

Modulhandbuch

General Management (GM)

Modulbeschreibung General Management

Seite 1 von 47

Inhaltsverzeichnis

GM	Gesamtkonto	2
GM-01	Communication & Leadership	3
GM-02	Project Management	7
GM-03	Managerial Finance & Accounting	10
GM-04	Logistics	15
GM-05	Specific Economic Aspects	19
GM-06	Strategic Management	24
GM-07	Elements of Digitalization	28
GM-08	Change Management	32
GM-09	Marketing	36
GM-10	Electives	41
GM-11	Student Consulting Project	43
GM-12	Master-Thesis	45
Erläuterungen		47

Modulbeschreibung General Management

Seite 2 von 47

Gesamtkonto

zugeordnet zu: Studiengang GM General Management

Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	90.0	SWS:	0.0

GM-01	Communication & Leadership
GM-02	Project Management
GM-03	Managerial Finance & Accounting
GM-04	Logistics
GM-05	Specific Economic Aspects
GM-06	Strategic Management
GM-07	Elements of Digitalization
GM-08	Change Management
GM-09	Marketing
GM-10	Electives
GM-11	Student Consulting Project
GM-12	Master-Thesis

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-01 Communication & Leadership			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	8.0	Workload (h):	240
empf. Semester:	1. Semester	Kontaktzeit (h):	67,5
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	172,5
Lehrform:	Seminar	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1010	Cross Cultural Management
	1050	Human Resource Management
	1060	Leadership

Lehrveranstaltungen

B+W711 Human Resource Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Inhalt der Lehrveranstaltung sind ausgewählte personalwirtschaftliche Themen, die auch für Führungskräfte außerhalb des Personalbereiches relevant sind.

Hierzu gehören insbesondere die Themenbereiche:

- Strategisches Personalmanagement „HR 4.0“
- Herausforderungen („Megatrends“) an ein modernes HR-Management
- HRM-Einfluss auf die Unternehmenskultur, Employer Branding
- HRM vor, während und am Ende der Beschäftigung von Mitarbeitern
- Personalbeschaffung, Mitarbeiterführung und -entwicklung, Feedback, Vergütungs- und Arbeitszeitsysteme
- Karriereplanung

Bei diesen Punkten werden jeweils auch die arbeitsrechtlichen und die mitbestimmungsrechtlichen Fragen behandelt. Die genannten Themenbereiche werden jeweils sowohl aus Arbeitgeber als auch aus Arbeitnehmersicht erörtert.

Literatur : Lindner-Lohmann, D.: Personalmanagement, 2. Auflage, Springer-Gabler, 2012.

Baron, A., Armstrong, M.: Human Capital Management – Achieving Added Value through People, 1st edition, London UK: Kogan Page, 2008.

Gaugler et. al.: Handwörterbuch des Personalwesens, 3. Auflage, Stuttgart: Schäffer Poeschel Verlag, 2004.

Weuster, A.: Personalauswahl: Anforderungsprofil, Bewerbersuche, Vorauswahl und Vorstellungsgespräch, 1. Auflage, Wiesbaden: Gabler Verlag, 2004.

B+W712

Leadership

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Zentraler Inhalt der Veranstaltung ist die Aufgabe der Mitarbeiterführung durch Vorgesetzte. Hierzu gehören verschiedene Schwerpunkte, insbesondere folgende Themenbereiche:

- Auswahl und Förderung von Führungskräften
- Systeme von Arbeitsmotiven
- Konzept der Mitarbeiterzufriedenheit
- Ansätze und Erfolgsfaktoren der Mitarbeiterführung
- Leistungsmotivierung der Mitarbeiter
- Teambildung und Teamkonflikte
- Umgang mit verschiedenen Mitarbeitergruppen
- Interkulturelle Kompetenzen
- Ethische Probleme der Mitarbeiterführung
- Messung des Führungserfolges

Literatur : Breyer-Mayländer, T.: Führung braucht Klarheit, 1. Auflage, München: Carl Hanser Verlag, 2015.

Nohria, N./Khurana, R.: Handbook of Leadership in Theory and Practice. Boston: Harvard Business Press, 2010.

Morgan, G.: Images of Organizations. Thousand Oaks: Sage, 2016.

B+W713

Cross Cultural Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Most people are well aware that doing business with countries in other parts of the globalized world requires special skills to overcome differences in the traditional style of verbal and non-verbal communication and behavior.

The seminar looks at ways of categorizing cultures into linear active, multi-active or reactive cultures. Whether a culture is data-oriented or a listening culture influences how we behave in general, and the impact of this on how different nationalities carry out business is considered in detail. How different nationalities behave during meetings, their expectations regarding presentations and negotiations are covered.

An important part of the course is the study of cultural conditioning, of how our own culture shapes the way we look at the world and how we judge other cultures.

To do international business successfully involves developing social skills necessary to cope with situations which are not typical in our own culture. We discuss attitudes to time, coping with eating out, giving presents, hand-shaking and social taboos.

Modulbeschreibung General Management

Seite 5 von 47

- Literatur :
- Lewis, R.D.: When cultures Collide, 3rd edition, London UK: Nicholas Brealey International Publishing, 2005.
- Hall, E.T: Understanding cultural differences: Germans, French and Americans, 1st edition, Boston USA: Intercultural Press, 2000.
- Hofstede, G.: Culture's consequences, 2nd edition, California USA: Sage Publications, 2001.
- Axtell, R.E. Do's and taboos around the world, 3rd edition, New Jersey USA: John Wiley & Sons, 1993.
- Mole, J.: Mind your manners. Managing business cultures across Europe, 3rd edition, London UK: Nicholas Brealey International Publishing, 2003.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Da der Teilnehmerkreis aus berufserfahrenen Personen besteht, können Grundkenntnisse der Arbeit in verschiedenen Funktionsbereichen, sowie Kenntnisse von Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen vorausgesetzt werden.

Erste Vorerfahrungen in Führungszusammenhängen aus der Perspektive Führungskraft oder Mitarbeiter*in sind erforderlich.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Modulprüfung: Praktische Arbeit

Lernziele und Kompetenzen

Ziel dieses Moduls ist es, die Teilnehmer mit Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten so auszustatten, dass sie in der Lage sind, ihre Ziele und Aufgaben als Führungspersonen in unterschiedlichen Situationen und unter komplexen Rahmenbedingungen erfolgreich zu erfüllen.

- Sie können Führungsinstrumente und -techniken gezielt einsetzen, um ihre Führungsaufgaben effizient und effektiv zu lösen.
- Sie sind in der Lage, die Arbeitsbedingungen für ihre Mitarbeiter so zu gestalten, dass diese motiviert, herausgefordert und gefördert werden.
- Sie verfügen über kommunikative und soziale Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, die Beziehungen insbesondere zu Mitarbeitern und internationalen Geschäftspartnern situationsgerecht zu gestalten.

Modulbeschreibung General Management

Seite 6 von 47

Prüfung Cross Cultural Management

zugeordnet zu: Modul GM-01 Communication & Leadership

Prüfungsnummer:	1010	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Human Resource Management

zugeordnet zu: Modul GM-01 Communication & Leadership

Prüfungsnummer:	1050	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Leadership

zugeordnet zu: Modul GM-01 Communication & Leadership

Prüfungsnummer:	1060	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-02 Project Management			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Steffen Rietz	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	5.0	Workload (h):	150
empf. Semester:	1. Semester	Kontaktzeit (h):	45
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	105
Lehrform:	Vorlesung/Übung/Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1020	Project Management
	1021	Soft Skills for Experts & Manager

Lehrveranstaltungen

B+W733

Project Management

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Grundlagen des Projektmanagements
- Projektstart mit Auftragsklärung und Anforderungsanalyse
- Projektumfeldanalyse inkl. dem daraus folgenden aktiven Risiko- und Stakeholdermanagement
- Projektplanung, d.h. Projektstrukturplanung zzgl. integrierter Termin-, Ressourcen- und Budgetplanung
- Projektsteuerung und Fortschrittskontrolle
- Konfigurations- und Änderungsmanagement (Change Request Verfahren)
- Qualitätsmanagement, Qualitätssicherung inkl. ständigem Verbesserungsprozess
- Projektabschluss und -abschluss

Literatur : GPM (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4), Nürnberg: GPM-Verlag, 2019 (primär Bd. 1).

Rietz, S. / Steinhoff, F.: Projektmanagement – 100 Fragen, 100 Antworten, Düsseldorf: WEKA Verlag, 2018.

Lang/ Wagner: Der Weg zum projektorientieren Unternehmen, München: Hanser-Verlag, 2019.

ausgewählte Normen zum Projektmanagement, insb. DIN 69901, DIN 69909 und ISO 21500 ff.

Modulbeschreibung General Management

B+W734

Soft Skills for Experts & Manager

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Soft Skills definieren und abgrenzen
- Kommunikationspsychologische Grundlagen wie das 4-Ohren-Quadrat von Schulz-von-Thun, Watzlawick's Axiome der Kommunikation und Teufelskreise der Kommunikation
- Konstruktivismus und Systemtheorie
- „Aktives Zuhören“ anwenden
- Umgang mit Konflikten am Arbeitsplatz
- Präsentieren, Teammeetings moderieren und visualisieren

Literatur :

Schulz von Thun, F.: Miteinander Reden 2, Hamburg: Rowohlt Verlag, 1981.

Maturana, H./ Varela, F.: Der Baum der Erkenntnis, Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 1987.

König, E./ Volmer, G.: Handbuch Systemische Organisationsberatung, Weinheim, Basel: Beltz Verlag, 2008.

Rogers, C./ Rosenberg, R.: Die Person als Mittelpunkt der Wirklichkeit, Stuttgart: Klett-Cotta, 1980.

Reynolds, G.: Zen oder die Kunst der Präsentation, Heidelberg: dpunkt.verlag, 2008.

Duarte, N.: slide:ology oder die Kunst, brillante Präsentationen zu entwickeln. Köln: O'Reilly, 2009.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse der Betriebswirtschaftslehre

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Modulprüfung: Mündliche Prüfungsleistung

Lernziele und Kompetenzen

- Die Studierenden erwerben methodisches Wissen für die Projektarbeit, Projektpräsentationen und das eigene Verhalten in einer Projektorganisation
- Die Studierenden erproben Vorgehensweisen des Projektmanagements praktisch in Kleingruppenarbeiten
- Die Studierenden identifizieren konkrete Problemlösungsansätze in allen Projektphasen, auch und gerade im Bereich der Soft Skills und wenden diese selbst praktisch an
- Die Studierenden sammeln konkrete Projektmanagementenerfahrung im Team und transferieren die Erkenntnisse auf andere typische Problemstellungen auch außerhalb der Projektarbeit

Modulbeschreibung General Management

Prüfung Project Management

zugeordnet zu: Modul GM-02 Project Management

Prüfungsnummer:	1020	Prüfungsform:	Mündliche Leistung
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Soft Skills for Experts & Manager

zugeordnet zu: Modul GM-02 Project Management

Prüfungsnummer:	1021	Prüfungsform:	Mündliche Leistung
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-03 Managerial Finance & Accounting			
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Michael Otte		
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	8.0	Workload (h):	240
empf. Semester:	2. und 3. Semester	Kontaktzeit (h):	67,5
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	172,5
Lehrform:	Vorlesung/Übung	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jährlich (SS+WS)	Gruppengröße:	-

Zugeordnete Prüfungen	717	Managerial Accounting
	718	Finance & Investment
	719	Financial Reporting & Controlling

Lehrveranstaltungen

B+W717 Managerial Accounting

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Einführung in das betriebliche Rechnungswesen
- Die Kosten- und Leistungsrechnung als Teilgebiet des betrieblichen Rechnungswesens
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerstückrechnung (Kalkulation)
- Kostenträgerzeitrechnung (Kurzfristige Erfolgsrechnung)
- Teilkostenrechnung

Literatur : Steger, J.: Kosten- und Leistungsrechnung, 5. Aufl., München: Springer Gabler Verlag, 2010.

Barth, D., Ernst, D.: Kosten- u. Erlösrechnung Schritt für Schritt: Arbeitsbuch, Stuttgart: UTB GmbH, 2018.

Moroff, G., Focke, K: Repetitorium zur Kostenrechnung: Vollkostenrechnung - Systematisch üben, Lernziele erreichen, München: Springer Gabler Verlag, 2017.

Rudorfer, M.: Intensivkurs Kostenrechnung: Anschaulicher Einstieg für Studium u. Praxis, München: Springer Gabler Verlag, 2017.

Coenberg, A. G./ Fischer, T. M./ Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Stuttgart: Schäffer Poesche Verlag, 2016.

Haberstock, L.: Kostenrechnung I, 13. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2008.

Haberstock, L.: Kostenrechnung II, 10. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2008.

Michel, R./Torspecken, H.-D.: Grundlagen der Kostenrechnung, 2. Aufl., München: Carl Hanser Verlag, 1985.

Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung, Band 2: Deckungsbeitragsrechnung, 9. Aufl., Berlin-Herne: NWB Verlag, 2009.

Däumler, K.-D./Grabe, J.: Kostenrechnung, Band 1: Grundlagen, 10. Aufl., Berlin-Herne: NWB Verlag, 2008.

Ossadnik, W.: Kosten- und Leistungsrechnung, Berlin: Springer Verlag, 2008.

Götze, U.: Kostenrechnung und Kostenmanagement, 5. Aufl., Berlin: Springer Verlag, 2010.

B+W718**Finance & Investment**

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 4.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Finance (2/3)
- Investment (1/3)

Der Fokus im Vorlesungsteil „Finance“ liegt auf einer mittelständischen Finanzierungsstruktur, d.h. kapitalmarktorientierte Finanzierung wird nur gestreift. Die Lerninhalte des Vorlesungsteils Finance sind

- Grundlagen der Unternehmensfinanzierung (Liquidität, Rentabilität, Risiko, Kapitalbedarf, Kapitalstruktur, Optimierung der Kapitalstruktur)
- Grundkenntnissen der Matrix Außen-/Innenfinanzierung bzw. Eigen-/Fremdfinanzierung
- Finanzanalyse und -planung
- Eigen- versus Fremdkapital
- Principal Agent-Problematik und Creditor Relations
- Kreditfinanzierung (Lieferanten, Schuldscheine sowie Kreditsubstitute)
- Kapaldienstfähigkeit und Internes Rating
- Kreditsicherheiten

Im Vorlesungsteil „Investment“ liegen die Schwerpunkte auf den Bereichen Investitionsrisiko und Investitionsrechnung. Zudem wird das Thema ausländische Direktinvestitionen diskutiert. Die Lerninhalte beinhalten

- Finanzielle Bewertung und Risiko
- Portfolio-Theorie und Capital Asset Pricing Model
- Grundlagen des Investitionsrisikos und kapitalmarkttheoretischer Ansätze
- Grundkenntnisse verschiedener Investitionsrechenverfahren
- Net Present Value

- Internal Rate of Return
 - Weitere Kriterien der DCF-Analyse
 - Szenarioplanung, Simulation und Sensitivitäten
 - Besonderheiten bei ausländischen Direktinvestitionen
- Literatur :
- Bacher: Bilanzierung, Investition und Finanzierung, 10. Aufl., Herne: NWB Verlag, 2019.
- Berk/DeMarzo: Grundlagen der Finanzwirtschaft, 4. Aufl., Hallbergmoos: Pearson Deutschland GmbH, 2018.
- Bieg/Kußmaul/Waschbusch: Finanzierung, 3. Auflage, München: Verlag Franz Vahlen GmbH, 2016.
- Däumler/Grabe/Meinzer: Finanzierung verstehen, 11. Aufl., Herne: NWB Verlag, 2019.
- Drukarczyk/Lobe: Finanzierung, 11. Auflage, Stuttgart: UTB GmbH, 2014.
- Perridon/Steiner/Rathgeber: Finanzwirtschaft der Unternehmung, 17. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen GmbH, 2016.
- Poggensee: Investitionsrechnung, 3. Aufl., Wiesbaden: Verlag Springer Gabler, 2015.
- Stopka/Urban: Investition und Finanzierung, 1. Aufl., Wiesbaden: Verlag Springer Gabler, 2017.
- Thibierge/Beresford: A Practical Guide to Corporate Finance, 1. Aufl., Basingstoke: Verlag Palgrave Macmillan, 2015.

B+W719**Financial Reporting & Controlling**

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Einführung in die Unternehmenssteuerung und betrieblichen Informationsinstrumente
- Teilbereiche der Unternehmenssteuerung
- Kennzahlen und Kennzahlensysteme
- Anwendungsbezogenes Unternehmensplanspiel

Zunächst werden in einem Vorlesungsteil verschiedene Methoden und Instrumente zur Unternehmenssteuerung vorgestellt. Schwerpunkt bilden hier Kennzahlen und Kennzahlensysteme.

Im anschließenden Planspiel werden die Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Unternehmensbereichen abgebildet. Die Teilnehmer werden zu Unternehmen zusammengefasst und treten auf einem fiktiven Markt gegeneinander an. Herausforderung ist es, in einem unsicheren Markt rationale Entscheidungen anhand von zur Verfügung gestellten Unternehmenszahlen zu fällen und erfolgreicher als der Wettbewerb am Markt aufzutreten.

Modulbeschreibung General Management

Literatur :

Parallel zur Planung der einzelnen Entscheidungsperioden ist von den Studierenden eine Präsentation vorzubereiten, in der sie ihre Strategie und ihre Entscheidungen begründen sollen.

Steger: Kennzahlen und Kennzahlensysteme, 3. Aufl., Herne: NBW Verlag, 2017.

Weber; Schäffer: Einführung in das Controlling, 16. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag, 2020.

Horváth et al.: Controlling, 14. Aufl., Stuttgart: Vahlen Verlag, 2020.

Jeschke: Entscheidungsorientiertes Management, Berlin: De Gruyter Oldenburg Verlag, 2017.

TOPSIM GmbH (Hrsg.): Teilnehmerhandbuch zum Planspiel General Management, Tübingen 2015.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Kenntnisse der Mathematik und der Statistik

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen:

Klausur (K 120 Minuten) für B+W717 Managerial Accounting und B+W718 Finance & Investment

Praktische Arbeit für B+W719 Financial Reporting & Controlling

Lernziele und Kompetenzen

Das Modul erklärt zunächst die grundlegenden Begrifflichkeiten und Methoden aus den Unternehmensfunktionen Kosten- und Leistungsrechnung, Finanzierung und Investitionsrechnung sowie der Unternehmenssteuerung und des Controllings. Es werden die in der Praxis jeweils vorherrschenden Inhalte und Methoden des jeweiligen Fachgebietes vermittelt und vertieft. Im Einzelnen handelt es sich dabei exemplarisch um: traditionelle und neuere Verfahren der Kostenrechnung, Werttreiberüberlegungen, die komplette Außen- und Innenfinanzierung von Unternehmen, Cash Flows sowie grundlegende Inhalte der kennzahlengestützten Unternehmenssteuerung im Rahmen des Controllings. Detaillierte Inhaltsangaben können den einzelnen Lehrveranstaltungsbeschreibungen entnommen werden.

Die Studierenden verstehen die Zusammenhänge und Abhängigkeiten der Funktionsbereiche Finanzen, internes und externes Rechnungswesen, Controlling und Berichterstattung. Sie sind ferner in der Lage, die in den Bereichen vorherrschenden Methoden und Vorschriften adäquat auf Praxisfälle anzuwenden. Daraus abgeleitet werden Sie befähigt, fundierte Managemententscheidungen zu treffen oder vorzubereiten und mögliche Spielräume für ihre Unternehmen zu nutzen.

Modulbeschreibung General Management

Seite 14 von 47

Prüfung Managerial Accounting

zugeordnet zu: Modul GM-03 Managerial Finance & Accounting

Prüfungsnummer:	717	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Finance & Investment

zugeordnet zu: Modul GM-03 Managerial Finance & Accounting

Prüfungsnummer:	718	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Financial Reporting & Controlling

zugeordnet zu: Modul GM-03 Managerial Finance & Accounting

Prüfungsnummer:	719	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-04 Logistics			
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Steffen Rietz		
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	8.0	Workload (h):	240
empf. Semester:	1. und 2. Semester	Kontaktzeit (h):	67,5
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	172,5
Lehrform:	Seminar	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jährlich (SS+WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	720	International Procurement
	721	Supply Chain Management
	722	Production & Operations Management

Lehrveranstaltungen

B+W723 Supply Chain Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Supply Chain Management ist ein strategischer Ansatz sowie eine Methode zur Planung, zum Betrieb, zur Optimierung und zur Steuerung von Lieferketten. Dies wird durch speziell entwickelte Softwaresysteme (SCM-Tools) unterstützt.

- Der erste Teil des Seminars beschäftigt sich mit den strategischen Zielen von SCM sowie dem Aufbau klassischer Produktionsstrategien, die sämtliche Supply-Ziele unterstützen und die Supply-Kennzahlen optimieren. Darüber hinaus werden unterschiedliche Lean-Optimierungsansätze diskutiert und Möglichkeiten der erfolgreichen Überwindung von Hürden bei der Einführung dieser Methoden in die Praxis erarbeitet.
- Der zweite Teil des Seminars ist ein Praxisworkshop in einem Industrieunternehmen. Hier werden in Gruppenarbeit Optimierungsansätze auf dem Shopfloor erarbeitet und im Anschluss mit dem SC-Management der Firma diskutiert.

Das gesamte Seminar wird permanent durch aktuelles Know-how aus der laufenden Supply-Chain-Managementpraxis bereichert, um den praktischen Nutzen von SCM-Ansätzen im Kontext der konkreten und erfolgreichen Optimierung von Lieferketten in der Industrie zu demonstrieren.

Modulbeschreibung General Management

Seite 16 von 47

- Literatur : Cachon, G.; Terwiesch, C.: Matching Supply with Demand. An Introduction to Operations Management, 3rd edition, Mc Graw Hill Companies, 2013.
- Chopra, S.; Meindl, P.: Supply Chain Management. Strategy, Planning, and Operation, 6th global edition, London UK: Pearson Education, 2015.

B+W724 Production & Operations Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die Seminarreihe bietet einen guten Überblick über das Management eines produzierenden Unternehmens. Hierbei liegt der Fokus auf der kontinuierlichen Verfolgung relevanter KPI zur Steuerung von Kosten, Qualität, Lieferperformance und des Personals.

Hierbei wird konkret auf folgende Lerninhalte eingegangen:

- Steuerung eines produzierenden Unternehmens mittels geeigneter KPIs
- Wertstrom- und Engpassmanagement
- Lean-Methoden (5S, SMED, SFM, etc.)
- Prozessmanagement

Die Studenten lernen an praktischen Beispielen und Übungen, welche täglichen Probleme im Fertigungsumfeld auftreten und wie diese kurz-, mittel- und langfristig gelöst werden. Hierbei wird u.a. auf verschiedene Lean-Methoden eingegangen.

Literatur : Arnold, Tony: Introduction to Materials Management, 7th edition, London UK: Pearson Education, 2010.

Ritman, Larry, Krajewski, Lee: Operations Management: Strategy and Analysis, 9th edition, London UK: Pearson Education, 2009.

Womack, J.T., Jones, D.T., Ross, Daniel: The Machine that changed the world, 1st edition, New York USA: Harper Paperbacks, 1991.

Collins, Jim: Good to Great, 1st edition, New York USA: Harper Business, 2001.

Lunau, Stephan (Hrsg.): Six Sigma + Lean Toolset – Verbesserungsprojekte erfolgreich durchführen, Springer Verlag, 2006.

Dr. Thonemann, Ulrich: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson, 2015.

B+W725 International Procurement

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Produktionsunternehmen haben ihre Fertigungstiefe in den vergangenen Jahrzehnten systematisch reduziert und Beschaffungsaktivitäten internationalisiert. Das erfordert mehr und fundierte Einkaufsaktivitäten bei wachsendem Einkaufsvolumen. Darüber hinaus verlangt auch der Einkauf von Handelswaren immer stärker ein strategisches Vorgehen in globalen Märkten, die sich sehr stark verändern. Es werden daher folgende Themen vertieft bearbeitet:

Modulbeschreibung General Management

- Grundlagen des Einkaufs
- Management internationaler Einkaufsprojekte
- Internationales Einkaufsmanagement über den gesamten Einkaufsprozess vom simultaneous engineering, der Lieferantensuche und -bewertung, der Vertragsgestaltung und operativen Bestellabwicklung einschliesslich der Erarbeitung von Einkaufsstrategien
- Vorbereitung und Führen von Preis- und Kontraktverhandlungen mit internationalen Partnern
- Methoden und Instrumente des Internationalen Einkaufs im praktischen Umfeld anwenden

Literatur :

Kleemann, F.: Global Sourcing: Allgemeine Grundlagen, internationales Beschaffungscontrolling, Spend Management, Saarbrücken: Akademikerverlag, 2012.

Rast, Cristian A.: Chefsache Einkauf, Campus Verlag, 2008.

Voeth, Markus und Herbst, Uta: Verhandlungsmanagement – Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag, 2009.

Schuh, Christian et al.: Das Einkaufsschachbrett – Mit 64 Ansätzen Materialkosten senken und Wert schaffen, Gabler, 2008.

Borstelmann, K.: Global Sourcing – An International Procurement Strategy for the Emerging Markets of Eastern Europe and Asia, Saarbrücken: VDM Publishing Verlag, 2008.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine Vorkenntnisse notwendig

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen:

Praktische Arbeit in B+W725 International Procurement

Praktische Arbeit für B+W723 Supply Chain Management und B+W724 Production & Operations Management

Lernziele und Kompetenzen

Die Studierenden lernen, basierend auf Modellen, z.B. SCOR, übergreifende Prozessketten in produzierenden Unternehmen kennen. Sie beherrschen den Ablauf des prozessorientierten Ansatzes der Supply Chain von der Beschaffung über verschiedene Logistiksysteme bis zur Engpassplanung in den Produktionswerken. Das umfasst auch die Standortplanung und die Möglichkeiten des IT-Einsatzes in der Logistik (z.B. SAP, RFID).

Die Studierenden verstehen darüber hinaus die Gestaltung von Produktionssystemen unter Anwendung modernster Planungsmethoden als strategische Aufgabe. Grundlegende Themen hierbei sind z.B. Production System Design, Strategic and

Modulbeschreibung General Management

Operational Planning, Total Quality. Sie beherrschen die Anwendung der Prinzipien des Lean Production und Just-in-Time Logistic Systeme. Die Studierenden wissen aber auch um die Bedeutung von Informationstechnologien für das Supply Chain Management, um Material- und Informationsflüsse gestalten zu können.

Darauf aufbauen lernen sie die Grundlagen des Managements internationaler Einkaufsprojekte kennen. Sie verstehen das Internationale Beschaffungsmanagement über die gesamte Beschaffungskette, d.h. vom Beschaffungsmarketing, der Lieferantensuche und -bewertung, über die Bestellung, den Transport und die Zollabwicklung bis zur Warenvereinnahmung. Sie kennen die Strategien, wie man Preis- und Kontraktverhandlungen mit internationalen Partnern führt.

Beispiele und Fallstudien aus der betrieblichen Praxis ergänzen den Lehrstoff und helfen die einzelnen Aspekte vertieft und in Ihrem Zusammenspiel zu erfassen, so dass sowohl die Bedeutung der operativen Prozesse als auch der zugrunde liegenden Kooperationen zwischen Unternehmen berücksichtigt wird.

Prüfung International Procurement			
zugeordnet zu: Modul GM-04 Logistics			
Prüfungsnummer:	720	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Supply Chain Management			
zugeordnet zu: Modul GM-04 Logistics			
Prüfungsnummer:	721	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Production & Operations Management			
zugeordnet zu: Modul GM-04 Logistics			
Prüfungsnummer:	722	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-05 Specific Economic Aspects			
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Thomas Baumgärtler		
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	8.0	Workload (h):	240
empf. Semester:	1. und 2. Semester	Kontaktzeit (h):	67,5
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	172,5
Lehrform:	Vorlesung/Seminar	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jährlich (SS+WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	723	Global Business Environment
	724	Economic Law
	725	Turnaround Management

Lehrveranstaltungen

B+W726	Global Business Environment
	Veranstaltungsart: Vorlesung
	SWS: 2.0
	Lerninhalt: Die Vorlesung behandelt grundlegende Themenfelder des Global Business Environment, insbesondere ökonomische, technologische, politisch-rechtliche, gesellschaftlich-soziale und ökologisch-nachhaltige Einflussfaktoren im internationalen Unternehmensumfeld. Hierbei spielen die Analyse und Bewertung der Indikatoren und Prozesse der Globalisierung, aktuelle Bedingungen und Motive für eine Beteiligung am internationalen Handel sowie Auswirkungen der Globalisierung auf internationale Unternehmensorganisationen (multinationale und nationale Unternehmen) eine wichtige Rolle. Ferner sind auch die Auswirkungen von Protektionismus, neuen Technologien und Innovationspotenzialen in globaler und lokaler Perspektive näher zu beleuchten. Ergänzend werden internationale Finanzmärkte und Direktinvestitionen zur systematischen Analyse von Auslandsmärkten und ganzer Volkswirtschaften mit einbezogen.
	Literatur : Hamilton, L./Webster, P.: The International Business Environment, 4 th edition, Oxford University Press: Oxford 2018.
	Krugman, P./Obstfeld M./Melitz, M. J.: International Economics: Theory & Policy. 11th edition, Pearson: Boston 2018.
	Mankiw, N. G. / Taylor, M. P.: Economics, 5th edition, Cengage Learning Emea: Andover 2020.

Morrison, J.: The Global Business Environment. Challenges and Responsibilities, 4th edition, Macmillan International Higher Education: London, New York 2016.

Morrison, J.: The Global Business Environment: Towards Sustainability? 5th edition, Macmillan International Higher Education: London, New York 2020.

B+W727**Economic Law**

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

Solide, praxisorientierte Einführung in Grundlagen und Systematik des Bürgerlichen Rechts, insbesondere anwendungsbezogene und fundierte Vermittlung der Grundbegriffe des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB), des Allgemeinen Teils des BGB, der Grundzüge des Allgemeinen und besonderen Schuldrechts und des Sachenrechts.

Literatur : Auf die umfassende Darstellung des Familien- und Erbrechts wird bewusst verzichtet, und Vorschriften aus diesen Bereichen werden nur exkursorisch im Rahmen der o.g. Schwerpunktbereiche angesprochen.
Führich / Werdan: Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen, 8. Auflage, München: Vahlen, 2020.

Lange, Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht, 7. Auflage, München: Vahlen, 2015.

Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht, 21. Auflage, Heidelberg: C.F. Müller, 2019.

Ullrich, N.: Wirtschaftsrecht für Betriebswirte, 8. Auflage, Herne: NWB Verlag, 2015.

B+W728**Turnaround Management**

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Inhaltlich werden zwei Themenbereiche behandelt:

Im ersten Veranstaltungsteil werden Ursachen, die Auslöser bzw. Treiber einer Krise sein können, thematisiert, dies auch im Kontext der verschiedenen Krisenarten. Da die Krise bzw. die Krisenüberwindung naturgemäß auch die Erfassung der verhaltenspsychologischen Seite wesentlicher Akteure umfassen muss, wird ein Fokus auf die Stakeholderkrise gelegt.

Der zweite Veranstaltungsteil thematisiert Sanierungs- und Restrukturierungsoptionen in ihrer Vielschichtigkeit, dies auch unter Erfassung des sog. ESUG (Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen) mit den Instrumenten des Schutzschirmverfahrens und der Eigenverwaltung, ergänzt um den für die Unternehmenssanierung wichtigen Baustein des StaRUG (Unternehmensstabilisierungs- und -restrukturierungsgesetz). Ergänzend werden Controlling-Thematiken behandelt, die im Zusammenhang mit einer Unternehmenssanierung sowie -restrukturierung eine besondere Bedeutung erlangen.

Modulbeschreibung General Management

Literatur :

Die Veranstaltung bezieht einen umfassenden Real Case ein, der auf einem Excel-Tool basiert.

Pepels, W. (Hrsg.): Handbuch Turnaround Management, 2. Aufl., Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag 2015.

Baur, M./Kantowsky, J./Schulte, A.: Stakeholder Management in der Restrukturierung, 2. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler 2015.

Exler, M./Situm, M. (Hrsg.): Restrukturierungs- und Turnaround Management, 2. Aufl., Berlin: Erich Schmidt Verlag 2019 .

Themenbezogene Artikel aus Zeitschrift „Krise, Sanierung und Insolvenz“, Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Insolvenzordnung (InsO): <http://www.gesetze-im-internet.de/inso>

Verwendbarkeit des Moduls	General Management (Master)
Empfohlene Vorkenntnisse	Grundlegende Kenntnisse der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Modulprüfung besteht aus drei Teilen: Referat für B+W726 Global Business Environment Klausur K60 für B+W727 Economic Law Praktische Arbeit für B+W728 Turnaround Management
Lernziele und Kompetenzen	Das Modul behandelt die wesentlichen Aspekte einer globalisierten Wirtschaft und zeigt die Auswirkungen auf Unternehmen im internationalen Umfeld sowie Handlungsfelder für das Management bei zunehmend komplexer werdenden Sachverhalten in der Rechtsprechung und existenzbedrohende Unternehmenskrisen. In der Vorlesung Global Business Environment stehen neben grundlegenden Fragen zu Außenhandel und Globalisierung vor allem Faktoren, die das Unternehmensumfeld durch internationalen Handel signifikant beeinflussen. Hierzu zählen insbesondere ökonomische, technologische, politisch-rechtliche, gesellschaftlich-soziale und ökologisch-nachhaltige Einflussfaktoren. Ziel der Vorlesung ist es, den Studierenden ein Verständnis für die globalen Umfeldfaktoren eines Unternehmens zu vermitteln und die relevanten Faktoren für erfolgreiche internationale Geschäftsmodelle zu analysieren, zu bewerten und auf konkrete Fragestellungen am Beispiel ausgewählter Fallstudien anzuwenden. Studierende werden hierbei mit Managementthemen im internationalen Umfeld vertraut gemacht und auf Basis der vermittelten Methoden befähigt, erfolgversprechende und praxisorientierte Lösungsansätze im International Business zu erarbeiten.

Modulbeschreibung General Management

In der Vorlesung Economic Law erfolgt eine solide, praxisorientierte Einführung in die Grundlagen und Systematik des bürgerlichen Rechts, insbesondere eine anwendungsbezogene und fundierte Vermittlung der Grundbegriffe des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB), des Allgemeinen Teils des BGB, der Grundzüge des Allgemeinen und besonderen Schuldrechts und des Sachenrechts. Die Studierenden gewinnen ein Grundverständnis für juristische Methodik, juristische Denk- und Herangehensweise. Sie kennen das Abstraktionsprinzip als wesentliches Strukturprinzip des Bürgerlichen Gesetzbuchs und Grundlage des gesamten Wirtschaftsprivatrechts.

Im Rahmen des Turnaround Managements werden die Ursachen analysiert, welche Auslöser bzw. Treiber einer Unternehmenskrise sein können, dies auch im Kontext verschiedener Krisenarten. Zudem stehen verhaltenspsychologische Aspekte wesentlicher Akteure und hierbei insbesondere die Stakeholder-Krise im Fokus. Thematisiert werden auch Sanierungs- und Restrukturierungsoptionen in ihrer Vielschichtigkeit, dies auch unter Erfassung des sog. ESUG (Gesetz zur weiteren Erleichterung der Sanierung von Unternehmen) mit den Instrumenten des Schutzschirmverfahrens und der Eigenverwaltung, ergänzt um den für die Unternehmenssanierung wichtigen Baustein des StaRUG (Unternehmensstabilisierungs- und -restrukturierungsgesetz). Ergänzend werden Controlling-Thematiken behandelt, die im Zusammenhang mit einer Unternehmenssanierung sowie -restrukturierung eine besondere Bedeutung erlangen. Das Seminar bezieht einen auf einem Excel-Tool basierenden umfassenden Real Case ein. Die Studierenden erwerben die Expertise, unternehmerische krisenbehaftete Ausgangssituationen umfassend zu analysieren und zu bewerten. Zudem sind sie in der Lage, „passende“ Optionen der Sanierung und Restrukturierung auszuwählen und auf ihren Erfolgsbeitrag hin zu bewerten.

Prüfung Global Business Environment			
zugeordnet zu: Modul GM-05 Specific Economic Aspects			
Prüfungsnummer:	723	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Economic Law			
zugeordnet zu: Modul GM-05 Specific Economic Aspects			
Prüfungsnummer:	724	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Seite 23 von 47

Prüfung Turnaround Management

zugeordnet zu: Modul GM-05 Specific Economic Aspects

Prüfungsnummer:	725	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-06 Strategic Management			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Ulrich Bantleon	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	5.0	Workload (h):	150
empf. Semester:	1. und 2. Semester	Kontaktzeit (h):	45,0
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	105,0
Lehrform:	Vorlesung/Übung/Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jährlich (SS+WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	726	Risk Management
	727	Strategic Management

Lehrveranstaltungen

B+W729

Strategic Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: The lecture comprises the following subjects:

Background of Strategic Management

Key question: What is strategy and the concept of strategy in business?

- Characteristics of strategy based thinking
- Elements of strategy
- Components of a modern management system

The Strategic Management Process

Key question: What are the key steps of the strategic management process?

- Strategic goals
- Competitive and corporate analysis
- Development of strategy
- Implementation of strategy
- Evaluation of strategy

Tools of Strategic Management

Key question: What are the instruments of strategic analysis?

- Five Forces and Value Chain Analysis
- SWOT Analysis

- Portfolio Analysis
- Three Horizons Modell
- The Market-Based View
- The Resource-Based View

Challenges of Strategic Management

Key question: What are the challenges facing corporate strategy today?

- Uncertainty & external shocks
- Limitations of strategic tools

Literatur :

Lombriser, R./Abplanalp, P. A.: Strategisches Management: Visionen entwickeln, Erfolgspotenziale aufbauen, Strategien umsetzen, 5. Aufl., Zürich: Versus Verlag AG, 2010.

Porter, M.: The Five Competitive Forces that Shape Strategy, 1st edition, Massachusetts USA: Harvard Business Review, 1979.

Kerth, K./Pütmann, R.: Die besten Strategietools in der Praxis, München: Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2005.

Paul, H./Wollny, V.: Instrumente des strategischen Managements: Grundlagen und Anwendungen, 2. Aufl., Berlin: De Gruyter Oldenbourg, 2014.

B+W735

Risk Management

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Einordnung der Risikomanagementfunktion in den Managementprozess und in die Corporate Governance
- Gesetzlicher Rahmen und ergänzende Normen
- Grundlegende Definitionen und Prozesse im Risikomanagement
- Modelle für ein ganzheitliches Risikomanagement, insbesondere COSO-Enterprise Risk Management und ISO 31000: „Risk Management – Principles and Guidelines“
- Phasen des Risikomanagements
- Vertiefung ausgewählter Risikocluster bzw. Einzelrisiken
- Grenzen des Risikomanagements
- Aktuelle Entwicklungen

Literatur :

Amling/Bantleon: COSO-Regelwerk 2013 „Internal Control – Integrated Framework“ – Neue Anforderungen an die Corporate Governance in Deutschland, WPg 2014, S. 343-353, Düsseldorf: IDW-Verlag, 2013.

Bantleon/Schmidt/Singler: Impulse für das Risikomanagement in Deutschland COSO Enterprise Risk Management– Integration with Strategy and Integration, WPg 2019, S. 1134-1145, Düsseldorf: IDW Verlag, 2017.

Erben/Romeike: Allein auf stürmischer See, 3. Aufl., Weinheim: Wiley-VCH GmbH, 2016.

García: Financial Risk Management, Cham: Verlag Palgrave Macmillan, 2017.

Modulbeschreibung General Management

Gleißner: Grundlagen des Risikomanagements, 3. Aufl., München: Verlag Franz Vahlen GmbH, 2017.

Klasen (Hrsg.): The Handbook of Global Trade Policy, Oxford: Verlag Wiley, 2020.

Morschett/Schramm-Klein/Zentes: Strategic International Management, 3. Aufl., Wiesbaden: Verlag Springer Gabler, 2015.

RMA e.V. (Hrsg.): Managemententscheidungen unter Risiko (Band 2 Schriftenreihe der RMA e.V.), Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2019.

Thalib: Der Schwarze Schwan, 4. Aufl., München: Pantheon Verlag, 2018.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen:

Hausarbeit für B+W729 Strategic Management

Klausur 60 Minuten für B+W735 Risk Management

Lernziele und Kompetenzen

Dieses Modul stellt als eine der wesentlichen Formen wirtschaftlichen Denkens und Handelns das Risikomanagement vor.

Die Studierenden erwerben das Verständnis für den holistischen Ansatz des Risikomanagements im Sinne des „COSO ERM 2017 – Integrating with Strategy and Performance“. Als hervorgehobene Risikoquelle wird das Strategische Management vertiefend behandelt.

Die Studierenden erwerben die theoretischen und praktischen Kompetenzen zum Verständnis, zum Aufbau und zur Beurteilung eines ganzheitlichen Risikomanagementsystems. Die Studierenden haben das notwendige Normenverständnis durch die Kenntnis der gesetzlichen Grundlagen aber insbesondere auch der praxisrelevanten ganzheitlichen Modelle (COSO-Enterprise Risk Management, ISO 31000, MaRisk sowie Three-Lines-Modell). Die Studierenden können die Lageberichterstattung zur Beurteilung des jeweiligen Risikomanagementansatzes nutzen durchführen. Die Studierende können die Informationen aus dem Risikoreporting einordnen. Die Studierenden sind sich der Erfolgsfaktoren und der Grenzen des Risikomanagements bewusst.

Die Studierenden werden sensibilisiert für die Herausforderungen bei der Einrichtung bzw. Weiterentwicklung eines Risikomanagements in einem Unternehmen.

Modulbeschreibung General Management

In der Vertiefungsveranstaltung Strategisches Management wird ein Überblick über dessen Entwicklung und der wesentlichen Instrumente der Strategischen Analyse und Strategieentwicklung gegeben. Es werden außerdem die Herausforderungen für heutige Unternehmensstrategien betrachtet und systematisch Wege identifiziert, um Wettbewerbsvorteile zu entwickeln.

In praktischen Fallstudien sollen die Studierenden in Teamarbeit ihre strategischen Kenntnisse anwenden und dadurch ein allgemeines Verständnis für die darin enthaltenen Faktoren und Ziele entwickeln. Die Fallstudien behandeln unterschiedliche strategische Probleme aus unterschiedlichen Industrien bzw. Branchen. Die gleichzeitige Berücksichtigung vieler verschiedener Faktoren bildet ein strategisches Verständnis aus.

Die Studierenden beherrschen die Instrumente zur Durchführung einer strategischen Analyse (Strategie- und Zielformulierung, Umfeldanalyse, Wettbewerbsanalyse, etc.). Sie können außerdem Strategiealternativen formulieren und systematisch die geeignete Strategiealternative auswählen. Sie kennen Umsetzungs- und Implementierungsmethoden und können diese differenziert nach Geschäftsfeld- und Unternehmensebene umsetzen.

Prüfung Risk Management			
zugeordnet zu: Modul GM-06 Strategic Management			
Prüfungsnummer:	726	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Strategic Management			
zugeordnet zu: Modul GM-06 Strategic Management			
Prüfungsnummer:	727	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-07 Elements of Digitalization			
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Tobias Hagen		
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	8.0	Workload (h):	240
empf. Semester:	3. Semester	Kontaktzeit (h):	67,5
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	172,5
Lehrform:	Vorlesung/Übung	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	760	Digital Business Models & Use Cases
	761	Enabling Technologies & Applications
	762	Business Analytics

Lehrveranstaltungen

B+W736 Digital Business Models & Use Cases

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle
- Digitale Plattformen
- Anwendungsfälle aus den Bereichen Produktion und Logistik, eCommerce, eProcurement

Literatur : Osterwalder, A.; Pigneur, Y.: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2011.

Wirtz, B. W.: Electronic Business. 6. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler, 2018.

Kollmann, T.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019.

Bauernhansl. T.; ten Hompel, M.; Vogel-Heuser, B. (Hrsg.): Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Wiesbaden: Springer Vieweg, 2014.

B+W737 Enabling Technologies & Applications

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Netzwerke, Internet-Technologien und Cloud-Computing
 - Web-Seiten, Web-Anwendungen und mobile Applikationen
 - Blockchains (mit Schwerpunkt Bitcoin)
 - IT-Sicherheit
 - Datenschutz und die DSGVO
- Literatur : Tanenbaum, Andrew S. und Wetherall, David J.: Computernetzwerke, Pearson, 2012.
- Sikora, Axel: Technische Grundlagen der Rechnerkommunikation: Internet-Protokolle und Anwendungen, Leipzig: Fachbuchverlag, 2003.
- Fill, Hans-Georg und Meier, Andreas (Hrsg.), Blockchain: Grundlagen, Anwendungsszenarien und Nutzungspotenziale, Springer Vieweg, 2020.
- Eckert, Claudia: IT-Sicherheit: „Konzepte – Verfahren – Protokolle, De Gruyter Oldenbourg, 2018.
- Voigt, Paul und von dem Bussche, Axel: EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO): Praktikerhandbuch, Springer, 2018.

B+W738

Business Analytics

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV beschäftigt sich mit Konzepten und Methoden der Analyse von Daten aus dem betrieblichen Umfeld zum Zweck der Entscheidungsunterstützung des Managements. Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Multidimensionale Datenanalyse mit OLAP
- Data Warehouse Konzepte
- Grundlagen des Predictive Modelling und Data Mining
- Visualisierung von Daten

Literatur : Müller R./ Lenz, H.: Business Intelligence. eXamen.press, 2013.

Kemper, H./ Baars, H./ Mehanna, W.: Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen. Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, Wiesbaden: Vieweg+Teubner, 2020.

Dorer, K./ Hagen, T./ Lauer, T./ Sanger, V./ Trahasch, S.: Skript Menschen Lernen Maschinelles Lernen (ML2) <https://imla.gitlab.io/ml-buch/ml2-buch/>, 2019.

Provost, F. /Fawcett, T.: Data science for business. Sebastopol, Calif: O'Reilly, 2013.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Beherrschen gängiger Office Programme

Modulbeschreibung General Management

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Die Modulprüfung besteht aus zwei Teilen:

Klausur 120 Minuten für B+W736 Digital Business Models & Use Cases und B+W737 Enabling Technologies & Applications

Praktische Arbeit für B+W738 Business Analytics

Lernziele und Kompetenzen

Im Modul Elements of Digitalization erwerben Studierende Kompetenzen auf unterschiedlichen Gebieten der Digitalisierung. Im Vordergrund stehen dabei

- 1) Entscheidungskompetenzen: Studierende sollen in ihrer Rolle als Anwender und Entscheider aktuelle Konzepte und Techniken der Digitalisierung in ihrer jeweiligen Fachdomäne bewerten und beurteilen können.
- 2) Umsetzungskompetenzen: Studierende sollen Konzepte und Technologien, die für sie relevant sind, auch selbst einsetzen bzw. anwenden können.

Auf Grund der Breite der Thematik ist das Modul in drei Lehrveranstaltungen aufgeteilt, die unterschiedliche Elemente der Digitalisierung zum Inhalt haben und sich in ihren Lernzielen ergänzen:

- Digital Business Models & Use Cases
- Enabling Technologies & Applications
- Business Analytics

Ausgehend von den Grundlagen digitaler Geschäftsmodelle wird der Zusammenhang der Digitalisierung zu Geschäftsprozessen im Unternehmen hergestellt, sowie Grundlagen des eBusiness vermittelt. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, bestehende Geschäftsmodelle und Use Cases zu analysieren und weiter zu entwickeln.

In der Lehrveranstaltung *Enabling Technologies* werden aktuelle technische Grundlagen zu beispielsweise Mobilien Anwendungen, Cloud oder Blockchain vermittelt.

Das übergreifende Thema der Nutzung von Daten, um einen Mehrwert für das Unternehmen zu schaffen, ist Gegenstand der Veranstaltung *Business Analytics*, wo neben Business Intelligence auch Grundlagen des maschinellen Lernens vermittelt werden.

Prüfung Digital Business Models & Use Cases

zugeordnet zu: Modul GM-07 Elements of Digitalization

Prüfungsnummer:	760	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Seite 31 von 47

Prüfung Enabling Technologies & Applications

zugeordnet zu: Modul GM-07 Elements of Digitalization

Prüfungsnummer:	761	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Business Analytics

zugeordnet zu: Modul GM-07 Elements of Digitalization

Prüfungsnummer:	762	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-08 Change Management			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	5.0	Workload (h):	150
empf. Semester:	3. Semester	Kontaktzeit (h):	45
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	105
Lehrform:	Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	763	Process Restructuring
	764	Communicating Organization, Change & Innovation

Lehrveranstaltungen

B+W731	Process Restructuring
	Veranstaltungsart: Seminar
	SWS: 2.0
	Lerninhalt: In einem praxisorientierten Unternehmensworkshop werden vorhandene Prozesse analysiert und Schwächen aufgezeigt. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden methodisch Problemstellungen erfasst und verbessert. Dabei werden Produktionsprozesse sowie indirekte Geschäftsprozesse betrachtet.
	Zur Anwendung kommen unterschiedliche Methoden und Instrumente zur Prozessoptimierung. Methoden zur Erfassung und Darstellung ebenso wie Methoden zur Verbesserung von Produktions- und Geschäftsprozessen.
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Grundlagen der Geschäftsprozessoptimierung • Die Methoden und Instrumente zur Geschäftsprozessoptimierung, wie EPK, etc. • Lean Methoden wie 5S, SMED, TPM, etc.
Literatur :	Feldbrügge, R.; Brecht-Hadraschek, B.: Prozessmanagement leicht gemacht: Geschäftsprozesse analysieren und gestalten, 2. Aktualisierte Auflage, München: Redline, 2008.
	Schmelzer, H.J.; Sesselmann, W.: Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen, 7. Auflage, München: Hanser Wirtschaft, 2010.

Betriebswirtschaftliche Geschäftsprozesse – Industrie: Ausgabe nach Rahmenlehrplan von Hermann Speth, Hartmut Hug und Edgar Sailer, 13. Auflage, Rinteln: Merkur Rinteln, 2014.

B+W732**Communicating Organizational Change & Innovation**

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Aufgabe des Change Managements ist es, Veränderungsprozesse in Unternehmen zielgerichtet und erfolgreich zu steuern und zu gestalten. Inhalt der Lehrveranstaltung sind die folgenden Themenbereiche:

Einführung

- Begriffserklärung und Definition
- Dreieck der Veränderung (Strategie / Struktur / Kultur)

Analyse des „Case of Change“

- Instrument: Landkarte der Organisation (Geschäftssystem / Handlungssystem / Feedbacksystem)
- Alte Welt – Neue Welt – Definition des „Case of Change“

Prinzipien von Veränderungsmanagement

- Acht-Phasen-Prozess der Veränderung nach John P. Kotter
- Die fünf Entwicklungsstrategien des Change-Managements nach P. Kruse
- Die Charta des Managements von Veränderungen nach K. Doppler und C. Lauterburg
- Erfolgsfaktoren für erfolgreiche Veränderungen nach G. Kraus

Voraussetzungen für ein gutes Gelingen

- Strategische Verankerung
- Topmanagement Unterstützung / Shareholder Buy-in

Der Change Progress Radar

- Veränderungsorientierte Unternehmenskultur
- Planung, Organisation, Kontrolle
- Unterstützung durch Change Agents
- Führungsprofile im Veränderungsprozess

Methodenkoffer der Veränderungen

- Changebarometer
- Entscheidungsfindung in komplexen Situationen
- Das Harvard Konzept
- Mediation und Moderation
- Projektmanagement und die Roadmapmethode
- Coaching

Literatur : Klaus Doppler, K.; Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, 10. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2002.

Modulbeschreibung General Management

Kraus, G. u. a.: Handbuch Change Management, 1. Auflage, Berlin: Cornelsen Verlag, 2004.

Vahs, D.; Wieand, A.: Workbook Change Management: Methoden und Techniken, 3. Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel. 2020.

Breyer-Mayländer, T.: Erfolgsfaktor Macht im Management, Wiesbaden: Springer Gabler.

Zusätzliche Handouts während der Veranstaltung.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse der Betriebswirtschaft. Erfahrung mit Change-Prozessen in der Praxis aus unterschiedlichen Rollen (Mitarbeitende, Führungskräfte, Beratende etc.) heraus.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Modulprüfung: Praktische Arbeit

Lernziele und Kompetenzen

Unternehmen müssen sich verändern und erneuern, um wettbewerbsfähig sein zu können bzw. zu bleiben. Aufgabe des Change Managements ist es, Veränderungsprozesse in Unternehmen zielgerichtet und erfolgreich zu steuern und zu gestalten. Dazu werden Kenntnisse über Methoden zur Erfassung, Darstellung und der Verbesserung von Prozessen benötigt. Auf einem Verständnis für die verschiedenen Wirkkräfte in einem Veränderungsprozess aufbauend muss die für den speziellen Veränderungsprozess passende Methodik gefunden und angewandt werden.

Studierende erwerben Fach- und Handlungskompetenz im Umgang mit Methoden der Geschäftsprozessoptimierung.

Es wird ein Bewusstsein und Verständnis für die auf verschiedenen Ebenen wirkenden Kräfte (individuell, personal- und unternehmensbezogen) im Veränderungsprozess entwickelt, so dass diese im Wandlungsprozess zielgerichtet gelenkt werden können - im Zusammenspiel mit einer für den speziellen Veränderungsprozess geeigneten Methodik.

Prüfung Process Restructuring

zugeordnet zu: Modul GM-08 Change Management

Prüfungsnummer:	763	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Seite 35 von 47

Prüfung Communicating Organization, Change & Innovation

zugeordnet zu: Modul GM-08 Change Management

Prüfungsnummer:	764	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-09 Marketing			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Bernhard Denne	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	8.0	Workload (h):	240
empf. Semester:	4. Semester	Kontaktzeit (h):	67,5
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	172,5
Lehrform:	Seminar	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	765	Brand Management
	766	Product Management
	767	Sales & Key Account Management

Lehrveranstaltungen

B+W715 Product Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: In dem Modul erwerben die Studierenden die Befähigung zum marktorientierten Denken in der beruflichen Umgebung und können mit sicherem Blick für die jeweilige Ausgangssituation, praxismgerechte Entscheidungen im Marketing und Vertrieb treffen. Sie bauen Wissen bezüglich Schnittstellen von Marketing und Vertrieb sowie deren Gestaltung im Unternehmen auf.

Die Studierenden lernen die Grundlagen des Marketings einschließlich der Charakteristika des Konsum- und Investitionsgütermarketings kennen. Sie können strategische wie auch operative Marketingplanungen durchführen.

Ein besonderer Wert wird auf die vertriebliche Ausbildung, insbesondere den technischen Vertrieb (u.a. Vertriebsprozesse, -steuerung) gelegt.

Praxisbeispiele und Übungen aus verschiedenen Branchen dienen zum besseren Verständnis und zur Übertragung des Erlernten auf neue Situationen.

Die Basis ist das Verständnis des Geschäftsmodell der Unternehmung in der man tätig ist! Ebenso elementar ist aber auch die Kenntnis des Geschäftsmodells seines Kunden. Hierauf kann eine solide umfassende Kundenbeziehung (engl. Customer Relationship) aufgebaut werden. Gerade im B2B die Voraussetzung für langfristige und wertige Beziehungen.

Der Experte verkauft nie nur ein Produkt/Dienstleistung, sondern immer eine Lösung für ein Problem seines Kunden. Er stellt dar welchen Mehrwert sein Angebot bietet und kann dies im Vergleich zum Wettbewerb diskutieren! Er kennt die technischen Ausprägungen seines Produktes sowie die Integrationsfähigkeit in das übergeordnete System!

Er erarbeitet valide Kundeninformationen mit Methoden wie "User Experience" und der "Empathie Map" und benutzt Szenario Techniken zur Abbildung zukünftiger Entwicklungen.

Literatur : Mösslang, Michael: Facts tell, Storys sell, Remote Verlag, 2020.

Osterwalder & Pigneur: Business Modell Generation, Campus Verlag, 2011.

Drucker, Peter: Was ist Management? Econ Verlag, 2010.

Häusel, H.-G.: Brain View: Warum Kunden kaufen, Haufe Lexware, 2016.

Häusel, H.-G.: Think Limbic! - inkl. Arbeitshilfen online: Die Macht des Unbewussten Nutzen für Management und Verkauf, Haufe, 2019.

Homburg, Christian: Sales Excellence, Springer Gabler, 2016.

Kleinaltenkamp, M./Plinke, W.: Technischer Vertrieb, Springer, 2000.

B+W716

Sales & Key Account Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Inhalt der Lehrveranstaltung sind ausgewählte Themen aus den Bereichen Vertrieb, Marketing sowie des Key Account Managements, die für (angehende) Führungskräfte relevant sind.

Hierzu gehen insbesondere die folgenden Themenbereiche:

- Die Geschäftsmodell CANVAS
- Interaktion von Vertrieb, Marketing und Management
- Der Marketingplan als Instrument zur Projektsteuerung
- Strategische Optionen im Rahmen eines Geschäftsmodells (Fokus „Blue Ocean“ Strategie)
- Kundeninformationen generieren (UX, Emphatie- & Limbic Map)
- Szenario Techniken und Megatrends
- Führen von Verhandlungen (auch im Grenzbereich)
- Grundlegendes Key Account-Management (KAM)
- Strategisches und operatives Key Account-Management

Literatur : Homburg, Christian: Sales Excellence, Springer Gabler, 2016.

Kleinaltenkamp, M./Plinke, W.: Technischer Vertrieb, Springer, 2000.

Modulbeschreibung General Management

Mösslang, Michael: Facts tell, Storys sell, Remote Verlag, 2020.

Osterwalder & Pigneur: Business Modell Generation, Campus Verlag, 2011.

Drucker, Peter: Was ist Management?, Econ Verlag, 2010.

Häusel, H.-G.: Brain View: Warum Kunden kaufen, Haufe Lexware, 2016.

Häusel, H.-G.: Think Limbic! - inkl. Arbeitshilfen online: Die Macht des Unbewussten Nutzen für Management und Verkauf, Haufe, 2019.

B+W740

Brand Management

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Macht der Marke/Markenverständnis
- Markenidentitätsmodelle
- Markenmanagement/Markenpositionierung
- Einführung in die Limbic Map
- Prozesse zur Positionierungsentwicklung
- Interne Markenführung
- Inside-Out-Workshop zur Markenidentität
- Vorstellung Case Study

Literatur :

Burmann, C.; Halaszovich, T.; Schade, M.; Piehler, R.: Identitätsbasierte Markenführung, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler Verlag, 2018.

Esch, F.R.: Strategie und Technik der Markenführung, 9. Auflage, München: Vahlen Verlag, 2017.

Esch, F.R.; Tomczak, T.; Kernstock, J.; Langner, T.; Redler, J.: Corporate Brand Management, 4. Auflage, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag, 2019.

Perrey, J.; Freundt, T.; Liedtke, N.; Lehmann, S.: Mega-Macht Marke: Bleibende Werte in wechsellvollen Zeiten, 4. Auflage, Frankfurt/Wien: Redline Verlag, 2020.

Verwendbarkeit des Moduls

General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse

Da der Teilnehmerkreis aus berufserfahrenen Personen besteht, können Grundkenntnisse der Arbeit in verschiedenen Funktionsbereichen, sowie Kenntnisse von Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen vorausgesetzt werden.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Modulprüfung: Referat

Modulbeschreibung General Management

Lernziele und Kompetenzen

Die Studierenden analysieren und bestimmen anhand praktischer Situationen den Prozess und die einzelnen Planungsschritte der strategischen und taktischen Marketingplanung für ein Produkt bzw. eine Produktgruppe. Hierzu gehört auch das Wissen zur Erstellung eigenständiger Marketingpläne für konkrete Aufgaben (Fallbeispiele) mit definierter Wettbewerbsstrategie, Segmentierung und Differenzierung / Positionierung und umsetzbarem taktischen Marketing-Mix.

Die Studierenden lernen Ansätze zur Definition von Marken, verschiedene Markenidentitätsmodelle und Verständnisvarianten von Markenpositionierungen sowie Planungsprozesse zur Entwicklung von Markenidentitäten und -positionierungen kennen. Im Rahmen einer Fallstudie wenden sie das erworbene Wissen bei der Entwicklung einer Positionierung einer Multi-Channel Marke an.

Darauf aufbauend lernen die Studierenden die Grundlagen des Verkaufs, die Gestaltung von Vertriebswegen sowie die Notwendigkeit des Key Account-Management kennen. Sie wissen, welche besonderen Aktivitäten für Schlüsselkunden gelten, wer sie betreut, über welche Ressourcen man verfügen kann und wie die organisatorische Regelung erfolgen sollte. Die Studierenden verstehen die Ziele, Aufgaben, Kompetenzen des Key Account-Managements, die Notwendigkeit und Vorgehensweise bei Markt- und Wettbewerbsanalyse als Teil des Kundenverständnisses. Sie sind in der Lage, bei der Entwicklung einer Key Account-Strategie (z.B. Kundenentwicklungsplan) mitzuarbeiten. Hierzu gehören auch das Wissen und die effektive Anwendung von IT-Werkzeugen in diesem Umfeld.

Prüfung Brand Management			
zugeordnet zu: Modul GM-09 Marketing			
Prüfungsnummer:	765	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Product Management			
zugeordnet zu: Modul GM-09 Marketing			
Prüfungsnummer:	766	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Seite 40 von 47

Prüfung Sales & Key Account Management

zugeordnet zu: Modul GM-09 Marketing

Prüfungsnummer:	767	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-10 Electives			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Steffen Rietz	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	6.0	Workload (h):	180
empf. Semester:	2. und 3. Semester	Kontaktzeit (h):	67,5
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	112,5
Lehrform:	Vorlesung/Seminar	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Semester	Gruppengröße:	-

Zugeordnete Prüfungen	7231	Global Business II Electives
	7232	Lean Management WPF

Lehrveranstaltungen

Electives General Management Master

Veranstaltungsart: Seminar/Vorlesung/Praxis

SWS: 6.0

Lerninhalt: Die Liste der Electives wird zu jedem Semesterbeginn veröffentlicht und gilt für das laufende Semester. Es können auf Antrag auch andere Lehrveranstaltungen der Hochschule Offenburg als die speziell für den Studiengang PGM angebotenen gewählt werden, soweit sich keine Überschneidungen mit anderen Prüfungsleistungen ergibt. Das Angebot der Wahlpflichtveranstaltungen orientiert sich an der Zeitaktualität definierter Themen. Es werden nicht alle Electives in jedem Studienjahr angeboten.

Verwendbarkeit des Moduls	Die Inhalte des Moduls können ebenfalls für MBA-Studiengänge und allgemeine betriebswirtschaftliche oder wirtschaftsingenieurwissenschaftliche Masterstudiengänge anderer Hochschulen verwendet werden.
---------------------------	---

Empfohlene Vorkenntnisse	Themenabhängig sind hier alle erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten des MBA-Studiums anzuwenden.
--------------------------	--

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: Prüfung durch Klausur, Projektarbeit, Präsentation, Laborarbeit, je nach gewähltem Wahlpflichtfach
--	--

Lernziele und Kompetenzen	Mit der Auswahl der angebotenen Wahlpflichtfächer können die Studierenden ihr Studium in verschiedene Richtungen gestalten:
---------------------------	---

Modulbeschreibung General Management

- durch eine inhaltliche Ergänzung der Studieninhalte,
- durch eine methodische Ergänzung der Studieninhalte oder
- durch eine Ergänzung zur Erweiterung des gesellschaftlichen und politischen Hintergrunds oder
- durch persönliche Neigungen und Interessen

Die Studierenden erwerben fundierte sowie auch vertiefende Fachkenntnisse in den entsprechenden Lehrveranstaltungen und können diese auf praktische Anwendungsfälle unternehmensnah anwenden.

Prüfung Global Business II Electives			
zugeordnet zu: Modul GM-10 Electives			
Prüfungsnummer:	7231	Prüfungsform:	Klausur
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Lean Management WPF			
zugeordnet zu: Modul GM-10 Electives			
Prüfungsnummer:	7232	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-11 Student Consulting Project			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Steffen Rietz	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	6.0	Workload (h):	180
empf. Semester:	2. und 3. Semester	Kontaktzeit (h):	33,75
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	146,25
Lehrform:	Wissenschaftliche Arbeit	SWS:	3.0
Häufigkeit des Angebots:	jährlich (SS+WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen 730 Student Consulting Project

Empfohlene Vorkenntnisse Themenabhängig sind hier alle erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten des MBA-Studiums anzuwenden.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Modulprüfung: Projektarbeit mit schriftlicher Ausarbeitung

Lernziele und Kompetenzen Ziel des Student Consulting Projektes ist es, mit den Studierenden im Rahmen von Projekten von Unternehmen, aber auch aus der Wissenschaft oder von öffentlichen Institutionen, das erworbene Wissen direkt praktisch anzuwenden. Dieses Projekt leistet im Studium somit einen maßgeblichen Beitrag, um

- In interdisziplinärer Form und auf breiter methodischer Basis Lerninhalte zu festigen
- Den Auftraggebern zu substanziellen und umsetzungsorientierten Lösungen auf ihre Aufgabenstellungen zu verhelfen
- Das gelernte Praxis-, Consulting- und Projektmanagement Know How aktiv anzuwenden
- Direkt anwendbare umsetzungsorientierte Ergebnisse zu erhalten, die analytisch, methodisch und/oder wissenschaftlich erarbeitet wurden

Mögliche Themen stammen aus den Bereichen Unternehmensanalyse, Marktforschung oder Managementkonzeption.

Typische Praxisprojekte in Bereich Marktforschung sind beispielsweise Marktanalysen, Kundenbefragungen sowie Produkt- und Dienstleistungsevaluationen.

Modulbeschreibung General Management

Mögliche Projekte im Umfeld Managementkonzeption sind Strategisches Unternehmertum, z.B. Businesspläne, Marketing und Unternehmenskommunikation, z.B. Verkaufskonzeptionen, Personal- und Organisationsentwicklung, z.B. Organisationskonzepte, Corporate Finance, z.B. Risk-Management. Aber auch im Umfeld sind solche Themen gewünscht, z.B. Prozessmanagement- und Wirtschaftsinformatikstrategien, Evaluation von betrieblichen Anwendungssystemen, oder Konzeption und Evaluation von eBusiness-Systemen.

Prüfung Student Consulting Project			
zugeordnet zu: Modul GM-11 Student Consulting Project			
Prüfungsnummer:	730	Prüfungsform:	Projektarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung General Management

Modul GM-12 Master-Thesis			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Steffen Rietz	
Studiengang:	General Management	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	15.0	Workload (h):	450
empf. Semester:	4. Semester	Kontaktzeit (h):	11,25
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	438,75
Lehrform:	Wissenschaftliche Arbeit	SWS:	0.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Semester	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen 743 Master-Thesis

Verwendbarkeit des Moduls General Management (Master)

Empfohlene Vorkenntnisse Kenntnisse in Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Schriftliche Ausarbeitung der Master Thesis
Erstellung eines Erst- und Zweitgutachtens zur Ermittlung der Endnote

Lernziele und Kompetenzen Der Studierende soll von der Auswahl des Themas, über die Literatursuche und -bearbeitung bis hin zu den Zitierregeln und der Erstellung der Rohfassung alle relevanten Themen rund um die wissenschaftliche Arbeit und das wissenschaftliche Arbeiten kennen.

Das Thema der Master-Thesis wird zwischen der oder dem Studierenden, evtl. dem Unternehmen und der/dem Professor/in der Hochschule vereinbart. Aufgrund der Ausrichtung des Programms ist die Master-Thesis in der Regel praxisnah und in Zusammenhang mit einem Unternehmen zu erstellen. Die Anforderungen eines Unternehmens können Berücksichtigung finden. Die Studierenden werden – sofern die Arbeit im Unternehmen erstellt wird – von einem/ r Professor*in (erste/r Gutachter*in) der Hochschule sowie von einem/ r Mitarbeiter*in (zweite/r Gutachter*in) des Unternehmens betreut. Grundsätzlich ist der/die erste Gutachter*in für die Ausgabe bzw. Betreuung der Arbeit verantwortlich.

Ziel der Anfertigung der Master-Thesis ist es, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse auf konkrete in der Praxis auftretende

Modulbeschreibung General Management

Probleme und Fragestellungen anzuwenden. Zudem soll der Nachweis erbracht werden, dass der/die Student*in die Fähigkeit zu abstraktem, analytischen, vernetztem und über den Einzelfall hinausgehendem Denken besitzen. Zudem sollen sich die Studierenden in vorgegebenem Zeitrahmen methodisch und systematisch in Neues und teilweise Unbekanntes einarbeiten.

Die Bearbeitungszeit beträgt zwanzig Wochen.

Prüfung Master-Thesis			
zugeordnet zu: Modul GM-12 Master-Thesis			
Prüfungsnummer:	743	Prüfungsform:	Thesis
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Erläuterungen