

Curriculum des Studiengangs

Master Business Management **Schwerpunkt Controlling / Sales / Human Resources**

an der

Provadis School of International Management & Technology

Stand November 2020

Ziel des Master-Studiengangs Business Management mit den Schwerpunkten Controlling / Vertrieb/ Personal ist die anwendungsorientierte, auf wissenschaftlichen Standards basierende Qualifizierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in modernen Industrie- und Dienstleistungsorganisationen, die eine leitende Funktion in Forschungs- und Entwicklungsabteilungen oder im für die Weiterentwicklung der Organisation verantwortlichen Management innehaben bzw. diese anstreben.

Mit Hilfe des erworbenen Wissens und Könnens sollen die Studierenden die Chancen, Risiken und Handlungsoptionen analysieren, quantitativ bewerten und strategisch bewältigen, die mit den beiden großen Transformationen (Digitalisierung und Nachhaltigkeit) verbunden sind, die unsere Wirtschaft und Gesellschaft in den nächsten Jahrzehnten prägen werden. Die mit der Vernetzung neuer Technologien und Dienstleistungen einhergehenden Veränderungen, Chancen und Risiken sind daher ebenso ein durchgehendes inhaltliches Leitmotiv des Studiengangs wie die Interdisziplinäre Zusammenarbeit als zentrales didaktisches Konzept. Neben einer überfachlichen, methodischen Qualifikation wird die Kommunikation in interkulturellen, heterogenen und virtuellen Teams thematisiert, damit die Absolventinnen und Absolventen an den Chancen der Globalisierung und Digitalisierung teilhaben und an internationalen Entwicklungsprojekten gewinnbringend partizipieren können. Fragen eines verantwortungsvollen Managements sowie der Wirtschaftsethik werden in einem gemeinsamen Seminar vor dem Hintergrund der jeweiligen Fachdisziplin diskutiert. Der Studiengang bietet drei Möglichkeiten zur individuellen fachlichen Vertiefung.

Der vorliegende Lehrbericht gliedert die Veranstaltungen hinsichtlich der Semesterstruktur ebenso wie hinsichtlich der Kombination der Veranstaltungen zu Modulen. Neben den Inhalten werden die didaktischen Konzepte ebenso dokumentiert wie die eingesetzte Literatur oder die Verknüpfung der Lehrveranstaltungen untereinander.


Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto
Dekanin Fachbereich BWL

Lehrende pro Modul

	Dozent
1. Semester	
Strategic Management	Prof. Dr. Bredemeier
Projekt- und Risikomanagement: von klassisch bis agil	Dr. Welker
Methoden der quantitativen und qualitativen Forschung	Prof. Dr. Lange-König
Systemgestützte Unternehmenssteuerung	Prof. Dr. Oehler
Multi Channel - Sales Management	Hr. Brettschneider
Transformationsmanagement & Führung in Veränderungsprozessen	Prof. Dr. Engelhardt
Management Simulation	Prof. Dr. Oehler
2. Semester	
Intercultural Communication in heterogenous and virtual teams	Prof. Dr. Engelhardt
Sustainable Marketing	Prof. Dr. Holm
Digitale Transformation des Controllings	Prof. Dr. Stefan
Systemgestütztes wert- und risikoorientiertes Controlling	Prof. Dr. Oehler
Sales Strategies B-2-B	Prof. Dr. Hekman
Sales Negotiation & Tactics	Hr. Brettschneider
Kollektives Arbeitsrecht mit Schwerpunkt Veränderungsprozesse	Prof. Dr. Bueß
Skillmanagement and -assessment	Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer
Interdisziplinäres Start-up-Projekt	Prof. Dr. Rams
3. Semester	
Digital Work	Prof. Dr. Holm
Sustainability Controlling	Prof. Dr. Oehler
Digital Sales & Cross Channel Management	Prof. Dr. Kiesel
Systemgestütztes Sales-Controlling	Prof. Dr. Stefan
HR-Controlling und Analytics	Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer
New Work - Design und Management	Prof. Dr. Rieke Engelhardt
Responsible Management and Business Ethics (Interdisziplinäres Seminar)	Prof. Dr. Bredemeier
4. Semester	
Master Thesis	wechselnde Professoren FB BWL
Master Thesis - Kolloquium	wechselnde Professoren FB BWL
Farblegende	
Interdisziplinäre Module außer Projekten und Seminar	
Projekte bzw. Seminar	
Themenschwerpunkt im Controlling	
Themenschwerpunkt im Vertrieb	
Themenschwerpunkt Personal	
Master Thesis inkl. Kolloquium	

Workload-Angabe in Zeitstunden

Semester / Modul	Pflicht (P), Wahlpflicht	Sprache	Vorlesung / Präsenz in h	Vorlesung / Präsenz in Vorlesungsstunden	Vorlesung virtueller Klassenraum in h	Vorlesung / virtueller Klassenraum in Vorlesungsstunden	Seminar in h	Seminar in Vorlesungsstunden	Ver- und Nachbereitung in h	Unternehmens- kontext	ECTS-Punkte
1. Semester	Summe		102	136	66	88	0	0	522	60	30
Strategic Management	P	E	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Projekt- und Risikomanagement: von klassisch bis agil	P	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Methoden der quantitativen und qualitativen Forschung	P	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Systemgestützte Unternehmenssteuerung	Con	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Multi Channel - Sales Management	Sale	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Transformationsmanagement & Führung in Veränderungsprozessen	Pers	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Management Simulation	P	D	12	16	6	8	0	0	172	60	10
2. Semester	Summe		112,5	150	75	100	0	0	502,5	60	30
Intercultural Communication in heterogenous and virtual teams	P	E	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Sustainable Marketing	P	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Digitale Transformation des Controllings	Con	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Systemgestütztes wert- und risikoorientiertes Controlling	Con	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Sales Strategies B-2-B	Sale	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Sales Negotiation & Tactics	Sale	E	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Kollektives Arbeitsrecht mit Schwerpunkt Veränderungsprozesse	Pers	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Skillmanagement and -assessment	Pers	E	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Interdisziplinäres Start-up-Projekt	D		22,5	30	15	20	0	0	152,5	60	10
3. Semester	Summe		67,5	90	45	60	42	56	440,5	155	30
Digital Work	P	E	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Sustainability Controlling	Con	E	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Digital Sales & Cross Channel Management	Sale	E	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Systemgestütztes Sales-Controlling	Sale	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
HR-Controlling und Analytics	Pers	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
New Work - Design und Management	Pers	D	22,5	30	15	20	0	0	87,5	0	5
Responsible Management and Business Ethics (Interdisziplinäres Seminar)	P	E	0	0	0	0	42	56	178	155	15
4. Semester	Summe		0	0	0	0	40	53	335	375	30
Master Thesis	P	D/E	0	0	0	0	30	40	270	325	25
Master Thesis - Kolloquium	P	D/E	0	0	0	0	10	13	65	50	5
Summe										650	120
Farblegende											
Interdisziplinäre Module außer Projekten und Seminar											
Interdisziplinäre Projekte bzw. Seminare											
Themenschwerpunkt im Controlling											
Themenschwerpunkt im Vertrieb											
Themenschwerpunkt Personal											
Master Thesis inkl. Kolloquium											

Modul	Strategic Management						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	1	ECTS	5	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)	W		
Verwendbarkeit										
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Rams									
Dozent	Michael Neubert									
Zeitmodell	Präsenz	e-Learning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			
	22,5	15	0	0	0	87,5	0	Workload insgesamt 125		

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

- Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage,
- gesamtgesellschaftliche, gesamtwirtschaftliche und unternehmensbezogene Entwicklungen zu evaluieren und aufbauend darauf Strategien selbstständig zu entwickeln,
 - aus diesen Überlegungen zielorientierte Maßnahmen abzuleiten,
 - Arbeitsgruppen zu leiten, die diese umsetzen.
 - eine Strategie durch Business Excellence Programme, Changemanagement und strategisches Personalmanagement umzusetzen
 - Unternehmenspolitische Entscheidungen zu treffen und sie gegen Widerstände im Arbeitsumfeld zu verteidigen

Lerninhalte

1. Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie (Definition, Nachhaltigkeit und Politik, Transformation; Wirtschaften und Leben im Kontext von begrenzten
 2. Gesamtgesellschaftliche Entwicklungen und die Positionierung des einzelnen Unternehmens (Nachhaltigkeit und Governance, politische Institutionen und Einflussnehmer)
 3. Unternehmerische Vision, Mission und Unternehmenspolitik und ihre Rückkopplungen auf die Gesellschaft
 4. Strategientwicklung (Ebene strategische Geschäftseinheit)
 5. Strategieentwicklung auf Unternehmensebene
 6. Strategieumsetzung: Business Excellence - Verbesserungsprogramme, Fähigkeit zur Veränderung - Änderungsmanagement
- Top-Performer / Talente anwerben - Strategische Personalführung

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

diskursive Vorlesung sowie komplexe Lehr-/Lernarrangements

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur

Literatur

- Albareda, L. (2008): Corporate responsibility, governance and accountability: from self-regulation to co-regulation, Corporate Governance, 8(4), 430-9.
- Barney, J.B. (2013): Gaining and Sustaining Competitive Advantage (4. Edition). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Blowfield, M. (2013): Business and Sustainability, Oxford University Press: Oxford
- Eckardt, G.H. (2011): Business Management – Angewandte Unternehmensführung, Göttingen 2011.
- Grant, R.M. (2010): Cases to Accompany Contemporary Strategy Analysis (7. Edition). Malden: Blackwell.
- Grant, R.M. (2019): Contemporary Strategy Analysis (10. Edition). Malden: Blackwell.
- Macharzina, K., Wolf, J. (2017): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen (10. Auflage), Gabler Verlag: Wiesbaden.
- Steinmann, H., Schreyögg, G. (2013): Management – Grundlagen der Unternehmensführung (7. Auflage), Gabler Verlag: Wiesbaden.
- Welge, M.K., Al-Laham, A. (2017): Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung (7. Auflage). Gabler Verlag: Wiesbaden.

Modul	Projekt- und Risikomanagement: von klassisch bis agil						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	1	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)		W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Rams									
Dozent	Dr. Welker									
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt		Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			Workload insgesamt 125
	22,5	15	0	0	0	87,5	0			
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen										

Fortschreitende Globalisierung in Verbindung mit Digitalisierung wird dazu führen, dass in Zukunft weniger Menschen in Festanstellungen arbeiten werden, dafür wesentlich mehr in Projekten eingesetzt werden. Die Studierenden müssen auf diese Entwicklung vorbereitet werden, um diesen Anforderungen gerecht zu werden. Im Mittelpunkt dieses Moduls steht deswegen das Management komplexer Projekte und der damit verbundenen Risiken. Nach Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- die betriebswirtschaftlichen, insbesondere die finanzwirtschaftlichen Bereiche des Unternehmens zu identifizieren, in denen Risiken entstehen,
- Risiken für Projekte und Unternehmen zu erkennen, diese zu bewerten und zu quantifizieren, Maßnahmen abzuleiten sowie andere zum Umgang mit diesen anzuleiten,
- die Zusammenhänge zwischen Projekt- und Risikomanagement darzustellen, zu strukturieren und zusammenzufassen,
- quantitative Methoden im Bereich des Projekt- und Risikomanagement zielorientiert einzusetzen und zu evaluieren sowie andere in der Anwendung dieser Methoden zu unterstützen,
- Organisationsformen und Prozesse, mit denen Projekte durchgeführt werden, zu analysieren und - insbesondere hinsichtlich potentieller Risiken - zu bewerten ,
- Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements aufzuzeigen und gegenüber zu stellen.

Lerninhalte

1. Grundlagen:
Motivation, Begriffe, Risikoarten
2. Quantitative Methoden im Projektmanagement und im Risikomanagement, Six Sigma
3. Risikomanagement im "Kleinen"
Projektmanagementprozess- und -organisation, klassisches und agiles Projektmanagement
4. Risikomanagement im "Großen"
Finanzwirtschaftliche, leistungswirtschaftliche Risiken.
5. Agile Ansätze des Projekt- und Risikomanagements
5. Überblick
Zusammenfassungen, Diskussionen, Bewertungen

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Die Veranstaltung wird als Vorlesung durchgeführt, die mit Fallstudien durchzogen ist.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur

Literatur

- Litke, H.-D. (2009): Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement (6. Auflage), Hanser, München.
- Lunau, S. (Hrsg.) (2014): Six Sigma + Lean Toolset (5. Auflage), Springer, Berlin.
- Schwaber, K./ Irlbeck, T. (2007): Agiles Projektmanagement mit Scrum. Microsoft Press, Unterschleißheim.
- Wanner, R. (2015): Risikomanagement für Projekte (2. Auflage), CreateSpace, Leipzig.
- Wolke, T. (2015): Risikomanagement (3. Auflage), Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.

Modul	Methoden der quantitativen und qualitativen Forschung						Pflicht (P) / Wahl(WP)	P	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	Semester	1	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bicher-Otto								
Dozent	Prof. Dr. Lange-König/ Andreas Brettschneider								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5			125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Die Studierenden sind nach Abschluss dieser Veranstaltung in der Lage

- aufbauend auf den im Erststudium gewonnenen Erkenntnissen Methoden zum wissenschaftlichen Arbeiten zu identifizieren, zu bewerten und kritisch gegenüberzustellen,
- weitergehende Forschungsmethoden zu strukturieren und im Zuge wissenschaftlicher Anwendung anzuwenden und kritisch zu beurteilen,
- quantitative und qualitative Methoden handlungssicher anzuwenden, zu kombinieren und zu hinterfragen,
- statistische Konzepte, bspw. in Form der multivariaten Statistik, auszuwählen, auf spezifische Fragestellungen anzuwenden sowie die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren.
- ausgewählte Methoden der qualitativen Datenerhebung und -auswertung zu planen, durchzuführen und zu bewerten

Das Modul schafft damit die Grundlage, damit die Studierenden in den folgenden Semestern im individuellen Projekt, im interdisziplinären Seminar sowie in der abschließenden Master Thesis Ergebnisse unter sicherem Rückgriff auf wissenschaftliche Methoden erarbeiten können. Gleichzeitig werden diese folgenden Module den Studierenden aufzeigen, wie quantitative und qualitative Methoden zu Handlungssicherheit in der betrieblichen Praxis führen. Hierdurch wird deutlich, dass wissenschaftliche Erkenntnis nicht für den "Elfenbeinturm" gedacht ist, sondern in Ergebnis und Methode eine hohe praktische Relevanz aufweisen.

Lerninhalte

Die Veranstaltung baut auf den in einem ersten Studium gewonnenen Verständnis wissenschaftlichen Arbeitens auf. Durch die Vermittlung des wissenschaftstheoretischen Rüstzeugs erhalten die Studierenden die Basis zur systematischen Reflexion der im weiteren Studium vermittelten Inhalte aus einer wissenschaftstheoretischen Perspektive. Zur praktischen Anwendung werden die Lerninhalte insbesondere im individuellen Projekt im zweiten Semester, im interdisziplinären Seminar im dritten Semester sowie in der Master Thesis kommen. Über diese Veranstaltung wird die Transferierbarkeit der gewonnenen Erkenntnis in die betriebliche Realität erlebbar. Durch Einblicke in die Wissenschaftstheorie werden aber auch Fragen wissenschaftlicher Ethik aufgeworfen, die im interdisziplinären Seminar (im 3. Semester) wieder aufgegriffen werden. Darüber hinaus stärkt das Modul die methodischen Kompetenzen im Bereich der Quantitativen Methoden, insbesondere im Bereich der statistischen Analyseverfahren. Die Studierenden erlangen vertiefende Erkenntnisse im Bereich der univariaten und multivariaten Statistik. Sie lernen, statistische Konzepte auf spezifische Fragestellungen anzuwenden, Lösungsmethoden zu entwickeln sowie die sich ergebenden Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren. Die Bedeutung und die Erfordernisse der zugrunde gelegten Annahmen werden verstanden; in diesem Zusammenhang erlernen sie auch die Folgen von Annahmeverletzungen und die Möglichkeiten, entsprechende Modifikationen zu berücksichtigen.

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis


Die Veranstaltung wird in einer Mischung aus Vorlesungen, Case Studies, Übungen und mit ausgewählten Gastvorträgen gehalten. Über eigene Seminarbeiträge der Studierenden werden die Lerninhalte für die Studierenden unmittelbar erlebbar.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Schriftliche Ausarbeitung

Literatur

- Eid, M. / Gollwitzer, M. / Schmitt, M. (2015): Statistik und Forschungsmethoden (4. Auflage), Beltz Verlag.
- Helfferich, C. (2011): Die Qualität qualitativer Daten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer.
- Hoqq, R. V. / McKean, J. & Craig, A. T. (2012). Introduction to Mathematical Statistics (7. Edition).
- Lorenzen, P. (1987): Lehrbuch der konstruktiven Wissenschaftstheorie. Bibliographisches Institut, Mannheim.
- Mittelstraß, J. (2004): Enzyklopädie Philosophie und Wissenschaftstheorie. 4 Bände, J. B. Metzler, Stuttgart.
- Saunders, M. / Lewis, P. & Thornhill, A. (2012): Research Methods for Business Students (6. Auflage), Pearson, Harlow.
- Schulze, P. / Porath, D. (2012): Statistik (7. Auflage), Oldenbourg Verlag.
- Seiffert, H. (2003): Einführung in die Wissenschaftstheorie. Band 1, Becksche Reihe, München.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
1	Modul Systemgestützte Unternehmenssteuerung											Pflicht (P) / Wahl(WP)		WP			
2	Vertiefungsrichtung		Controlling		X	Vertrieb		Personal									
3	Semester		1		ECTS		5		Sprache		D	SoSe (S) / WiSe (W)		W			
4	Verwendbarkeit																
5	Modulverantwortlich Prof. Dr. Karsten Oehler																
6	Dozent Prof. Dr. Karsten Oehler																
7	Zeitmodell		Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext							Workload insgesamt	
8			22,5	15	0	0	0	87,5								125	
9	Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen																
10	<p>Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Zusammenhänge zwischen dem Controlling-System und den anderen Führungssystemen zu erkennen und die Integrationsanforderungen zu beschreiben, - die Eignung unterschiedlicher Werkzeuge hinsichtlich der Wirksamkeit sowie deren Stärken und Schwächen einzuschätzen, - die Auswirkungen von Digitalisierung, Globalisierung und Nachhaltigkeit auf die Controlling-Werkzeuge abzuschätzen, - die vorgestellten Werkzeuge des Controllings zielführend im Unternehmenskontext einzusetzen, - die inhaltlichen und prozessualen Abhängigkeiten zwischen den Teilsystemen zu erkennen, - die funktionalen Informations-, Planungs- und Kontrollteilsysteme auszugestalten, um ein wirkungsvolles und modernes Controlling zu etablieren. 																
11	Lerninhalte																
12	<p>Die Studenten vertiefen die bereits im Bachelor Studium erworbenen Kenntnisse in Bezug auf die wichtigsten Werkzeuge des Controllers. Der Wirkung der Einflussfaktoren Globalisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit wird hierbei besondere Berücksichtigung geschenkt. Konzeptionell wird ein Schwerpunkt auf die Strategische Steuerung, die Integration zwischen den Planungskreisen und die Gestaltungsansätze der Unternehmensplanung und der Kontrolle gelegt.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufgaben, Konzepte und Inhalte des Controllings 2. Grundlagen der Planung und Kontrolle 3. Einflussfaktoren Globalisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit 4. Strategische Planung, Steuerung und Kontrolle 5. Operative Planung, Budgetierung, Forecasting und Kontrolle 6. Integrierte Erfolgs- und Finanzplanung 7. Informationssysteme zur Planung und Kontrolle 8. Exemplarische Anwendung der Controlling-Werkzeuge in den Funktionalbereichen 																
13	Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis																
14	<p>Anhand von Beispielen und Fallstudien werden die theoretischen Konzepte in Vorlesungsform erläutert. Die Teilnehmer bringen ihre praktische Erfahrungen mit ein und können auf der Basis der Theorie-Ansätze Lösungsideen diskutieren. Den Studierenden werden Materialien zu eigenständigen Übungen und zum selbstgesteuerten Lernen zur Verfügung gestellt bzw. empfohlen. Übungslektionen sind Gegenstand der Abschlussklausur.</p>																
15	Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten																
16	90 minütige Abschlussklausur (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten).																
17	Literatur																
18	<p>Coenenberg, A. G./ Baum, H.-G. & Günther, T. (2013). Strategisches Controlling (5. Auflage), Stuttgart. Gadatsch, A. (2012): IT-Controlling, Berlin. Horváth, P./ Gleich, R. & Seiter, M. (2015): Controlling (13. Auflage). München. Schmidt, W./ Blachfellner, M. & Oehler, K. (2015): Moderne Wertorientierung, Freiburg. Oehler, K. (2006): Corporate Performance Management, München. Reichmann, T./ Baumöl, U. & Kißler, M. (2017): Controlling mit Kennzahlen: Die systemgestützte Controlling-Konzeption mit Analyse- und Reportinginstrumenten (9. Auflage), München. Reinecke, S. (2007): Marketingcontrolling, Stuttgart . Rieg, R. (2015): Planung und Budgetierung: Was wirklich funktioniert, (2. Auflage) Wiesbaden. Schulte, C. (2020): Personal-Controlling mit Kennzahlen (4. Auflage), München. Weber, J./ Wallenburg, C. M. (2010): Logistik- und Supply Chain Controlling (6. Auflage), Stuttgart . Weber, J./ Schäffer, U. (2020): Einführung in das Controlling (16. Auflage), Stuttgart.</p>																

Modul	Multi Channel - Sales Management						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	Vertrieb	X	Personal					
	Semester	1	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Björn Hekman								
Dozent	Andreas Brettschneider								
Zeitmodell	Präsenz	e-Learning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Aufbauend auf den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre wird im Rahmen der Vorlesung der Bereich Multi Channel - Vertriebsmanagement erarbeitet und vertiefend diskutiert. Die Studierenden sind in der Lage, die strategische, operative und taktische Ebene der Steuerung des Multi Channel - Vertriebs strukturiert darzustellen, in den Zusammenhang einer sich dynamisch verändernden, globalen Wirtschaft zu setzen und hinsichtlich ihrer Bedeutung zu reflektieren. Die Studierenden können Prozesse der digitalen Verkaufskonzeption erarbeiten, in Verbindung zu den klassischen Verkaufsprozessen setzen und zielorientiert in einem dynamischen, globalen Wettbewerbsumfeld bewerten sowie eigenständig weiterentwickeln. Sie sind in der Lage, Fragen zur Führung des Außendienstes vor dem Hintergrund der Digitalisierung zu reflektieren. Mit Hilfe von ausgewählten KPI's (Kennzahlen) der digitalen Customer Journey können sie Verkaufsergebnisse analysieren, bewerten und erforderliche Ansätze zur Optimierung entwickeln.

Lerninhalte

Einführung und Abgrenzung Vertrieb im Rahmen der ganzheitlichen Unternehmenskonzeption
Multi-Channel Vertrieb im Zusammenhang mit Digitalisierung sowie on-line Geschäftsmodellen
Strategische Planung und operative Durchführung des Multi - Channel Vertriebs sowie Controlling auf Basis ausgesuchter KPI's (Kennzahlen)
Analyse von Multi Channel Ansätzen und kriterienbasierte Optimierung einzelner Ansätze
Führung des Vertriebs im digitalen Umfeld, Performance-orientierte Führungsansätze
Performance Management auf Basis ausgesuchter KPI's sowie Anpassung taktischer, strategischer und gesamtunternehmerischer Ansätze.

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

diskursive, seminarähnliche Vorlesung sowie komplexe Lehr-/Lernarrangements

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur

Literatur

Albers, S./ Krafft, M. (2014): Vertriebsmanagement: Organisation - Planung - Controlling – Support, Wiesbaden.
Hofbauer, G./ Hellwig, C. (2016): Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht (4. Auflage), Erlangen.
Homburg, C./ Schäfer, H. & Schneider, J. (2016): Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System (8. Auflage), Wiesbaden.
Pufahl, M. (2015): Sales Performance Management, Wiesbaden.
Weinberg, T. (2014): Social Media Marketing - Strategien für Twitter, Facebook & Co.
Winkelmann, P. (2013): Marketing und Vertrieb (8. Auflage), München.

Modul	Transformationsmanagement & Führung in Veränderungsprozessen						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	Semester	1	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Rieke Engelhardt								
Dozent	Prof. Dr. Rieke Engelhardt								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Mit Abschluss des Moduls haben die Lernenden

- einen profunden Überblick über den aktuellen Stand der Führungsforschung erhalten
- Verständnis und Reflexion eigener Führungsbilder und der Führung in Ihren Unternehmen entwickelt,
- einen umfassenden Überblick über Führungsmethoden erfahren und können diese im Unternehmenskontext umsetzen sowie kritisch beurteilen
- klassische Führungsmethoden und Führungskommunikation kennengelernt sowie die Umsetzung in Teams geübt
- moderne Führungsmethoden mit Ideen kennengelernt und auch diese in Teams umgesetzt
- ein Verständnis für Organisationsdynamik in Veränderungsprozessen erfahren,
- gelernt, den Reifegrad und die Veränderungsaffinität zu analysieren und kritisch zu beurteilen
- einen Überblick über Umgang mit Widerständen erfahren und gelernt, das Wissen im Unternehmen anzuwenden,
- gelernt, ein passendes Führungsformat zu entwickeln
- wesentliche Aspekte zur Selbststeuerung von Führungskräften kennengelernt
- gelernt, grundlegende Methoden der empirischen Organisations- und komplexe Transformationsprozesse auf der Basis der Multi-Level-Perspektive zu analysieren
- geeignete Strategien des Stakeholdermanagements zu gestalten
- Workshops mit unterschiedlichen Stakeholdern zu Transformationsprozessen zu entwickeln und zu gestalten.

Lerninhalte

1. Grundlagen der Personalführung
2. Theorien der Führung (- SCRUM,- Agile Führung,- Virtuelle Führung,- Führung in Remote Teams, - Internationale Koordination,- Großgruppenmethoden)
3. Methoden der Teamkoordination (WOL, Conferencing)
4. Führung in Projekten
5. Besondere Problem- und Gestaltungsbereiche der Führung
6. Gestaltung der Führung
7. Organisationsdynamik in der Transformation
8. Widerstandsanalyse
9. Großgruppenmethoden als Mittel der Integration von Mitarbeitern
10. Ansätze zur Analyse von gesellschaftlichen Veränderungsprozessen (Multi-Level-Perspective, Stakeholder Management, Visioning, Backcasting, Niche management)
11. Spezifika der Führung in Transformationsprozessen
12. Führungstechniken im Stakeholdermanagement; Umgang mit Ambiguität; Führung an Unternehmensgrenzen

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Moderation der Lerngruppe, Coaching der Führungsfähigkeit, Kollegiale Beratung, Spiegelungsübungen, Erarbeitung der Führungsmethoden in Theorie und Praxis, Führungssparring, Conferencing, WOL, Bar Camp, Fish Bowl, Case Studies

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Case Study mit Teammoderation (20 Min), Lehrgespräch mit Methodenbegründung (20min), Gruppenbeurteilung

Literatur

- Boelie, E./ Geels, F.W. & Green, K. (2004): System Innovation and the Transition to Sustainability: Theory, Evidence and Policies, Edward Elgar, Cheltenham, UK.
- Esty, D.C. / Simmons, P.J. (2011): The green to gold business playbook: How to implement sustainability practices for bottom-line results in every business function. John Wiley & Francken, S. (2019): Verhaltensorientierte Führung (4. Auflage), Springer Gabler.
- Kanter, R.M. (2015): How purpose-based companies master change for sustainability. In: Henderson et al. (Eds.): Leading sustainable change. An organizational perspective.
- Loorbach, D./ K. Wijsman (2013): Business transition management: exploring a new role for business in sustainability transitions. Journal of Cleaner Production 45, 20-28.
- Marcus, A.A./ Van de Ven, A.H. (2015): Managing shifting goal consensus and task ambiguity in making the transition to sustainability. In: Henderson et al. (Eds.): Leading Roome, N./ Wijen, F. (2006): Stakeholder power and organizational learning in corporate environmental management. Organization Studies 2, 235-263.
- Schuler, H. & Kanning, U. P. (Hrsg.)(2014): Lehrbuch der Personalpsychologie (3. Auflage), Hogrefe.
- von Rosenstiel, L. (2015): Motivation im Betrieb (11. Auflage), Springer Gabler.
- www.systemische-professionalitaet.de

Modul	Management Simulation						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	1	ECTS	10	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)		W	
Verwendbarkeit										
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Karsten Oehler									
Dozent	Prof. Dr. Karsten Oehler									
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			Workload insgesamt 250
	12	6	0	0	0	172	60			

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Nach Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden

- im Team ihre sozialen und kreativen Kompetenzen gestärkt und ausgebaut,
- ihr bisher erworbenes Fach- und Methodenwissen umfassend vertieft und sie sind in der Lage,
- die strategische Orientierung ihres Unternehmens zu prägen und diese mit umzusetzen,
- das Zusammenspiel der einzelnen Unternehmensbereiche zu erkennen und zu antizipieren,
- zu erkennen, dass Entscheidungen von Konkurrenten, Marktdaten sowie Determinanten des Wirtschafts-, Politik-, Rechts- und Gesellschaftssystem den eigenen unternehmenspolitischen Handlungsspielraum einschränken,
- die Abhängigkeiten sowie die Determinanten von unternehmerischen Entscheidungen zu erkennen und zu berücksichtigen
- in Teams unternehmerische Entscheidungen zu treffen und ihre Wirksamkeit bzw. ihre Konsequenzen zu antizipieren,
- wesentliche Aspekte der Unternehmensplanung zu erkennen, kritisch zu beurteilen und mit Mitarbeitern umzusetzen.

Lerninhalte

Ein virtuelles Unternehmen im Team unter Wettbewerbsbedingungen zum Erfolg bringen
Analyse, Aufbereitung, Präsentation von Entscheidungen und deren virtuelle Umsetzung

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Die Durchführung eines Unternehmensplanspiels dient in hohem Maße der Integration von Theorie und Praxis; Teamarbeit fördert die soziale Kompetenz

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Mitarbeit im Team, schriftliche Ausarbeitung spezieller Fragestellungen zur Übertragung theoretischer Kenntnisse auf das virtuelle Unternehmen und entsprechende Gruppenpräsentation.

Literatur

Planspielhandbuch
einschlägige Literatur zu bestimmten betrieblichen Themenbereichen, z.B. Rechnungswesen, Finanzierung etc.

Modul	Intercultural Communication in heterogenous and virtual teams						Pflicht (P) / Wahl(WP)	P	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	Semester	1	ECTS	5	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Rieke Engelhardt								
Dozent	Prof. Dr. Rieke Engelhardt								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Ziel des Teils „Interkulturelle Kompetenz“ ist die Vermittlung und vor allem Anwendung der zentralen Prinzipien und Theorien interkultureller Kommunikation. Besonderer Schwerpunkt ist hierbei die interkulturelle Wirtschaftskommunikation beruhend auf der Interaktion in betrieblichen Standardsituationen und bei der Zusammenarbeit in internationalen Teams.

- Die Studierenden erwerben die Fähigkeit zur Analyse und Interpretation aktueller internationaler Problemlagen im Licht der interkulturellen Wirtschaftskommunikation.
- Sie sind in der Lage, soziales und ökonomisches Handeln aus kultureller Sicht zu betrachten und zu verstehen.
- Die Studierenden können die vorgestellten Theorien und Konzepte analytisch und kritisch anhand von Alltagssituationen bzw. Situationen aus dem Arbeitsleben anwenden.
- Sie sind dabei in der Lage, qualitative oder quantitative Validierungen zu nutzen.

Nach Abschluss des Teils "Heterogene und virtuelle Teams" sind die Studenten in der Lage Gesetzmäßigkeiten und informelle Regeln von Organisationen zu überblicken und strategisch zu nutzen. Sie haben die Kompetenz, strategische Ziele in taktische und operative Ziele zu überführen und ihre Teams damit zielgerichtet auch auf Distanz zu führen. Sie lernen das Handwerkszeug zur Führung internationaler und diverser Teams. Darüber hinaus kennen sie die Mechanismen lateraler und virtueller Führung. Sie erweitern ihre Kompetenzen in der Prozessorganisation.

Lerninhalte

Im ersten Teil der Veranstaltung werden die Grundkenntnisse der interkulturellen Kommunikation vermittelt (z.B. Theorien von Hall, Hofstede und Trompenaars/Hamden-Turner) und anhand von Fallstudien erarbeitet, im zweiten Teil präsentieren die Studierenden ihre Ergebnisse zu zentralen Inhalten anhand von festgelegten Themen beziehungsweise Case Studies:

1. Grundprobleme der interkulturellen Kommunikation.
2. Herausforderungen bei interkulturellen Vertragsverhandlungen.
3. Die Rolle von Kulturuniversalien und Kulturstandards in der interkulturellen Kommunikation.
4. die Kulturdimensionen und ihre Konfliktpotenziale.
5. die Besonderheiten von Unternehmenskulturen.

Im Zusammenhang mit heterogenen Teams stehen die folgenden Ansätze im Fokus: Management von Diversity, Virtuelle Organisation, Wissensorganisation, Prozessoptimierung in der Zusammenarbeit, Strukturen und Prozesse in Organisationen, Management Skills, Führungsfähigkeit, Strategische Orientierung und Übersetzung in taktische und operative Ziele, informelle Regeln in Organisationen; Management der Übergänge im Personallebenszyklus; Wissensmanagement (Überblick)

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Konzeption und Theorien werden auch über Fallstudien aus den Unternehmen vermittelt, die in Kombination mit Leitfragen die Studierenden dazu befähigen sollen, sich kritisch und aus gesamtethischer Sicht mit realen kulturellen Ausgangssituationen, Problemen der interkulturellen Kommunikation und heterogenen Teams und möglichen Lösungsansätzen auseinander zu setzen. Case Studies, Gruppenarbeiten und Präsentationen kommen zum Einsatz. Die Studenten sind aufgefordert, eigene Fälle in die Vorlesung zu integrieren um an aktuellen und relevanten Beispielen zu lernen und die eigenen Fähigkeiten zu erproben

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Gruppenbericht und Gruppenpräsentation des jeweiligen Projektteams (die Gesamtnote ergibt sich zu 50% aus dem Gruppenbericht und zu 50% aus der Abschlusspräsentation); Ziel des Moduls ist die selbstständige Bearbeitung von integrierten Case Studies zur Vertiefung der Theorie.

Literatur

- Dülfer, E./ Jöstingmeier, B. (2008): Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen (7. Auflage), Oldenbourg Verlag, München.
- Gerhards, S./ Trauner, B. (2019): Wissensmanagement : 7 Bausteine für die Umsetzung in der Praxis (5. Auflage), Hanser, München.
- Hall, E. T. (1976): Beyond Culture. Anchor Books/Doubleday USA.
- Heringer, H.J. (2017): Interkulturelle Kommunikation, Grundlagen und Konzepte (5. Auflage), UTB, Stuttgart.
- Herrmann, D./ Hüneke, K. & Rohrberg, A. (2012): Führung auf Distanz: Mit virtuellen Teams zum Erfolg (2. Auflage), www.mindtools.com (20130917), Springer Gabler, Wiesbaden.
- Hofstede, G./ Hofstede, G. H. (1980): Culture's Consequences: International Differences in Work related Values. Sage, Beverly Hills CA.
- Hofstede, G./ Hofstede, G. J. (2017): Lokales Denken, globales Handeln, Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management (6. Auflage), Beck, München.
- Lüsebrink, H.-J. (2016): Interkulturelle Kommunikation: Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer (3. Auflage), J. B. Metzler, Stuttgart.
- Schein, E. H. (2010): Organisationskultur (The Ed Schein Corporate Culture Survival Guide) (3. Auflage), Edition Humanistische Psychologie EHP, Köln.
- Schmid, B. (2009): Kulturverantwortung in Unternehmen, in Schriften Nr. 019, www.systemische-Professionalitaet.de (20130917).
- Schmid, B./ Meyer, S. (2010): Plädoyer für eine durch Kultur gesteuerte Organisation, in: Schriften Nr.113 www.systemische-professionalitaet.de (20130917).
- Stöwe, G./ Keromosemito, L. (2012): Führen ohne Hierarchie: Laterale Führung. SpringerGabler, Wiesbaden.
- Trompenaars, F./ Hampdon-Turner, C. (2012): Riding the Waves of Culture, Understanding Cultural Diversity in Business (3. Auflage), Nicholas Brealey Publishing, London.

Modul	Sustainable Marketing						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	1	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	S		
Verwendbarkeit										
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Holm									
Dozent	Prof. Dr. Peter Holm									
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			
	22,5	15	0	0	0	87,5	0	Workload insgesamt 125		

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Die Fähigkeit Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil zu verstehen und erfolgreich zu vermarkten, ist zu einem bedeutenden Erfolgsfaktor geworden. Gründe hierfür sind das wachsende Bewusstsein von Kunden gegenüber Nachhaltigkeit, Reglementierungen und die Sicherung eines langfristig funktionierenden Geschäftsmodells.

Nach Abschluss des Moduls

- kennen die Studierenden die Kernthemen von nachhaltigem Marketing (Anforderungen, Verbraucherverhalten, nachhaltige Produkte, Kommunikationsstrategie) und können diese definieren und anwenden
- die Studierenden sind insbesondere in der Lage, Marketingmaßnahmen zu analysieren und zu bewerten ob der erfolgreichen Integration von Nachhaltigkeit in die Produkt- und Marketingstrategie
- Die Studierenden können zentrale Elemente einer nachhaltigen Marketingstrategie abbilden und
- deren Signifikanz für den Unternehmenserfolg darstellen.

Lerninhalte

1. Grundlagen Nachhaltiges Marketing - Abgrenzung zu konventionellem Marketing, Parameter, neue Anforderungen ans Marketing
2. Konsum und Verbraucherverhalten, Marktsegmentierung
3. Veränderungen im Einkaufsverhalten motivieren
4. Nachhaltige Produkte und Lieferketten
5. Nachhaltigkeit als Teil der Kommunikationsstrategie

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Neben dem Vermitteln der oben dargestellten Fachinhalten gehört die praktischen Anwendung an kleineren und größeren realen Fällen zum Inhalt der Vorlesung, um den Studierenden Beispiele für die praktische Anwendung in der Unternehmen aufzuzeigen. Case Studies nachhaltiger Marketing-Entscheidungen zeigen Beispiele aus der Praxis- durch Vergleiche mit Case Studies über traditionelle Unternehmen und Marketing lernen die Studierenden zwischen nachhaltigen und herkömmlichen Marketing zu differenzieren.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur.

Literatur

- Belz, F./ Peattie, K. (2009): Sustainability marketing: A global perspective, John Wiley and Sons, Hoboken NJ.
- Emmery, Barry (2012): Sustainable Marketing, Harlow: Pearson
- Elkington, J. (1994): Towards Sustainable Corporation: Win-win-win Business Strategies for Sustainable Development, California Management Review 36(2): 90-100.
- Jackson, T. (2009): Prosperity without Growth? The Transition to a Sustainable Economy, London: Sustainable Development Commission
- Jackson, T. (2005):, Motivating Sustainable Consumption: a Review of Evidence on Consumer Behaviour and Behavioural Change, Guildford: Sustainable Development Research
- Maignan, I. / Ferrell, O. (2004): Corporate Social Responsibility and Marketing: and integrative Framework, Journal of the Academy of Marketing Science 32(1), 3-19.
- Martin, D./ Schouten, J. (2013), Sustainable Marketing, Pearson Harlow.
- Meffert, H./ Kenning, P./ Kirchgeorg, M. (Hrsg.) (2015): Sustainable Marketing Management: Grundlagen und Cases, SpringerGabler Wiesbaden.

Modul	Digitale Transformation des Controllings						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb		Personal				
	Semester	2	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Karsten Oehler								
Dozent	Prof. Dr. Stefan								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	125	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen									

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- den eigenen Informationsbedarf und den der Kunden des Controllings aus den jeweiligen Zielen systematisch abzuleiten,
- zu beurteilen, wie Informationen effektiv selektiert, verdichtet und aufbereitet werden können,
- die vielfältigen Möglichkeiten der Informationstechnologie realistisch einzuschätzen,
- innovative Werkzeuge und deren Anwendbarkeit zu beurteilen,
- geeignete Werkzeuge im Unternehmenskontext anzuwenden.

Lerninhalte

Ein Verständnis des Informationsbedarfs und der –Aufbereitung ist grundlegend für den Erfolg des Controllings. Durch die zunehmende Digitalisierung wird der Einfluss von Daten auf die Entscheidungsfindung noch verstärkt. Dies soll durch die Diskussion der Anforderungen und Vorstellung der wesentlichen Werkzeuge vermittelt werden. Zudem ist ein souveräner Umgang mit den gängigen IT-Werkzeugen des Controllers unverzichtbar. Gleichzeitig müssen die Chancen und Risiken des Einsatzes von Big Data Techniken bekannt sein.

Es werden die wesentlichen Konzepte und Werkzeuge für die Informationsversorgung durch das Controlling vorgestellt. Dem Einfluss neuer Entwicklungen wie beispielsweise Predictive Analytics und Big Data auf das Controlling wird besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

1. Informationsbedarf & Controlling
2. Einfluss der Digitalisierung auf das Controlling
3. Berichtswesen und -gestaltung
4. Frühwarnsysteme
5. Controlling mit ERP-Systemen
6. Controlling mit Office-Werkzeugen
7. Mehrdimensionale Werkzeuge
8. Einfluss von Predictive Analytics und Big Data auf das Controlling
9. Einfluss der künstlichen Intelligenz auf das Controlling

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis


Die Lerninhalte werden in Vorlesungsform vermittelt. Zahlreiche Anwendungsbeispiele erleichtern das Verständnis der Anforderungen. Anhand verbreiteter Werkzeuge wird der Umgang mit Controlling-Werkzeugen sowie die Fähigkeit zur geeigneten Werkzeugwahl geschult.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Schriftliche Bearbeitung von durch den Dozenten gestellten Aufgaben.

Literatur

- Davenport, T. H. (2014): Big data @ work: Chancen erkennen, Risiken verstehen, München.
- Kemper, H.-G. (2010): Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen: Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, Wiesbaden.
- Klein, A., Gräf, J. (2017): Reporting und Business Intelligence (3. Auflage), Freiburg.
- Oehler, K. (2006): Corporate Performance Management, München.
- Oehler, K. (2019): Advanced Analytics für Controller, Freiburg.

Modul	Systemgestütztes wert- und risikoorientiertes Controlling						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb		Personal				
	Semester	2	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Karsten Oehler								
Dozent	Prof. Dr. Karsten Oehler								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	125	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen									

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- die Eignung von klassischen und wertorientierten Ansätzen für Planung, Anreizsysteme, Performance-Messung und Bereichssteuerung zu beurteilen und die wertorientierten Steuerungskonzepte auf unterschiedliche Entscheidungen anzuwenden,
- die Unterschiede zwischen internen und externen Berichtssystemen aufzuzeigen und die Möglichkeiten der Harmonisierung insbesondere im Bezug auf IFRS im Unternehmenskontext einzuschätzen,
- die spezifischen Anforderungen aus dem Konzern-Controlling und die Besonderheiten des Beteiligungscontrolling zu begreifen sowie die aus dem Unternehmens-Controlling kommenden Werkzeuge auf das Konzern-Controlling anzuwenden,
- die Herausforderungen Risikosteuerung zu begreifen und die hieraus abgeleiteten Anforderungen an ein Risikocontrolling umsetzen,
- Eignung verschiedener Ansätze der Systemunterstützung einschätzen zu können.

Lerninhalte

Rechnungswesen und Controlling werden stark durch die Globalisierung geprägt. In dieser Vorlesung werden die aktuellen Entwicklungen im Rechnungswesen mit den Auswirkungen auf das Controlling skizziert. Die Studierenden werden zudem mit den Grundlagen der wertorientierten Unternehmenssteuerung vertraut gemacht. Grundlegend hierfür ist die Kenntnis der Schwachstellen traditioneller Steuerungskonzepte. Allerdings konkurrieren verschiedene Konzepte um die Gunst der Unternehmen. Die Kapitalmarktorientierung vernachlässigt unternehmenseigene Risiko-Ansätze. Dies zu überwinden ist Aufgabe des Risiko-Controllings. Das Verständnis in Bezug auf die Integration von Risiko-Management und Controlling wird vertieft.

1. Zweckorientierung im Rechnungswesen
2. Harmonisierung des internen und externen Rechnungswesens
3. IFRS & Controlling
4. Konzern- und Beteiligungscontrolling
5. Wertorientierte Konzepte im Controlling
6. Risikoorientiertes Controlling

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Anhand einfacher Modelle werden Anforderungen und die Unterschiede der existierenden Ansätze in Vorlesungsform verdeutlicht. Die Teilnehmer bringen ihre Praxiserfahrung in die Vorlesung ein, in der die Konsequenzen diskutiert werden. Anhand von Fallbeispielen wird der theoretische Lerninhalt ergänzt. Fallstudien sowie der punktuellen Einsatz qualifizierter Gastdozenten erhöhen den Anwendungsbezug.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Ausarbeitung und Referat (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten)

Literatur

- Gleißner, W./ Romeike, F. (2014): Praxishandbuch Risikomanagement: Konzepte - Methoden - Umsetzung, Berlin.
- Niebecke, J./ Kirchmann, M. (2011): Group Reporting und Konsolidierung, Stuttgart.
- Oehler, K. et al (Hrsg.) (2011): Financial Performance Management im Konzern, Berlin.
- Paul, J. (2013): Beteiligungscontrolling und Konzerncontrolling, Berlin.
- Vanini, U. (2021): Risikomanagement: Grundlagen - Instrumente - Unternehmenspraxis (2. Auflage), Stuttgart.
- Weber, J., Bramsemann, U., Heineke, C. (2017): Wertorientierte Unternehmenssteuerung (2. Auflage), Wiesbaden.
- Weißberger, B. E. (2011): IFRS für Controller: Einführung - Leitlinien - Fallbeispiele - Praxisberichte, Freiburg.

Modul	Sales Strategies B-2-B						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling		Vertrieb	X	Personal				
	Semester	2	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Björn Hekman								
Dozent	Prof. Dr. Björn Hekman								
Zeitmodell	Präsenz	e-Learning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, Kaufverhalten, -motive und -prozesse in den Bereichen Business-to-Business (B-2-B) und Business-to-Consumer (B-2-C) voneinander zu unterscheiden und abzugrenzen. Sie können Verkaufsstrategien für den B-2-B-Bereich entwickeln und umsetzen. Sie können dabei unterschiedliche Ansätze für eine solche Umsetzung kritisch hinterfragen und auf empirischen Studien basierend bewerten.

Sie sind in der Lage, die Kooperation zwischen Einkauf und Verkauf auch unter Aspekten der Nachhaltigkeit zu bewerten.

Im Rahmen der Verkaufsargumentation sind die Studierenden in der Lage, Verkaufsargumente hinsichtlich ihres Nutzens für den Kunden einzuschätzen. Die Studierenden verstehen die Bedeutung nachhaltiger (ökologisch, ökonomischer, sozialer) Lösungen und sind in der Lage, ein eigenes Verkaufsgespräch im Business to Business Bereich zu entwickeln, durchzuführen und im Anschluss zu bewerten (Transaktionsanalyse).

Lerninhalte

Verkaufsansätze im b2b-Bereich
 Hardselling vs. Softselling
 Adaptive Selling vs. Canned selling
 Miller-Heiman-Methode
 Consultative-Selling
 Solution Selling
 Value Based Selling

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

diskursive, seminarähnliche Vorlesung sowie komplexe Lehr-/Lernarrangements

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur.

Literatur

Birkenbihl, V. F. (2013): Psycho-Logisch richtig verhandeln: professionelle Verhandlungstechniken mit Experimenten und Übungen. Landsberg am Lech, mvg-verlag.
 Dixit, A. K./ Nalebuff, B. J. (1997): Spieltheorie für Einsteiger – Strategisches Knowhow für Gewinner, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
 Erbacher, C. (2010): Grundzüge der Verhandlungsführung (3. Auflage), Zürich 2010.
 Fisher, R. et al. (2013): Das Harvard-Konzert - Der Klassiker der Verhandlungstechnik (24. Auflage), Frankfurt am Main.
 Fritzsche, Th. (2013): Souverän verhandeln: Psychologische Strategien und Methoden. Mit 20 Übungen zum Selbstlernen.
 Lewicki, R. J./ Hiam, A. et al. (1998): Verhandeln mit Strategie - Das große Handbuch der Verhandlungstechniken. St.Gallen/Zürich, Midas Management Verlag.
 Voeth, M., / Herbst, U. (2015), Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse (2. Auflage), Schaffer-Poeschel Verlag Stuttgart.

Modul	Sales Negotiation & Tactics						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	Vertrieb	X	Personal					
	Semester	2	ECTS	5	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Björn Hekman								
Dozent	Andreas Brettschneider								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die verhaltens-psychologischen Grundlagen von Verhandlungen. Sie können zwischen den unterschiedlichen Verhandlungsansätzen differenzieren und sind in der Lage, Verhandlungsstrategien zu entwickeln und anzuwenden und Verhandlungssituationen aus rationaler und emotionaler Sicht zu analysieren und zu bewerten. Sie können auf Basis gewonnener Erkenntnisse die Verhandlungsstrategie zielorientiert anpassen.

Studierende sind im Rahmen von Rollenspielen in der Lage, Verhandlungspartner zu verstehen, Motive zu antizipieren und durch empathische Kommunikation adäquate Verhandlungsstrategien situativ einzusetzen. Grundlagen der Sozialpsychologie dienen den Studierenden dabei als Basis.

Die Studierenden sind in der Lage, auf Basis im Vorfeld gewonnener Erkenntnisse eine "win-win" Verhandlungsstrategie zu entwickeln und anzuwenden.

Sie sind in der Lage, Verhandlungserfolge, unter Berücksichtigung individueller Bewertungen sowie der Einschätzung der Folgen des Verhandlungsergebnisses auf den sozialen Kontext der Verhandlungspartner, zu bewerten.

Sie sind in der Lage, das Zustandekommen von Verhandlungsergebnissen zu erklären, und können den Zusammenhang von abhängigen Erfolgsgrößen und unabhängigen Erfolgsdeterminanten systematisch in einem einheitlichen Transformationsmodell darstellen.

Die Studierenden sind in der Lage, Besonderheiten digitaler Verhandlungen (Webinar, Videokonferenzen u.a.) zu erkennen und die Verhandlungsstrategie und -umsetzung

Lerninhalte

Theoretische Ansätze der Verhandlungsforschung: analytisch-präskriptive u. deskriptiv-verhaltenswissenschaftliche ökonomische, verhaltensbezogene und prozessbezogene Verhandlungsführung (Phasenmodelle der Verhandlung)

Koalitionsbildung bei Verhandlungen: Grundlagen der Spieltheorie, Grundlagen der SEU-Theorie zur Entscheidungsfindung sowie Konditionierungsansätze in der Verhandlungsführung (Skinner u.a.)

Kooperative und Nichtkooperative Modelle der Verhandlungstheorie

Experimentelle Tests der Verhandlungstheorie: ultimative Verhandlung

Grundlegende Ansätze des Harvard Negotiation Projects, Framing sowie Verhandlungsführung aus Basis sozialer Grundmotive (N. Bischof, u.a.)

Besonderheiten digitaler Verhandlungen (Grenzen non-verbaler Kommunikation, Chancen zu deren Kompensation)

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

diskursive Vorlesung sowie komplexe Lehr-/Lernarrangements

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Schriftliche Ausarbeitung.

Literatur

Birkenbihl, V. F. (2013): Psycho-Logisch richtig verhandeln: professionelle Verhandlungstechniken mit Experimenten und Übungen. Landsberg am Lech, mvg-verlag. Dixit, Avinash, K./ Nalebuff, B. J. (1997): Spieltheorie für Einsteiger – Strategisches Knowhow für Gewinner, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Erbacher, C. (2010): Grundzüge der Verhandlungsführung (3. Auflage), Zürich.

Fisher, R. et al. (2013): Das Harvard-Konzept - Der Klassiker der Verhandlungstechnik (24. Auflage), Frankfurt am Main.

Fritzsche, Th. (2015): Souverän verhandeln: Psychologische Strategien und Methoden. Mit 20 Übungen zum Selbstlernen.

Lewicki, R. J./ Hiam, A. et al. (1998): Verhandeln mit Strategie - Das große Handbuch der Verhandlungstechniken. St.Gallen/Zürich, Midas Management Verlag.

Voeth, M., / Herbst, U. (2015): Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse (2. Auflage), Stuttgart: Schaffer-Poeschel Verlag.

Wiswede, G. (2012): Einführung in die Wirtschaftspsychologie (5. Auflage), Stuttgart: UTB.

Modul	Kollektives Arbeitsrecht mit Schwerpunkt Veränderungsprozesse						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	Semester	2	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Bueß								
Dozent	Prof. Dr. Peter Bueß								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- Tatbestände des deutschen kollektiven Arbeitsrechts in bestehenden betrieblichen Prozessen bzw. zu bearbeitenden betrieblichen Projekten zu erkennen, zu analysieren und darzustellen.
- Bei betrieblichen Veränderungen tarifrechtliche und betriebsverfassungsrechtliche Erfordernisse systematisch aufzuzeigen, zu hinterfragen und darin ggf. be- bzw. entstehende Risiken gegenüber zu stellen.
- Mitbestimmungsrechte von Belegschaftsvertretungen zu überprüfen und ggf. zu berücksichtigende kollektivrechtliche Konfliktlösungsmechanismen für das weitere betriebliche Vorgehen zu beschreiben und in die Strategie zu integrieren.
- Aus dem Blickwinkel des kollektiven Arbeitsrechts Zusammenhänge mit dem individuellen Arbeitsrecht zu erkennen und zu beurteilen
- Die Umsetzung betrieblicher Veränderungsprozesse unter Einbeziehung von auf Arbeitsrecht spezialisierter JuristInnen zu begleiten.

Lerninhalte

Tarifrecht, insbes. Tarifvertragsparteien, Arten von Tarifverträgen, Tarifbindung, Allgemeinverbindlichkeit, Tarifkollision, Geltungsbereich von Tarifverträgen, Beendigung und Nachwirkung von Tarifverträgen, Günstigkeitsprinzip, Einführung in das Arbeitskampfrecht; Grundlagen: Ein- und Austritt aus dem Arbeitgeberverband; Grundlagen: Betriebsübergang und Tarifverträge.

Betriebsverfassungsrecht, insbes. Gründung und Arbeit von Belegschaftsvertretungen (wie Wirtschaftsausschuss, Betriebsrat, Gesamtbetriebsrat, Konzernbetriebsrat, JAV, Sprecherausschuss, Schwerbehindertenvertretung), arbeitsrechtlicher Status der Mitglieder, allgemeine Mitbestimmungsrechte nach dem Betriebsverfassungsgesetz (z.B. allgemeine personelle Angelegenheiten, Arbeitsplatzgestaltung, Berufsbildung, personelle Einzelmaßnahmen, Kündigungen) und außerhalb dessen (z.B. Arbeitssicherheitsgesetz), besonders solche bei organisatorischen Maßnahmen (z.B. Betriebsänderung, Interessenausgleich und Sozialplan) und sozialen Angelegenheiten (insbes. § 87 BetrVG); Konfliktlösungsmodelle (Einigungsstelle, Arbeitsgericht); Abschluss, Änderung und Nachwirkung von Betriebsvereinbarungen; Betriebsversammlung; Grundlagen: Betriebsübergang und Betriebsverfassung. Einführung: Unternehmensmitbestimmung nach Drittelbeteiligungsgesetz und Mitbestimmungsgesetz. Auswirkungen von Veränderungsvorgängen auf das individuelle Arbeitsrecht feststellen und beurteilen.

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Die vorgenannten Lerninhalte werden regelmäßig in kombinierter Form als Vorlesung, verbunden mit Fallstudien vermittelt, um eine unmittelbare Verbindung von Theorie und Praxis zu gewährleisten.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur.

Literatur

Arbeitsgesetze (dtv 5006, aktuelle Auflage).

Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht (aktuelle Auflage, derzeit 20. Auflage, München 2020).

aktuelle Spezialliteratur.

Modul	Skillmanagement and -assessment						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	Semester	2	ECTS	5	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer								
Dozent	Prof. Dr. Stefan Klingelhöfer								
Zeitmodell	Präsenz	e-Learning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		125

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Das Modul beleuchtet die theoretischen Grundlagen, Analyseinstrumente, Entwicklungs- und Implementierungsansätze eines organisationalen Skillmanagements. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, Skills auf Individual-, Team- und Organisationsebene zielgerichtet zu analysieren, entwickeln und steuern. Sie verfügen über die Methoden und Instrumente, um zukünftig benötigte Skills aus der Unternehmens- und HR-Strategie abzuleiten, vorhandene Skills einzuschätzen und ein modernes Skillmanagement im Unternehmen zu etablieren.

Lerninhalte

- Treiber: Warum ist Skillmanagement (wieder) im Focus?
- Einsatzfelder für organisationales Skill- und Kompetenzmanagement
- Wissenschaftliche Kompetenzmodelle und Standard-Skillkataloge
- Von der Unternehmens- und HR-Strategie zum unternehmenseigenen Kompetenzmodell: von job-spezifisch bis generisch
- Methoden, Instrumente und Gütekriterien für Beurteilung und Messung von Skills und Kompetenzen u
- Skillentwicklung: Lernpfade und Angebote
- Implementierung eines organisationalen Skillmanagements: Akteure und Prozesse
- Digitale Management- und Supporttools

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Die Veranstaltung besteht in etwa gleichgewichtig aus theoretischer Stoffvermittlung und praxisbezogener Anwendungsvermittlung, u.a. durch Fallstudien und Rollenspiele.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten


Abschlussklausur

Literatur

Kanning, U./ Schuler, H. (Hrsg.) (2014): Lehrbuch der Personalpsychologie (3.Auflage), Göttingen: Hofgrefe Verlag.
 Kauffeld, S./ Paulsen, H. (2018): Kompetenzmanagement in Unternehmen: Kompetenzen beschreiben, messen, entwickeln und nutzen (Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie), Stuttgart: Kohlhammer

Scholz, C./ Scholz, T. (2018): Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen.

Stock-Homburg, R./ Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien - Grundlagen - Konzepte (4. Auflage), Wiesbaden: Springer.

Modul	Interdisziplinäres Start-up-Projekt						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	2	ECTS	10	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	S		
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Wolfgang Rams									
Dozent	Prof. Dr. Wolfgang Rams									
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			
	22,5	15	0	0	0	151	60	Workload insgesamt 248,5		

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Durch die praktische Projekterfahrung soll den Studierenden die Relevanz interdisziplinärer Zusammenarbeit erfahrbar werden. Die mit dem Modul intendierten Lernziele sind:

- Die Studierenden haben Erfahrung hinsichtlich der Herausforderungen interdisziplinärer Arbeit und der Zusammenarbeit in heterogenen Gruppen.
- Sie können auf erste Erfahrungen hinsichtlich der Organisation heterogener Teams.
- Die Studierenden haben im Projekt ein Produkt oder Verfahren entwickelt und gelernt, eine innovative Idee zu präsentieren.
- Die Studierenden haben ferner erlernt, wie sie über ihren Fachbereich hinaus Informationen für Produktentwicklungen oder Verbesserungsprojekte recherchieren und in ihrem Branchenkontext nutzen.

Über die inhaltliche Diskussion hinaus erlernen die Studierenden, sich in einem heterogenen Team zu organisieren und über fachliche Grenzen hinweg zu kommunizieren. Die Veranstaltung, die aufbauend auf das Modul "Projekt- und Risikomanagement" im ersten Semester gedacht ist, lässt die Studierenden damit unmittelbar Themen des Projektmanagements in heterogenen Projekten erfahren. Gleichzeitig bietet dieses Modul den Studierenden eine praktische Anwendung des Moduls "Interkulturelle Kommunikation" in diesem Semester und sensibilisiert diese auf praktische Art und Weise für dieses Thema.

Lerninhalte

Die Lerninhalte wechseln nach Maßgabe der jeweiligen Projekte. Diese werden bewusst nicht curricular vorgegeben, um auf aktuelle technologische Entwicklungen sowie Entwicklungen hinsichtlich Dienstleistungen und Geschäftsmodellen reagieren zu können. Beispiele für Themenstellungen im interdisziplinären Start-up-Projekt sind aber etwa:

- Entwicklung und unternehmerische Bewertung von Produkten und Dienstleistungen im industriellen Umfeld
- Optimierung von Produktionsprozessen aus Sicht der Effizienz und Nachhaltigkeit
- Konzeption eines multidimensionalen, integrierten Managementsystems.

Die Veranstaltung macht die Grundproblematik, die mit dem Master-Studiengang Business Management adressiert wird, unmittelbar und frühzeitig im Rahmen des Studiums erlebbar. Sie sensibilisiert damit für die Themen der anderen Module, insbesondere aber für das im Semester vorab durchgeführte Modul "Projekt- und Risikomanagement" sowie auf die parallel laufende Veranstaltung "Intercultural Communication in heterogeneous and virtual teams".

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis


Einführende Veranstaltung zu den jeweiligen Themenstellungen und anschließend Gruppenarbeit mit individueller Betreuung je Fachgruppe. Ferner Reflexion der Projekterfahrung mit der betrieblichen Praxis. Die Erfahrungen aus der betrieblichen Praxis sollen in die Projektarbeit integriert werden.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Gruppenbericht und Gruppenpräsentation des jeweiligen Projektteams (die Gesamtnote ergibt sich zu 50% aus dem Gruppenbericht und zu 50% aus der Abschlusspräsentation)

Literatur

- Jung, R.-H./ Bruck, J./ Quarg, S. (Hrsg.) (2013): Allgemeine Managementlehre (5. Auflage), Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Litke, H.-D. (2009): Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement (6. Auflage), Hanser, München.
- Osterwalder, A./ Pigneur, Y. & Wegberg, J. T. A. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag, Frankfurt
- Inhaltlich variierende Literatur je nach Themenstellung des Projekts.

Modul	Digital Work						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	3	ECTS	5	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)	W		
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Peter Holm									
Dozent	Prof. Dr. Peter Holm									
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			Workload insgesamt 125
	22,5	15	0	0	0	87,5	0			

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Die voranschreitende Digitalisierung und Vernetzung der Produktion, die unter dem Begriff Industrie 4.0 zusammengefasst werden, stellen Unternehmen und ihre Beschäftigten vor enorme Herausforderungen. Umfassende Automatisierung, neue Prozesse und Steuerungssysteme, zunehmende Verschmelzung von digitaler und realer Welt sowie Entwicklung von Cyber-Physischen Systemen (CPS) versprechen mehr Effizienz und Flexibilität, verursachen jedoch neuartige Probleme und Herausforderungen.

Die Arbeit der Zukunft mit ihrer verstärkten Digitalisierung und Dynamisierung der Arbeitswelt wird an die Mehrheit der Beschäftigten deutlich erhöhte Komplexitäts-, Kreativitäts- und Problemlösungsanforderungen stellen. Vielen Beschäftigten wird ein sehr hohes Maß an selbstgesteuertem Handeln, kommunikativen Kompetenzen und Fähigkeiten zur Selbstorganisation abverlangt. Wie werden Managementaufgaben in der intelligenten Fabrik der Zukunft aussehen? Welche Konsequenzen kommen auf die Beschäftigten zu? Welche Auswirkungen haben diese Prozesse auf Personalmanagement, Weiterbildung und Qualifizierung? Wie kann man diese Veränderungen gestalten und optimal begleiten? Die Studierenden können elementare Begriffe und Zusammenhänge der digitalen Wirtschaft beschreiben. Sie können die wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung erläutern und Lösungsmöglichkeiten für Probleme aufzeigen, die mit der Digitalisierung einhergehen.

Lerninhalte

Der Schwerpunkt liegt auf den wirtschaftlichen Aspekten der Digitalisierung wie etwa den Besonderheiten digitaler Güter (Internet der Dinge, Netzwerkeffekte, Grenzkosten nahe null, Big Data), der Problematik der Verfügungsrechte und dem fortdauernden Strukturwandel, den die Digitalisierung bewirkt hat („Industrie 4.0“, „Sharing Economy“, „Crowdworker“/„Arbeit 4.0). In wirtschaftspolitischer Hinsicht werden insbesondere Implikationen der Digitalisierung für die Wettbewerbspolitik, die Innovationsförderung und den Verbraucherschutz thematisiert. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden Industrie 4.0 und ihre Auswirkungen auf verschiedene Bereiche und Funktionen von Unternehmen diskutiert sowie aus Sicht verschiedener Fachdisziplinen betrachtet.

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis


Die Veranstaltung wird als Vorlesung durchgeführt, die mit Fallstudien durchzogen ist.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur.

Literatur

- Botthoff, A./ Hartmann, E. (Hrsg.) (2015): Zukunft der Arbeit in Industrie 4.0, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- Mayer, F./ Pantförder, D. (2014): Unterstützung des Menschen in Cyber-Physical- Production-Systems, in: Bauernhansl, T./ten Hompel, M./ Vogel-Heuser, B. (Hrsg.), Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik, Wiesbaden: Springer-Vieweg, S. 481-491.
- Manyika, J. (2015): The Internet of the Things: Mapping the Value Beyond the Hype. McKinsey Global Institute.
https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/technology%20media%20and%20telecommunications/high%20tech/our%20insights/the%20internet%20of%20things%20the%20value%20of%20digitizing%20the%20physical%20world/unlocking_the_potential_of_the_internet_of_things_full_report.pdf (abgerufen am 26.10.2020)
- Peters, R. (2010): Internet-Ökonomie, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- Roth (Hrsg.) (2016): Einführung und Umsetzung von Industrie 4.0 Grundlagen, Vorgehensmodell und Use Cases aus der Praxis, Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- Weyrich, M. (2015): IT Realisierungen zur flexiblen Integration von heterogenen Industrie-4.0-Systemen und -Komponenten, https://www.ias.uni-stuttgart.de/dokumente/vortraege/2015-01-29_IT-Realisierungen-140-DUS.pdf (abgerufen am 26.10.2020)

Modul	Sustainability Controlling						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb		Personal				
	Semester	3	ECTS	5	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)	W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Karsten Oehler								
Dozent	Prof. Dr. Karsten Oehler								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	125	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen									

- Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage
- mit Blick auf ein einzelnes Unternehmen die methodischen Herausforderungen eines nachhaltigkeitsbezogenen Controllings zu analysieren
 - die Zusammenhänge zwischen Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit zu beurteilen
 - die wichtigsten Instrumente des Nachhaltigkeitscontrolling hinsichtlich ihrer Einsetzbarkeit einzuschätzen
 - ein situationsadäquates nachhaltigkeitsbezogenes Controlling zu entwickeln
 - Lernprozesse zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des nachhaltigkeitsbezogenen Controllings zu gestalten.
 - Relevante Akteure des Finanzmarkts identifizieren und benennen
 - die Rolle von Nachhaltigkeit auf dem Finanzmarkt einordnen und bewerten
 - Implikationen für die Unternehmensfinanzierung ableiten und in strategische Entscheidungen umsetzen können.

Lerninhalte

- Eine Vielzahl von Werkzeugen zur wirtschaftlichen Steuerung der Nachhaltigkeit wie beispielsweise Carbon Controlling, Kennzahlensysteme zur Nachhaltigkeit oder auch Integrated Reporting, ist in den letzten Jahren entwickelt worden. Die wichtigsten Ansätze werden vertieft dargestellt und diskutiert. Ein besonderer Schwerpunkt wird darauf gelegt, die spezifischen Nachhaltigkeits-Controlling-Werkzeuge mit den etablierten Werkzeugen des Controllers zu verbinden und in die Unternehmensorganisation einzubinden.
1. Funktionen und Ziele eines nachhaltigkeitsbezogenen Controllings
 2. Instrumente eines nachhaltigkeitsbezogenen Controllings
 3. Nachhaltigkeitsbezogenes Controlling im Unternehmensverbund
 4. Nachhaltigkeitsberichterstattung: Berichtspflichten und methodische Herausforderungen
 5. Integration der Nachhaltigkeitsaspekte in den Werkzeugkasten des Controllers
 6. Die Rolle der Finanzmärkte
 7. Nachhaltige Investments und Kapitalmarktinitiativen

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Anhand von Praxisbeispielen werden die theoretischen Konzepte in Vorlesungsform vermittelt

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten)

Literatur

- Colsmann, B. (2016): Nachhaltigkeitscontrolling: Strategien, Ziele, Umsetzung (2. Auflage), Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Engelfried, J. (2012): Nachhaltiges Umweltmanagement, Oldenburg: Walter de Gruyter.
- Günther, E./ Steinke, K.H. (Hrsg.) (2016): CSR und Controlling: Unternehmerische Verantwortung als Gestaltungsaufgabe des Controlling, Berlin u.a.O.: Springer Verlag.
- Müller, A. (2011): Nachhaltigkeits-Controlling, o.O.: Uni-Ed.
- Hudson, J./ The social responsibility of the investment profession, Research Foundation of CFA Institute, Charlottesville, VA. 2006
- Louche, C. / Lydenberg, S.D. (2017): Dilemmas in responsible investment, London: Routledge.
- Mahammadzaheh, Nachhaltige Balanced Scorecard, Köln 2011.
- Steinke, K. H. (et al) (2014): Green Controlling–Leitfaden für die erfolgreiche Integration ökologischer Zielsetzungen in Unternehmensplanung und-steuerung, Freiburg/München: Haufe.
- Weber, J./ Georg, J./ Mack, S. & Janke, R. (2012): Nachhaltigkeit und Controlling, Schriftenreihe Advanced Controlling (Bd. 80), Weinheim: Wiley.

Digital	Digital Sales & Cross Channel Management						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	Vertrieb	X	Personal					
	Semester	3	ECTS	5	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)	W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Björn Hekman								
Dozent	Prof. Dr. Kiesel								
Zeitmodell	Präsenz	e-Learning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt 125	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen									

Die Studierenden sind in der Lage zu analysieren, wie Kunden sich auf ihren Einkaufsweg durch die Kanäle bewegen und können ableiten, wie Maßnahmen zur Kundenbindung zu gestalten sind.

Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen, wie eine konsistente, produktbasierte Kommunikation auf den verschiedenen Kanälen zu formulieren ist sowie Möglichkeit zu definieren, den Kunden in allen Kanälen im Rahmen des CRM zu identifizieren und gezielt anzusprechen.

Die Studierenden sind in der Lage auf Basis von Produktkategorien, Transaktionsimpulsen und Informationssuche Kanalwechselverhalten von Konsumenten zu analysieren.

Sie können Vertikalierungsprozesse im Cross-Channel-Management einschätzen und für spezifische Unternehmenszwecke bewerten.

Sie sind in der Lage Angeboten und Interaktionsmodellen im Kontext der voranschreitenden Digitalisierung der Vertriebskanäle zu weiter zu entwickeln.

Lerninhalte

Grundlagen des Cross-Channel-Management
 Integration vs. Separation von Vertriebskanälen
 Charakterisierung von Cross-Channel-Kunden
 Abgrenzung Multi Channel Handel und Cross-Channel-Management
 Vertikalisierung im Multi Channel Handel
 Cross-Channel-Management im b2b- und b2c-Bereich
 Smart Analytics im Cross-Channel-Management
 Erfolgsfaktoren des Cross-Channel-Management

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis


diskursive Vorlesung sowie komplexe Lehr-/Lernarrangements

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten).

Literatur

Berman, B./ Evans, J.R. (2012): Retail Management: A Strategic Approach, 12. Aufl., New Jersey.
 Heinemann, G. (2010): Cross-Channel-Management - Integrationserfordernisse im Multi-Channel-Handel, 3., vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Gabler Verlag.
 Zentes, J. (et al) (Hrsg.) (2013): Handbuch Handel: Strategien-Perspektiven-Internationaler Wettbewerb. Wiesbaden: Springer-Verlag.

Modul	Systemgestütztes Sales-Controlling						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal				
	Semester	3	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Karsten Oehler								
Dozent	Prof. Dr. Stefan								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt 125	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen									

Die Studenten kennen spezielle Ausprägungen des Vertriebscontrolling in produzierenden Unternehmen, können diese einordnen und anwenden.
 Die Studenten können Vertriebscontrollingprozesse im b2b- und b2c-Bereich beurteilen und zweckmäßig gestalten.
 Sie erwerben Kenntnisse zur Ausgestaltung eines vertrieblichen Controllings für digital getriebene Geschäftsmodelle.
 Sie können die Methoden des Controlling auf vertriebliche Aufgabenstellungen anwenden und ihre Eignung beurteilen. Dabei sind sie in der Lage, die Interdependenzen zwischen Controlling und Vertrieb zu diagnostizieren.
 Die Studenten können die verschiedenen Controllinginstrumente im Vertrieb erfolgreich zur Steuerung einzusetzen, und sind dabei in der Lage, die Eignung unternehmensinterner und -externer Informationen zu beurteilen und zu interpretieren.
 Sie können Werkzeugklassen zur Unterstützung des Vertriebscontrollings nutzen und ihre Wirksamkeit einschätzen.

Lerninhalte

Strategisches und operatives Vertriebscontrolling
 Anforderungen neuer (digitaler) Geschäftsmodelle an das Controlling
 Quantitativen Methoden als Grundlage des Vertriebscontrollings
 Markt- und Wettbewerbsanalysen im Vertrieb
 Verkaufsinstanzenerechnung
 Kundenerfolgsrechnung
 Produkterfolgsrechnung
 Vertriebsprozesscontrolling/Forecast
 Vertriebsinformationssysteme
 Predictive Analytics im Vertrieb

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

diskursive Vorlesung sowie komplexe Lehr-/Lernarrangements

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

90 minütige Abschlussklausur (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten).

Literatur

Kühnapfel, J. B. (2013): Vertriebscontrolling: Methoden im praktischen Einsatz, Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
 Pufahl, M. (2019): Vertriebscontrolling: So steuern Sie Absatz, Umsatz und Gewinn (6. Auflage), Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.
 Hahn, K./ Steinhardt, J. (2012): Vertriebscontrolling im Mehrkanalvertrieb. Kennzahlen und Instrumente (Band 1), München und Mehring: Rainer Hampp Verlag.

Modul	HR-Controlling und Analytics						Pflicht (P) / Wahl(WP)		WP	pro vadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling		Vertrieb		Personal	X				
	Semester	3	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	W		
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Klingelhöfer									
Dozent	Prof. Dr. Klingelhöfer									
Zeitmodell	Präsenz	e-Learning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		Workload insgesamt 125	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0			
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen										

Zum Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer einen Überblick über die Einsatzfelder, Ziele, Methoden und Instrumente des HR-Controllings. Sie verstehen die Anforderungen, die an ein modernes HR-Controlling gestellt werden und die Zusammenhänge zu anderen Unternehmensbereichen und deren Planungs- und Steuerungsprozessen. Sie lernen anhand ausgewählter Fragestellungen, ein strategisches HR-Controlling aufzubauen und unter Zusammenführung unterschiedlicher Datenquellen und -systeme zu implementieren. Sie lernen darüber hinaus, wie sich die Rolle und das Skill-Set der HR-Controller im Zuge der Digitalisierung verändert und welche Chancen und Einsatzfelder für "Predictive Analytics" im HR-Controlling entstehen. Sie vertiefen und üben dieses Wissen anhand des Themenfeldes "Controlling und Evaluation von Trainingsmaßnahmen" und eigener Use Cases.

Lerninhalte

- Einsatzfelder des HR-Controllings
- Operative, taktische und strategische Aufgabenstellungen des HR-Controllings
- Daten, Systeme und Kennzahlen des HR-Controllings
- Instrumente des HR-Controllings (z.B. Balanced Scorecard)
- Controlling und Evaluation von Personalentwicklungsmaßnahmen
- Von der Personalstandsmeldung zu "Predictive Analytics"
- Typische Use cases für Predictive Analytics

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Case Studies, Simulationen, WOL, fish Bowl, kollegiale Beratung, Peer teaching, Story Telling, Methoden der Erfassung impliziten Wissens, Aufbau einer Community of Practice

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Entwicklung einer eigenen Evaluation/ eines predictive use case in Gruppenarbeit

Literatur

- Edwards, M./ Edwards, K. (2019): Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric, Kogan Page Publishers.
- Gerlach, D. (2020): Crashkurs Personalcontrolling - inkl. Arbeitshilfen online: Grundlagen, Werkzeuge und Praxisbeispiele (Haufe Fachbuch).
- Reindl, C./ Krüger, F. (2017): People Analytics in der Praxis - inkl. Arbeitshilfen online: Mit Datenanalyse zu besseren Entscheidungen im Personalmanagement (Haufe Fachbuch).
- Schmeisser, W. / Sobierajczyk, P. / Zinn, A. (2014): Personalcontrolling, Konstanz, München: UTB.
- Schulte, Ch. (2012) Personal-Controlling mit Kennzahlen, 3. Auflage, München: Verlag Vahlen

Modul	New Work - Design und Management						Pflicht (P) / Wahl(WP)	WP	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	Semester	3	ECTS	5	Sprache	D	SoSe (S) / WiSe (W)	W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management								
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Engelhardt								
Dozent	Prof. Dr. Engelhardt								
Zeitmodell	Präsenz	e-Learning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	Workload insgesamt 125	
	22,5	15	0	0	0	87,5	0		
Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen									

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage
- die Treiber, Bedarfe und Ziele von New Work zu benennen und ausgehend von der Unternehmenssituation und -strategie zu gestalten
- die mit New Work einhergehenden betrieblichen und organisationalen Veränderungen in Unternehmen abzuleiten und zu implementieren
- die Auswirkungen einer New Work-Implementierung zu antizipieren, zu messen und zu steuern.

Lerninhalte

1. New Work als Personalmarketing-Mode?!
2. Digitalisierung und andere Treiber
3. Veränderung der Arbeit
4. Wie kann HR strategisch unterstützen und gestalten?
5. New Work: Elemente, Instrumente und ihre Beziehungen
6. Anforderungen auf Organisations-, Team-, Netzwerk- und Individualebene
7. New Work implementieren - gemeinsam mit den Sozialpartnern
8. New Work - Fortschritte messen und steuern

2

Die Lerninhalte werden in Vorlesungsform vermittelt. Case Studies vertiefen Teilaspekte. Exkursionen zu Unternehmen und Gespräche mit verantwortlichen Praktikern sichern einen intensiven Praxisbezug.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Erarbeitung eine eigenen New-Work-Konzepts auf wissenschaftlicher Basis in Gruppenarbeit. (oder andere Prüfung gemäß Vorgabe des Dozenten)

Literatur

- Schemuly, C. (2019): New Work-Gute Arbeit gestalten: Psychologisches Empowerment von Mitarbeitern (Vol. 10167). Haufe-Lexware.
Scholz, C./ Scholz, T. (2018): Grundzüge des Personalmanagements, München: Vahlen.
Stock-Homburg, R./ Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien - Grundlagen - Konzepte, 4. Auflage, Wiesbaden: Springer.

Modul	Responsible Management and Business Ethics (Interdisziplinäres Seminar)						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	provadis Hochschule
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	3	ECTS	15	Sprache	E	SoSe (S) / WiSe (W)		W	
Verwendbarkeit	Master Technologie & Management									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Bicher-Otto									
Dozent	Prof. Dr. Bredemeier									
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			Workload insgesamt 375
	0	0	0	42	0	178	155			

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Das Interdisziplinäre Seminar führt zu den folgenden Qualifikationszielen:

- Die Studierenden sind in der Lage, ethische Handlungsempfehlungen aus der Perspektive ihrer jeweiligen Branchenzugehörigkeit bewerten und im Vergleich mit anderen Branchen diskutieren zu können.
- Sie sind ferner in der Lage, sich in relevante gesellschaftliche Diskussionen einbringen zu können. Dies umfasst sowohl wirtschaftliche als auch wissenschaftlichen Themenstellungen.
- Methodisch beherrschen die Studierenden nach Abschluss des Moduls die profunde Recherche ethischer Prinzipien aus der relevanten Fachliteratur inklusive Empfehlungen von Gremien und Verbänden (Arbeitgeberverbände, Gewerkschaften).

Lerninhalte

- Grundlagen zum Thema Responsible Management and Business Ethics
 - Spezifische Themenstellungen ethischer Fragestellung in den jeweiligen Vertiefungsrichtungen Controlling, Vertrieb und Personal.
- Art der Bearbeitung der Lehrinhalte:
- Diskussion ethischer Fragestellungen in betrieblichen Kontext
 - Aktive Teilnahme am Seminar, Präsentation und schriftliche Ausarbeitung

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Fragestellungen der Ethik und verantwortlichen Managements werden zu Beginn der Veranstaltung von der Dozentin/dem Dozenten vermittelt. Konzeption und Theorien werden auch über Fallstudien erarbeitet. Neben Gruppen-Diskussionen präsentieren die Studierenden Grundsätze ethischen Handelns in ihrer Fachdisziplin und erstellen auch eine Seminararbeit.


Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Präsentation und Bericht der Studierenden (die Gesamtnote ergibt sich zu 50% aus dem Bericht und zu 50% aus der Präsentation)

Literatur

Allgemeine Literatur zum Thema:

- Götzelmann, A. (2010): Wirtschaftsethik Workshop kompakt: Ein Studien- und Arbeitsbuch zur Einführung in die ökonomische Ethik, 2. Auflage. Books on Demand, Norderstedt.
- Herold, N./ Lütge, C. (2012): Einführung in die Wirtschaftsethik, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Inhaltlich variierende Literatur je nach Vertiefungsrichtung

Modul	Master Thesis						Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	Semester	4	ECTS	25	Sprache	D/E	SoSe (S) / WiSe (W)	S		
Verwendbarkeit										
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto									
Dozent	Professorinnen und Professoren des Fachbereichs Betriebswirtschaftslehre									
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			Workload insgesamt
	0	0	0	30	0	270	325			

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Mit der Master Thesis zeigen die Studierenden, dass sie innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus dem Gegenstandsfeld des Master-Studiengangs Business Management mit wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbstständig bearbeiten können. Hierbei sind sie insbesondere in der Lage, auch Themenstellungen in ihrer Master Thesis zu diskutieren, die über ihr eigentliches Vertiefungsgebiet hinaus von Relevanz sind. Sie stellen sich sowohl fachlichen Details als auch den fachübergreifenden Zusammenhängen.

Die Master Thesis ist in der Regel eine eigenständige Untersuchung einer Aufgabenstellung und eine ausführliche Beschreibung und Erläuterung ihrer Lösung. Den Abschluss bildet ein Kolloquium, bei dem die Studierenden zeigen, dass sie komplexe Inhalte nicht nur schriftlich ausarbeiten sondern auch mündlich und vor Fachpublikum (den Prüfenden) darstellen können. Dies umfasst auch die Fähigkeit zur qualifizierten Teilnahme am Fachgespräch.

Nach erfolgreichem Abschluss der Master-Thesis sind die Studierenden in der Lage, komplexe Projekte in Wirtschaft und Wissenschaft eigenständig planen, steuern und inhaltlich ausgestalten zu können. Dabei gelingt es ihnen auch, über Abteilungs- und Fachgrenzen hinweg Teams interdisziplinär zu formen und solche Projekte zu einem Erfolg zu führen.

Lerninhalte

Abhängig von der Master-Thesis

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis


Ziel des Moduls ist die selbstständige Bearbeitung einer komplexen Thematik im betrieblichen Kontext. Damit ergibt sich zwangsläufig eine intensive Integration von Theorie und Praxis. Insgesamt wird davon ausgegangen, dass 50% des Workloads im Unternehmenskontext erbracht wird.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Im Falle der Master Thesis regelt dies die Studien- und Prüfungsordnung in den §§24-25.

Literatur

Fallweise, nach Themenstellung.

Modul	Master Thesis - Kolloquium					Pflicht (P) / Wahl(WP)		P	
Vertiefungsrichtung	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	Semester	4	ECTS	5	Sprache	D/E	SoSe (S) / WiSe (W)	S	
Verwendbarkeit									
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto								
Dozent	Professorinnen und Professoren des Fachbereichs Betriebswirtschaftslehre								
Zeitmodell	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vorbereitung	Unternehmenskontext		Workload insgesamt
	0	0	0	10	0	65	50	125	

Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

Die Qualifikationsziele sind an die der zugehörigen Master-Thesis angelehnt. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, die Ergebnisse eines komplexen Projekts in begrenztem Zeitraum stimmig darzustellen und im Rahmen eines Fachgesprächs zu dokumentieren.

Lerninhalte

Abhängig vom Thema der Master-Thesis

Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis

Ziel des Moduls ist die selbstständige Bearbeitung einer komplexen Thematik im betrieblichen Kontext. Damit ergibt sich zwangsläufig eine intensive Integration von Theorie und Praxis. Insgesamt wird davon ausgegangen, dass 50% des Workloads im Unternehmenskontext erbracht wird.

Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten

Im Falle der Master Thesis regelt dies die Studien- und Prüfungsordnung in den §§24-25.

Literatur

Fallweise, nach Themenstellung.