting, Wettbewerbs-Monitoring, Analyse technologischer Trends) sowie Methoden der Innovationsbedarfserfassung. Die Studierenden erlangen Einblicke in Ideenfindung und -sammlung durch Kreativitätstechniken, lernen Ideenbewertungsmethoden und Auswahlverfahren kennen, und können Innovationsentwicklungen auf globaler Ebene bewerten. Zudem werden grundlegende Instrumente zur Initiierung und Steuerung von Innovationsprozessen, sowie Aspekte der Entwicklung einer positiven Innovationskultur und Organisationsstruktur (auch Open Innovation) vermittelt. Die Studierenden sollen ferner mit wesentlichen Spannungsfeldern und Widerständen bei der Entwicklung von Produkt- und Prozessinnovationen vertraut gemacht werden. Nach Abschluss des Moduls sollen die Teilnehmer in der Lage sein, an der Entwicklung einer Innovationsstrategie mitzuwirken und innovationsfördernde Prozesse im Unternehmen mitzugestalten.</p>						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen						
<p><u>Innovationskultur:</u> Die Studierenden kennen zentrale Begriffe des Innovationsmanagements und können die unterschiedlichen Arten von Innovationen erläutern. Sie können den Innovationsprozess und Innovationsmanagement inhaltlich bestimmen und nach Branchen differenzieren. Außerdem haben sie einen Überblick über die Erfolgsfaktorenforschung und können die Erfolgsfaktoren für Innovationsstärke identifizieren. Sie kennen die Planungsschritte im Innovationsprozess und können verschiedene Prozessmodelle anhand von Prozessbeispielen erklären. Darüber hinaus erlernen sie verschiedene Methoden zur Unterstützung einer sich an der Unternehmensstrategie orientierenden Innovationsstrategie kennen. Sie können Methoden der Innovationsbedarfserfassung erläutern und anhand von Beispielen anwenden. Sie kennen die frühen Phasen des Innovationsprozesses bis zur Markteinführung und die zugehörigen Methoden und Techniken zur Prozessgestaltung. Sie können außerdem standardisierte Prozessabläufe und typische Organisationsformen inhaltlich erläutern sowie aktuelle und moderne Ansätze im Innovationsmanagement beschreiben und ihren Einsatz begründen.</p>						

Literatur und ArbeitsmaterialienInnovationskultur:

- Disselkamp (2012): Innovationsmanagement – Instrumente und Methoden zur Umsetzung im Unternehmen, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler.
- Eversheim, W. (2013): Innovationsmanagement für technische Produkte: Systematische und integrierte Produktentwicklung und Produktionsplanung, Berlin: Springer.
- Gassmann, O., Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, 3. Aufl., München: Hanser.
- Hauschildt / Salomo / Schultz / Kock (2016): Innovationsmanagement, 6. Aufl., München: Vahlen.
- Müller-Prothmann, T.; Dörr, N. (2014): Innovationsmanagement: Strategien, Methoden und Werkzeuge für systematische Innovationsprozesse, 3. Aufl., München: Hanser.
- Neun, W. (2014): Innovationen im Mittelstand erfolgreich managen: 25 Tipps für die praktische Umsetzung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schmidt/ Gleich/ Richter (2007): Innovationsmanagement in der Serviceindustrie: Grundlagen, Praxisbeispiele und Perspektiven, Freiburg i. Br.: Haufe.
- Vahs, D., Brem, A. (2015) Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel

2.2 Interkulturelles Management und Diversity

Nr.: 2.2	Pflichtmodul: Interkulturelles Management und Diversity	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 2
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: HA/PA
Präsenz: 8 h		Selbststudium: 122 h	Angeleitete Lehre/Online: 20 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Samir Saleh			Lehr- und Lernformen: Umfang (SWS):
Interkulturelles Management und Diversity		V+Ü, O			4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SBD, GI					
Inhalte <u>Interkulturelles Management und Diversity:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des interkulturellen Managements - Analyse des kulturellen Umfelds eines Zielmarktes - Auswirkung der Kultur auf das Konsum- und Führungsverhalten in einem Zielmarkt am Beispiel der Ländermärkte China und die VAE - Managing Diversity 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <u>Interkulturelles Management und Diversity:</u> Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer analysieren anhand von Kulturfaktoren die kulturelle Umwelt eines Zielmarktes, um den Einfluss der Kultur auf das Konsum- und Führungsverhalten in den jeweiligen Zielmärkten zu beurteilen. Damit können die Teilnehmer die zu erwartenden Auswirkungen ihrer Entscheidungsalternativen in einem fremden kulturellen Umfeld besser prognostizieren. Die Studierenden setzen darüber hinaus die Kultur eines Landes zielorientiert für den eigenen Geschäftserfolg ein. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nutzen die Potenziale der kulturellen Vielfalt einer diversen Belegschaft eines Unternehmens im Sinne von Managing Diversity.					
Literatur und Arbeitsmaterialien <u>Interkulturelles Management und Diversity:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Blom, H., Meier, H. (2017): Interkulturelles Management, 3. Aufl., NWB Verlag, Herne. - Deresky, H. (2014); International Management. Managing Across Borders and Cultures, 8th. Ed., Pearson, Harlow - Hollensen, S. (2017), Global Marketing, 7th.Ed. Pearson, Harlow - Dülfer, E. (2008), Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen, 7. Aufl., Oldenbourg Verlag, München, Wien - Rothlauf, J. (2009), Interkulturelles Management mit Beispielen aus Vietnam, China, Japan, Russland und den Golfstaaten, 3. Aufl. Oldenbourg Verlag, München. - Saleh, S. (2008), Die Vermarktung logistischer Dienstleistungen in den MENA-Ländern, in: Pradel/Süssenguth/Piontek/Schwolgin (Hrsg.): Praxishandbuch Logistik, DWD Verlag. 					

2.3 Managementdiagnostik

Nr.: 2.3	Pflichtmodul: Managementdiagnostik	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 2
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: HA/RE/PR
Präsenz: 12 h		Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Marc Simon			Lehr- und Lernformen:
Managementdiagnostik					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI					
Inhalte					
<u>Managementdiagnostik:</u> Instrumente, Methoden und Tools im Bereich der Personal- und Eignungsdiagnostik zur Potenzialfeststellung, Auswahl und Platzierung von Fach- und Führungskräften in Organisationen. Die Identifizierung, Rekrutierung und Entwicklung von Nachwuchs- und Führungskräften werden dabei auch vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen (demographischer Wandel, Generationen-management, Arbeit 4.0, etc.) mit hohem Praxisbezug betrachtet, vertieft und trainiert.					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Managementdiagnostik:</u> Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen der Management-Diagnostik und können diese sicher im Bereich der Diagnostik und Intervention im Anwendungsfeld von Management anwenden. Sie kennen die Methoden und Instrumente der Eignungsdiagnostik und sind in der Lage z. B. Methoden und Instrumente der Eignungsdiagnostik, psychologische Testverfahren, prognostische Beurteilungen von Eignung und Potenzial oder ein Skill- und Talentmanagement durchzuführen und zu bewerten. Darüber hinaus können sie die verschiedenen Methoden kritisch hinterfragen und kennen die Möglichkeiten und Grenzen sowohl aus wissenschaftlicher Sicht und als auch aus der praktischen Anwendung.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<u>Managementdiagnostik:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Sarges, W. (2013) Management-Diagnostik (4. Aufl.). Hogrefe - Hossiep, R. & Mühlhaus, O. (2015) Personalauswahl und -entwicklung mit Persönlichkeitstests. Hogrefe - Lorenz, M. & Lucht, S. (2015) Professionelle Personalauswahl und –entwicklung. Create Space - Schuler, H. (2014) Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung. Hogrefe - Kanning, U.P. (2015) Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Eine wirtschaftspsychologische Analyse. Springer - Krause, D.E. (2017) Personalauswahl - Die wichtigsten diagnostischen Verfahren für das Human Resources Management. Springer - Krings, T. (2017) Erfolgsfaktoren effektiver Personalauswahl. Springer 					

2.4 Projektmanagement

Nr.: 2.4	Pflichtmodul: Projektmanagement	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 2
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: KL90/HA
Präsenz: 16 h		Selbst- studium: 119 h	Angeleitete Lehre/Online: 15 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Carsten Wiljes			Lehr- und Lernformen:
Projektmanagement					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: SBD, STM, GI					
Inhalte					
<u>Projektmanagement:</u>					
<ul style="list-style-type: none"> - Definition, Arten und Ausprägungen von Projekten - Standards und Normen im Projektmanagement (DIN 69901, ISO 21500, Individual Competence Baseline ICB der IPMA, Project Management Body of Knowledge PMBOK des PMI und PRINCE2) - Wandel der Rahmenbedingungen und zunehmende Herausforderungen für das Projektmanagement - Klassische und moderne Vorgehensmodelle im Überblick - Klassisches Projektmanagement: <ul style="list-style-type: none"> - Projektmanagementphasen (Initialisierung, Definition, Planung, Steuerung und Abschluss) - Projektorganisation (Rollen und Organisationsformen) - Elemente der Projektplanung (Struktur-, Ablauf-, Termin-, Kapazitäts- und Kostenplan) - Überwachung des Projektfortschritts und Ableitung von Steuerungsmaßnahmen - Kontinuierliche Aufgaben (Stakeholder-Management, Risikomanagement, Projektmarketing, ...) - Methoden und Werkzeuge des klassischen Projektmanagements - Agiles Projektmanagement: <ul style="list-style-type: none"> - Agiles Manifest und agiles Mindset - Scrum (Rollen, Aktivitäten und Artefakte) - Agile Methoden und Techniken - Hybrides Projektmanagement: <ul style="list-style-type: none"> - Kombinationsmöglichkeiten klassischer und agiler Vorgehensmodelle - Organisations- und projektspezifischer Mix von Methoden und Techniken - Führung, Kommunikation und Zusammenarbeit im Projektteam - Multiprojektmanagement (Portfolio- und Programmmanagement) 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<u>Projektmanagement:</u>					
Die Studierenden beherrschen die zentrale Terminologie und können durch die Kenntnis der wichtigsten Normen und Standards auch in unternehmensübergreifenden Projekten sicher agieren.					
Sie können die Projektwürdigkeit von Vorhaben bestimmen und Projekte nach dem klassischen Vorgehen definieren und eigenständig planen. Fremde Projektpläne können sie analysieren und kritisch hinterfragen.					
Außerdem beherrschen die Studierenden geeignete Werkzeuge, um den Projektfortschritt zu überwachen und sie können Steuerungsmaßnahmen bewerten, auswählen und zielgerichtet umsetzen.					

Die Studierenden sind für die Bedeutung der internen und externen Kommunikation sowie der Führung und Zusammenarbeit im Team sensibilisiert. Sie können die Führungsaufgaben in klassischer und agiler Umgebung voneinander abgrenzen und selbst teamorientiert agieren. Sie können Stakeholder identifizieren und kategorisieren sowie geeignete Maßnahmen zum Umgang ableiten.

Sie können die Ursachen für die Veränderungen im Projektmanagement und die zunehmende Methodenvielfalt beurteilen und erklären. Sie kennen agile Methoden und können diese auch anwenden.

Die Studierenden können individuelle Projekteigenschaften und Rahmenbedingungen analysieren und die Eignung unterschiedlicher Vorgehensmodelle beurteilen. Auf Basis breiter Kenntnisse können sie geeignete Methoden und Techniken aus dem klassischen sowie dem agilen Projektmanagement auswählen, kombinieren und zu einem unternehmens- und projektspezifisch angepassten hybriden Vorgehensmodell entwickeln.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Projektmanagement:

- Drews, G. et al. (2016): Praxishandbuch Projektmanagement, 2. Auflage, Haufe, Freiburg, München
- Goldratt, E. (1997): Critical Chain, North River Press, Great Barrington
- Jenny, B. (2017): Projektmanagement. Das Wissen für eine erfolgreiche Karriere, 6. Auflage, vdf-Verlag, Zürich
- Kuster, J. et al. (2019): Handbuch Projektmanagement. agil – klassisch – hybrid, 4. Auflage, Springer, Berlin
- Patzak, G., Rattay, G (2017): Projektmanagement. Projekte, Projektportfolios, Programme und projektorientierte Unternehmen, 7. Auflage, Linde-Verlag, Wien
- Rubin, K. (2013): Essential Scrum. a practical guide to the most popular agile process, Addison-Wesley, Boston

2.5 Case Study

Nr.: 2.5	Pflichtmodul: Case Study	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 2
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: PA/PF/SB
Präsenz: 0 h		Selbststudium: 145 h	Angeleitete Lehre/Online: 5 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain			Lehr- und Lernformen:
Case Study					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI					
Inhalte					
<p><u>Case Study:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Themenspezifische Aufgabenbearbeitung in Kleingruppen - Förderung von Teamarbeit, Konfliktmanagement, Zeitmanagement, Selbstmanagement - Vertiefung des Wissenschaftlichen Arbeitens durch Anfertigung einer modulbegleitenden Arbeit - Kennenlernen potenzieller Praxispartner - Anwendung und Überprüfung theoretischen Wissens in der Praxis 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Case Study:</u></p> <p>Die Studierenden bearbeiten selbstständig Fallstudien und/oder Projekte in studiengangsrelevanten Bereichen. Ziel dieser Veranstaltung ist das vertiefte Sammeln von Praxiserfahrung auf der Management-Ebene, vertiefen der Arbeit in Projektgruppen, Umgang mit Problemstellungen, wissenschaftliche Bearbeitung eines komplexen Themengebiets. Nach erfolgreicher Teilnahme haben die Studierenden ein Projekt in allen Phasen durchlaufen (Planung, Organisation, Durchführung, Kontrolle) und schließen es durch die Ausfertigung einer umfassenden wissenschaftlichen Arbeit für den Projektpartner bzw. die Lehrenden ab.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p><u>Case Study:</u></p> <p>Arbeitsmaterialien werden jeweils projektbezogen zusammengestellt</p>					

3. Semester

3.1 Klimafolgen

Nr.: 3.1	Pflichtmodul: Klimafolgen	Sprache: deutsch			Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 3	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 12 h	Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h	Prüfungsform: KL90/RE	
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain			Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Klimafolgen					S+Ü,O	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI						
Inhalte						
<u>Klimafolgen:</u>						
<ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftlicher Sachstand zum Themenbereich Klimawandel und Klimafolgen - Klimageschichte (Paläoklima), Ursachen des natürlichen und anthropogen bedingten Klimawandels - Wesentliche Folgen eines Klimawandels im Erdsystem und im System Mensch-Erde: Atmosphäre, Ozeane, Küsten, Kryosphäre, hydrometeorologische Extreme, Landwirtschaft, Ökonomie, Bioklima - Bestandsaufnahme derzeitiger Forschungsfelder: Folgen und Beeinträchtigungen des Natur-, Wirtschafts- und Kulturräumens; regionsspezifische Vulnerabilitäten und Resilienz - Wesentliche Grundlagen nationaler und internationaler Klimapolitik (Rechtliche Grundlagen, Technische, wirtschaftliche und politische Möglichkeiten des Klimaschutzes; Arbeitsweise des IPCC) - Einführung in die Grundlagen der Klimamodellierung 						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen						
<u>Klimafolgen:</u>						
Die Studierenden sind in der Lage, die komplexen Ursachen und Wirkungen des anthropogenen und nicht-anthropogenen Klimawandel zu verstehen und haben Kenntnisse über die Szenarien für die weitere Entwicklung des Klimawandels sowie seine Folgen in verschiedenen Bereichen von Natur und Gesellschaft und können Handlungsempfehlungen für die Klimafolgenminimierung geben.						
Literatur und Arbeitsmaterialien						
<u>Klimafolgen:</u>						
<ul style="list-style-type: none"> - Hübner, R., Schmon, B. (Hrsg.) (2019): Das transformative Potenzial von Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung: Chancen und Risiken, Springer, Wiesbaden - Neukirchen, F. (Hrsg.) (2019): Die Folgen des Klimawandels, Springer, Berlin - Rahmstorf, S. (2019): Der Klimawandel: Diagnose, Prognose, Therapie, C.H. Beck, München - Sihn-Weber, A., Fischler, F. (Hrsg.) (2020): CSR und Klimawandel: Unternehmenspotenziale und Chancen einer nachhaltigen und klimaschonenden Wirtschaftstransformation, Springer, Berlin - Welfens, P. (2019): Klimaschutzpolitik: Neue wirtschaftliche und internationale Perspektiven zur Klimadebatte, Springer, Wiesbaden 						

3.2 Zukunft der multilateralen Demokratie

Nr.: 3.2	Pflichtmodul: Zukunft der multilateralen Demokratie	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 3
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: KL90/HA/RE
Präsenz: 12 h		Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain			Lehr- und Lernformen:
Zukunft der multilateralen Demokratie					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI					
Inhalte					
<p><u>Zukunft der multilateralen Demokratie:</u> Vermittlung von Konzepten zur formellen und informellen grenzübergreifenden Gestaltung der Zusammenarbeit mehrerer Staaten bei der Lösung politischer, gesellschaftlicher oder technischer Probleme und deren völkerrechtliche Regelung auf diplomatischer und/oder vertraglicher Basis und unter besonderer Berücksichtigung des Welthandelsrechtes (GATT, GATS). Einführung in die Bedeutung internationaler Organisationen (insbesondere UN) und deren Strategien zur Bewältigung aktueller ökologischer, außen-, sicherheits- und handlungspolitischer Herausforderungen. Erkennen der Ursachen für die Ablehnung multilateraler Kooperationskonzepte (soziale Ungleichheit, Ineffizienz und mangelnde Transparenz sowie ungleiche Einflussmöglichkeiten in bestehenden Kooperationsstrukturen)</p>					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Zukunft der multilateralen Demokratie:</u> Die Studierenden entwickeln Strategien zum Umgang mit aufkeimenden ordnungspolitischen Gegenmodellen zur liberalen Demokratie und der freien Marktwirtschaft, die auf Autoritarismus und Staatsinterventionismus fundieren sowie nationalen populistischen und autoritären Kräften, die ohne Rücksicht auf andere Länder, Umwelt und bestehende Vertragswerken zu Handel, Sicherheit, Klima, Abrüstung, und Atomenergie kurzfristige nationale Interessen verfolgen. Sie können Chancen und Risiken der Einbeziehung zivil- und wirtschaftlicher Akteure in multilaterale Prozesse und die Arbeit der internationalen Organisationen abschätzen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, neue Formen der multilateralen Kooperation, die über traditionelle Regierungskooperationen hinausgehen, zu entwickeln.</p>					

Literatur und ArbeitsmaterialienZukunft der multilateralen Demokratie:

- Bertelsmann Stiftung (ed.) (2018): "The G20 is turning 20. Time to take stock of multilateralism", Policy Brief 6/2018
- Gowan, R., Dworkin, A. (2019): "Three crises and an opportunity: Europe's stake in multilateralism", European Council on Foreign Relations, Policy Brief September 2019.
- Pisani-Ferry, J. (2018). „Should We Give Up on Global Governance?“, Bruegel Policy Contribution, Issue No. 17, October 2018.
- Kowalski, E. (2019): Liberté, Egalité, Fragilité: Über die Zerbrechlichkeit der Demokratie, J.B. Metzler, Stuttgart.
- Krause, J. (2016): Multilateralismus in einer multipolaren Welt. In: Politikum, Heft 4/2016, S. 5–12.
- Francis C. (2011): The Government of the Peoples. On the Idea and Principles of Multilateral Democracy. Palgrave Macmillan, New York.

3.3 Gesellschaftliche Innovationen

Nr.: 3.3	Pflichtmodul: Gesellschaftliche Innovationen	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 3
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: KL90/HA/RE
Präsenz: 12 h		Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Jain			Lehr- und Lernformen:
Gesellschaftliche Innovationen					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI					
Inhalte					
<p><u>Gesellschaftliche Innovationen:</u> Vermittlung des Grundgedankens gesellschaftlicher Innovationen. Gesellschaftliche Innovationen werden dabei als Prozess begriffen, in dem durch die Außerkraftsetzung üblicher Routinen eine nachhaltige institutionelle Veränderung der Gesellschaft in Gang gesetzt wird. Erkennen von innovativen Prozessen in und an intermediären Institutionen, die explizit zur Lösung gesellschaftlicher Probleme gebildet wurden (z.B. Menschenrechtsorganisationen oder auch Einrichtungen des Quartiersmanagements in Städten). Erkennen der Besonderheiten gesellschaftlicher Innovationsprozesse, die im Gegensatz zu systemerhaltenden Reformen in bestehenden institutionellen Systemen, den Umbruch bestehender Ordnungen in Kauf nehmen. Klarstellung, dass Innovation auch außerhalb des bisher üblichen technologieorientierten oder wirtschaftswissenschaftlichen Kontextes im Umfeld von Unternehmen (dort in der Regel als Produkt- oder Prozessinnovation bekannt) stattfinden, und auch die Umgestaltung des durch kulturelle Einflüsse, Leitbilder und Machtkonstellationen geprägten gesellschaftlichen Konstruktes zum Ziel haben kann.</p>					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Gesellschaftliche Innovationen:</u> Die Studierenden erkennen das Beziehungsgeflecht zwischen Zivilgesellschaft, gesellschaftlichen Organisationen, Unternehmen, politischen Akteuren und staatlicher Verwaltung bei Entstehung und Ausformung gesellschaftlicher Innovationsprozesse und deren Wechselwirkungen mit technischen Innovationen (z.B. Neuausrichtung des Bildungssystems im Zuge der Digitalisierung). Sie können bürgerorientierte, offene gesellschaftliche Innovationsprozesse durch Freisetzung der Innovationskraft aller gesellschaftlicher Akteure gestalten, um die Innovationskraft der Gesellschaft als Ganzes strategisch nutzen und stabilisieren zu können. Die Studierenden sind in der Lage, gesellschaftliche Innovationsprozesse durch die Definition unterschiedlicher Prozessphasen (Ideengewinnung, Konzeptdefinition, Konzeptbewertung, Umsetzung) und deren Ausgestaltung durch entsprechende Ansätze, Vorgehensweisen und Veranstaltungsformate zu steuern.</p>					

Literatur und ArbeitsmaterialienGesellschaftliche Innovationen:

- Sprinkart, K.-P., Dürr, P., Sailer, K. (2017): Perspektiven gesellschaftlicher Innovation: Nachhaltige Strategien für die Zukunftsfelder Ernährung, Umwelt, Politik, Wirtschaft, Kommunikation. Regensburg.
- Sprinkart, K.-P., Dürr, P., Sailer, K. (2017): Praxis gesellschaftlicher Innovation: Best Practice-Beispiele aus den Zukunftsfeldern Zivilgesellschaft & gesellschaftliche Beteiligung, Bildung & Integration, Diversity of Lifestyles. Regensburg.
- Rammert, W., Windeler, A., Knoblauch, H., Hutter, M. (2016): Innovationsgesellschaft heute: Perspektiven, Felder und Fälle. Berlin und Heidelberg.
- Sprinkart, K.-P., Dürr, P., Sailer, K. (2015): Netzwerke gesellschaftlicher Innovation: Akteure des Wandels in den Zukunftsfeldern Ökonomie & Finanzwirtschaft, Kultur & Medien. Regensburg.
- Adloff, F., Birsl, U., Schwertmann, P. (2015): Wirtschaft und Zivilgesellschaft: Theoretische und empirische Perspektiven, Band 8 Jahrbuch für Europa- und Nordamerika-Studien. Berlin und Heidelberg.
- Altenburger, R. (2013): CSR und Innovationsmanagement: Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil. Berlin und Heidelberg.
- Welsch, J. (2015): Innovationspolitik: Eine problemorientierte Einführung. Berlin und Heidelberg.

3.4 Digitale Transformation

Nr.: 3.4	Pflichtmodul: Digitale Transformation	Sprache: deutsch			Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 3	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 12 h	Selbststudium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h	Prüfungsform: RE/PR/HA	
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Denis Royer			Lehr- und Lernformen: S+Ü,O	Umfang (SWS): 4
Digitale Transformation						
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI						
Inhalte <u>Digitale Transformation:</u> Verändertes, digitales (Kunden-)Verhalten; Digitale Enabler; Digitale Technologien (Software, Big Data, Cloud Computing etc.); Digitale Infrastruktur (Smartphone, Tablet, Laptop etc.); Digitale Anwendungen (Programme, Apps, Gamification, Quantified Self); Gründe für die Unterschätzung des exponentiellen Fortschritts der Digitalisierung; Recht und Digitalisierung; Konzeptverständnis, Abgrenzung zu Informationsmanagement, Verortung von Phänomenen und Entwicklungen; Wertschöpfungsstrukturen; Geschäftsmodelle; Veränderungen in primären und sekundären Aktivitäten; IT-induzierte Veränderungen im Management, in der Strategie und der Organisation; Management der Transformation; Wirkung der Transformation auf Unternehmen und Branchen						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <u>Digitale Transformation:</u> Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der Digitalisierung und können die Notwendigkeit der digitalen Transformation begründen. Sie wissen, was die digitale Transformation prägt und können die sozialen, ökonomischen und kulturellen Auswirkungen auf die Gesellschaft abschätzen. Die Studierenden kennen die Hauptakteure der digitalen Transformation (Individuen/Gemeinschaften/ Staat/Wissenschaft/Unternehmen) und lernen, den Menschen im Allgemeinen und den Kunden im Speziellen in den Kontext der Digitalisierung zu setzen. Sie verstehen die Intentionen der jeweiligen Veränderungstreiber/-bremser und ihre jeweilige Wirkungsweise.						
Literatur und Arbeitsmaterialien <u>Digitale Transformation:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Heinemann, Gerrit/Gehrckens, Mathias/Woltersm Uly J./dgroup GmbH (2016): Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel. Wiesbaden: Springer Gabler. - Grassmann, Sutter (2016): Digitale Transformation im Unternehmen gestalten, Hanser. - Keuper, Frank/Schomann, Marc/Sikora, Linda Isabell/Wassef, Rimon (2018): Disruption und Transformation Management. Wiesbaden: Springer Gabler. - Osterwalder et al. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus. - Petric, Ronald/Sorge, Christoph (2017): Datenschutz: Einführung in technischen Datenschutz, Datenschutzrecht und angewandte Kryptographie. Wiesbaden: Springer Gabler. - Rogers, David L. (2017): Digital Transformation - Das Playbook, MITP. - Schallomo et al. (2017): Digitale Transformation von Geschäftsmodellen - Grundlagen, Instrumente und Best Practices, Springer-Gabler. - Winkelhake, Uwe (2018): Die digitale Transformation der Automobilindustrie: Treiber - Roadmap – Praxis, Springer Vieweg 						

3.5 Case Study

Nr.: 3.5	Pflichtmodul: Case Study	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Wintersemester			Semesterlage: 3
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: PA/PF/SB
Präsenz: 0 h		Selbststudium: 145 h	Angeleitete Lehre/Online: 5 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Denis Royer			Lehr- und Lernformen:
Case Study					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI					
Inhalte					
<p><u>Case Study</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Themenspezifische Aufgabenbearbeitung in Kleingruppen - Förderung von Teamarbeit, Konfliktmanagement, Zeitmanagement und Selbstmanagement - Vertiefung des Wissenschaftlichen Arbeitens durch Anfertigung einer modulbegleitenden Arbeit - Kennenlernen potenzieller Praxispartner - Anwendung und Überprüfung theoretischen Wissens in der Praxis 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p><u>Case Study:</u> Die Studierenden haben die Möglichkeit, im Kontext der Digitalen Transformation eigene digitale Dienste praktisch zu entwickeln. Dies findet im Rahmen eines Praxislabors statt, in dem Digitale Dienste von der Geschäftsidee, über die Kundenanforderung bis hin zu einer Umsetzungsplanung konzipiert und umgesetzt werden sollen. Dabei soll praxisnah, interdisziplinär und projektbezogen gearbeitet werden. Ziel ist es letztlich, die notwendigen Kompetenzen und Methoden im Rahmen der Umsetzungsarbeiten in den Projektgruppen zu identifizieren und sich zu erschließen. Weiterhin erlangen die Studierenden die notwendigen Kompetenzen, um in einem Team, die Methoden in Anwendung zu bringen.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
<p><u>Case Study:</u> Arbeitsmaterialien werden jeweils projektbezogen zusammengestellt</p>					

4. Semester

4.1 Marketingmanagement

Nr.: 4.1	Pflichtmodul: Marketingmanagement	Sprache: deutsch			Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 4	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 12 h	Selbst- studium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h	Prüfungsform: KL90	
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ingrid Bormann			Lehr- und Lernformen:	Umfang (SWS):
Marketingmanagement:					V+Ü, O	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: WI, GI						
Inhalte						
<u>Marketingmanagement:</u>						
<ul style="list-style-type: none"> - Marketing-Konzepte - Marketing-Planungsprozess - Marketing-Zielplanung - Marketing-Strategien - ausgewählte Aspekte der Marktforschung 						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen						
<u>Marketingmanagement:</u>						
Die Studierenden kennen alle gängigen Ansätze im Rahmen der strategischen Marketing-Planung. Sie sind in der Lage, das erworbene Wissen auf Problemstellungen der strategischen Marketing-Praxis anzuwenden. Die Studierenden können dabei insbesondere die spezifischen Aspekte einer internationalen Ausrichtung der Marketingaktivitäten einschätzen und in ihrer Planung berücksichtigen. Das Modul fördert ein problemorientiertes Denken und die selbständige Aufgabenbewältigung von marketingstrategischen Fragestellungen.						
Literatur und Arbeitsmaterialien						
<u>Marketingmanagement:</u>						
<ul style="list-style-type: none"> - Bormann, I.; Hurth, J.: Hersteller-und Handelsmarketing, Herne 2014. - Homburg, Ch.: Marketingmanagement, 6. Aufl., Wiesbaden 2016. 						

4.2 Wissensmanagement

Nr.: 4.2	Pflichtmodul: Wissensmanagement	Sprache: deutsch			Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 4
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 150 h			Prüfungsform: RE/PR/HA
Präsenz: 12 h		Selbst- studium: 120 h	Angeleitete Lehre/Online: 18 h		
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Dr. Antje Fitschen-Lischewski			Lehr- und Lernformen:
Wissensmanagement					Umfang (SWS): 4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI					
Inhalte <u>Wissensmanagement:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Wissensentwicklung und -kommunikation - Wissensakquisition und -verwaltung - Implizites und explizites Wissen - Instrumente des Wissensmanagements - Implementierung von Wissensmanagement 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <u>Wissensmanagement:</u> Die Studierenden kennen Techniken und Werkzeuge für die Wissensakquisition und -verwaltung und können sie anwenden. Sie können bei den Mitarbeitern ein Verständnis für die Notwendigkeit eines organisationalen Wissensmanagements schärfen. Das im Unternehmen verfügbare Wissen kann dadurch zielbewusst und gewinnbringend eingesetzt werden. Die Studierenden erwerben das Know-how, um die betriebliche Wissensbasis kontinuierlich weiterzuentwickeln. Sie können Lösungen entwickeln, wie Wissen in der Praxis "gemanagt" werden kann, ohne dass das Unternehmen von Dokumentationspflichten behindert bzw. von einer Informationsflut überrollt wird.					
Literatur und Arbeitsmaterialien <u>Wissensmanagement:</u> <ul style="list-style-type: none"> - Willke, H. (2018): Einführung in das systemische Wissensmanagement, Heidelberg. - Heisig, P. (2005): Integration von Wissensmanagement in Geschäftsprozesse. Berlin: eureki. - Probst, G., Raub, S., Romhardt, K. (2013): Wissen managen: Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, Gabler, Wiesbaden. 					

4.3 Masterarbeit und Kolloquium

Nr.: 4.3	Pflichtmodul: Masterarbeit und Kolloquium	Sprache: deutsch			Credits: 15+3	
		Häufigkeit: jährlich im Sommersemester			Semesterlage: 4	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 0 h	Selbststudium: 450 h	Angeleitete Lehre/Online: 0 h	Prüfungsform: MA+KO	
Veranstaltungen:		Modulverantwortlich: Betreuende(r) Erstprüfer(in)			Lehr- und Lernformen: B	Umfang (SWS):
Masterarbeit und Kolloquium					MA	
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: GI						
Inhalte						
<u>Masterarbeit und Kolloquium:</u> Eigenständiges Arbeiten an betriebswirtschaftlichen Fragestellungen aus den Themenbereichen Strategie, Führung oder Management. In aller Regel wird die Problem-/Aufgabenstellung - also das eigentliche Thema für die Masterarbeit - in Abstimmung mit dem Betreuer der Hochschule abgeleitet. In geeigneten Fällen kann dies auch eine wissenschaftliche Arbeit mit einem konkreten Anwendungsbezug sein. Nach der offiziellen Ausgabe des Themas durch den Prüfungsausschuss ist die eigentliche Erstellung der Masterarbeit ein kontinuierlicher Prozess, für den eine Erstellungszeit von drei Monaten vorgesehen ist. Die Dozentin/der Dozent unterstützt als Betreuer die Studierenden in persönlichen Gesprächen bzgl. Einhaltung der Lern- und Qualifikationsziele						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen						
<u>Masterarbeit und Kolloquium:</u> Mit der Masterarbeit zeigen die Studierenden, dass sie in einem vorgegebenen Zeitraum eine Problemstellung des Fachs, die in aller Regel im engen Zusammenhang mit den Themenbereichen Strategie, Führung oder Management steht, selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnissen des Fachs bearbeiten, anschaulich vermitteln und schriftlich dokumentieren können. Hierzu gehören die Auswahl und Strukturierung der Aufgabenstellung, die Zusammenstellung der erforderlichen Ressourcen und die Bearbeitung der vorab abgestimmten Themenstellung in einer festgelegten Frist. Neben der schriftlichen Arbeit werden die Inhalte in einem Kolloquium sachgerecht präsentiert, die fachlichen Zusammenhängen unter Berücksichtigung von wissenschaftlichen Methoden sachgerecht dargestellt und argumentativ in einer Fachdiskussion verteidigt.						
Literatur und Arbeitsmaterialien						
<u>Masterarbeit und Kolloquium:</u> Für die Masterarbeit relevante Literaturquellen und Arbeitsmaterialien.						