



Curriculum des Studiengangs

**Master Business Management**

**Schwerpunkt Controlling / Vertrieb / Personal**

an der

Provadis School of International Management & Technology

Stand Januar 2017

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 sich aus der Vernetzung neuer Technologien und Dienstleistungen ergeben. Interdisziplinäre Zusammenarbeit ist daher ebenso zentrales didaktisches Konzept wie die Möglichkeit zur individuellen fachlichen Vertiefung. Neben einer überfachlichen, methodischen Qualifikation wird interkulturelle Kommunikation 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 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
<b>1. Semester</b>	
Strategische Unternehmensführung	Prof. Dr. Rams
Projekt- und Risikomanagement	Prof. Dr. Kneisel
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens / statistische Methoden & Forschungsmethoden	Prof. Dr. Bicher-Otto / Prof. Dr. Lange-König
Unternehmensplanung & -kontrolle und funktionales Controlling	Prof. Dr. Oehler
Grundlagen des Vertriebsmanagement	N.N.
Transformationsmanagement & Führung in Veränderungsprozessen	Prof. Dr. Engelhardt
Unternehmensplanspiel	wechselnde Professoren FB BWL
<b>2. Semester</b>	
Interkulturelle Kommunikation und heterogene Teams	Prof. Dr. Schwinghammer / Prof. Dr. Engelhardt
Sustainable Marketing	Prof. Dr. Holm
Berichtswesen & Business Analytics	Prof. Dr. Stefan
Wertorientiertes Controlling, Harmonisierung, Konzern und Risiko-Controlling	N.N.
Verkaufsansätze im Business-to-Business-Bereich	Prof. Dr. Hekman
Vertriebsverhandlungen im Business-to-Business-Bereich	N.N.
Kollektives Arbeitsrecht mit individualrechtlichen Bezügen	Prof. Dr. Bueß
Eignungsdiagnostik	Hr. Vogel
Interdisziplinäres Start-up-Projekt	wechselnde Professoren FB BWL
<b>3. Semester</b>	
Digitalisierung der Arbeitswelt "Industrie 4.0"	Prof. Dr. Holm
Nachhaltigkeitscontrolling	Dr. Rudloff
Cross Channel Management	Prof. Dr. Kiesel
Vertriebscontrolling	N.N.
Personalcontrolling und Wissensmanagement	N.N.
Vergütung und Versorgung	Prof. Dr. Keil
Interdisziplinäres Seminar (Responsible Management and Business Ethics)	wechselnde Professoren FB BWL
<b>4. Semester</b>	
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	Vor- und Nachbereitung in h	Unternehmens- kontext	ECTS-Punkte
<b>1. Semester</b>	Summe		75	100	99	132	0	0	516	60	30
Strategische Unternehmensführung	P	D/E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Projekt- und Risikomanagement	P	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Methoden wissenschaftlichen Arbeitens / statistische Methoden & Forschungsmethoden	P	D	15	20	21	28	0	0	89	0	5
Unternehmensplanung & -kontrolle und funktionales Controlling	Con	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Grundlagen des Vertriebsmanagement	Sale	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Transformationsmanagement & Führung in Veränderungsprozessen	Pers	D/E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Unternehmensplanspiel	P	D	15	20	24	32	0	0	151	60	10
<b>2. Semester</b>	Summe		75		96		0	0	519	60	30
Interkulturelle Kommunikation und heterogene Teams	P	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Sustainable Marketing	P	D/E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Berichtswesen & Business Analytics	Con	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Wertorientiertes Controlling, Harmonisierung, Konzern und Risiko-Controlling	Con	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Verkaufsansätze im Business-to-Business-Bereich	Sale	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Vertriebsverhandlungen im Business-to-Business-Bereich	Sale	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Kollektives Arbeitsrecht mit individualrechtlichen Bezügen	Pers	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Eignungsdiagnostik	Pers	D/E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Interdisziplinäres Start-up-Projekt		D	15	20	24	32	0	0	151	60	10
<b>3. Semester</b>	Summe		45		54		42	56	454	155	30
Digitalisierung der Arbeitswelt "Industrie 4.0"	P	D/E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Nachhaltigkeitscontrolling	Con	D/E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Cross Channel Management	Sale	E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Vertriebscontrolling	Sale	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Personalcontrolling und Wissensmanagement	Pers	D/E	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Vergütung und Versorgung	Pers	D	15	20	18	24	0	0	92	0	5
Interdisziplinäres Seminar (Responsible Management and Business Ethics)	P	D/E	0	0	0	0	42	56	178	155	15
<b>4. Semester</b>	Summe		0				40	53	335	375	30
Master Thesis	P	D/E	0		0		30	40	270	325	25
Master Thesis - Kolloquium	P	D/E	0		0		10	13	65	50	5
<b>Summe</b>										650	120
Farblegende											
Interdisziplinäre Module außer Projekten und Seminar											
Projekte bzw. Seminar											
Themenschwerpunkt im Controlling											
Themenschwerpunkt im Vertrieb											
Themenschwerpunkt Personal											
Master Thesis inkl. Kolloquium											



<b>Modul</b>	Strategische Unternehmensführung						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>									
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b>	
	15	18	0	0	0	92	0		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,
- Strategien, Geschäftsmodelle, Prozesse und Produkte angesichts der Möglichkeiten der Digitalisierung zu überdenken und Transformationen in Ihrer Organisation anzustoßen,
- eine Strategie durch Business Excellence Programme, Changemanagement und strategisches Personalmanagement umzusetzen
- Unternehmenspolitische Entscheidungen zu treffen und sie gegen Widerstände im Arbeitsumfeld zu verteidigen
- und verfügen über fundierte Grundkenntnisse nachhaltigkeitsrelevanter Themenbereiche sowie über ein vertieftes Verständnis für Mensch-Umwelt-Systeme und umweltethische Aspekte

#### Lerninhalte

1. Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie (Definition, Nachhaltigkeit und Politik, Transformation; Wirtschaften und Leben im Kontext von
2. Gesamtgesellschaftliche Entwicklungen und die Positionierung des einzelnen Unternehmens (Nachhaltigkeit und Governance, politische Institutionen und
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
7. Digitale Trends und deren potenzielle Implikationen für Ihr Unternehmen
8. Digitale Transformation: Veränderung von Organisationen, um digitale Transformationen erfolgreich zu realisieren.

<b>Modul</b>	Strategische Unternehmensführung			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						
diskursive Vorlesung sowie komplexe Lehr-/Lernarrangements						
<b>Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>						
90 minütige Abschlussklausur (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten)						
<b>Literatur</b>						

Albareda, L. (2008), Corporate responsibility, governance and accountability: from self-regulation to co-regulation, Corporate Governance, 8(4), 430-9.

Altenburger, R.: (2013): CSR und Innovationsmanagement: Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil (Management-Reihe Corporate Barney, J.B. (2002). Gaining and Sustaining Competitive Advantage (2. Ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.

Blowfield, Michael (2013), Business and Sustainability, Oxford University Press: Oxford

Brynjolfsson, E.; McAfee, A.: (2014): The Second Machine Age: Wie die nächste digitale Revolution unser aller Leben verändern wird, Plassen, Kulmbach 2014

Eckardt, G.H.: Business Management – Angewandte Unternehmensführung, Göttingen 2011.

Frey, B.; Osborne, M. (2013): The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?; Oxford, 2013

Gassmann, O.; Frankenberger, K. (2013): Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, C. Hanser, München

Goldwell, Malocm (2016): Tipping Point: Wie kleine Dinge Großes bewirken können; Goldman, München 2016

Goldwell, Malcom (2015): David und Goliath: Die Kunst, Übermächtige zu bezwingen, Piper, München 2015

Grant, R.M. (2007). Cases to Accompany Contemporary Strategy Analysis (6. Ed.). Malden: Blackwell.

Grant, R.M. (2007). Contemporary Strategy Analysis (6. Ed.). Malden: Blackwell.

Kahnemann, D. (2012): Thinking, Fast and Slow, Pinguin, London 2012

Macharzina, K.; Wolf, J. (2005): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen. 5. Auflage, Gabler Verlag: Wiesbaden.

Magretta; J. (2011): Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy, Harvard Business Review Press, Cambridge 2011

Malik, F.: (2015): Navigieren in Zeiten des Umbruchs, Campus, Frankfurt/Main 2015


Mele, Nicco (2014): The End of Big: How the Digital Revolution Makes David the New Goliath (2. Ed.) : Picador

Osterwalder, Alexander (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus, Frankfurt/Main

Steinmann, H.; Schreyögg, G. (2005): Management – Grundlagen der Unternehmensführung. 6. Auflage, Gabler Verlag: Wiesbaden.


Welge, M.K. & Al-Laham, A. (2003). Strategisches Management. Grundlagen – Prozess – Implementierung (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.



<b>Modul</b>	Projekt- und Risikomanagement						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Wolfgang Rams								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b>	
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Fortschreitende Globalisierung in Verbindung mit Digitalisierung wird unter anderem 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 von Projekten und den 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 zu bewerten insbesondere hinsichtlich potentieller Risiken,
- Methoden des klassischen und agilen Projektmanagements aufzuzeigen und gegenüber zu stellen.
- Risiken innovativer technologischer Entwicklungen hinsichtlich gesellschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Folgen abschätzen zu können, z.B. im Bereich Datenschutz, Digitalisierung oder der Zerstörung natürlicher Ressourcen und Lebensräume.

<b>Modul</b>	Projekt- und Risikomanagement			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	
<b>Lerninhalte</b>						

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. 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 (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten)

#### **Literatur**

- Litke, H.-D. (2007): Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement. 5. Auflage, Lunau, S. (Hrsg.) (2012): Six Sigma + Lean Toolset. 3. Auflage, Springer, Berlin.  
Schwaber, K.; Irlbeck, T. (2007): Agiles Projektmanagment mit Scrum. Microsoft Press, Unterschleißheim.  
Wanner, R. (2013): Risikomanagement für Projekte. 2. Auflage, CreateSpace, Leipzig.  
Wolke, T. (2008): Risikomanagement. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München.

<b>Modul</b>	Methoden wissenschaftlichen Arbeitens / statistische Methoden & Forschungsmethoden						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>		W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management									
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto									
<b>Dozent</b>										
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			
	15	21	0	0	0	89		<b>Workload insgesamt</b> 125		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>										

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 und zu hinterfragen,

- statistische Konzepte, bspw. in Form der multivariaten Statistik, auszuwählen, auf spezifische Fragestellungen anzuwenden sowie die Ergebnisse sach- und fachgerecht zu interpretieren.

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.

<b>Modul</b>	Methoden wissenschaftlichen Arbeitens / statistische Methoden & Forschungsmethoden			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	

#### 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

90 minütige Abschlussklausur (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten - in diesem Fall wird die Prüfungsform von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert)

#### Literatur

Eid, M. / Gollwitzer, M. / Schmitt, M., (2015) Statistik und Forschungsmethoden, 4. Auflage, Beltz Verlag  
Hogg, R.V. / Craig, A.T. Introduction into Mathematical Statistics  
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.

<b>Modul</b>	Unternehmensplanung & -kontrolle und funktionales Controlling					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb		Personal				
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Karsten Oehler								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92			
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- 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.

### Lerninhalte

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.

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. Exemplarische Anwendung der Controlling-Werkzeuge in den Funktionalbereichen

<b>Modul</b>	Unternehmensplanung & -kontrolle und funktionales Controlling			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	Personal		

**Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis**


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.

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

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

**Literatur**

Coenenberg, A. G., Baum, H.-G., Günther, T., Strategisches Controlling (9. Auflage), Stuttgart.  
 Gadatsch, A. (2012), IT-Controlling, Berlin  
 Horváth, P., Gleich, R., Seiter, M. (2015), Controlling (13. Aufl.). München  
 Schmidt, W., Blachfellner, M., Oehler, K.: Moderne Wertorientierung, Freiburg, 2015  
 Reichmann, T., Baumöl, U., Kibler, M. (2016), 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.(2011), Personal-Controlling mit Kennzahlen, München  
 Weber, J., Wallenburg, C. M. (2010),: Logistik- und Supply Chain Controlling, Stuttgart  
 Weber, J., Schäffer, H. (2014). Einführung in das Controlling (11. Aufl.) Stuttgart

<b>Modul</b>	Grundlagen des Vertriebsmanagement					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	X	Personal					
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Björn Hekman								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b>
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Aufbauend auf den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre wird im Rahmen der Vorlesung der Bereich Vertriebsmanagement vertiefend diskutiert.

Die Studierenden sind in der Lage die strategische, operative und technische Ebene der Steuerung des Vertriebs strukturiert darzustellen und hinsichtlich seiner Bedeutung zu reflektieren. Dabei werden Prozesse der Globalisierung, der Digitalisierung und Entwicklungen im Rahmen der Nachhaltigkeit besonders berücksichtigt.

Die Studierenden können Prozesse der Verkaufskonzeption darstellen und bewerten sowie einen Verkaufsprozess eigenständig entwickeln.

Sie sind in der Lage Fragen zur Führung des Außendienstes zu reflektieren.

Mit Hilfe der vorgestellter Kennzahlen können sie Verkaufsergebnisse hinterfragen und bewerten.

### Lerninhalte

Einführung


Verkaufskonzeption

Organisation des Verkaufs (mit Schwerpunkten: Digitalisierung und Globalisierung)

Operative Verkaufsplanung und operativer Verkauf

Management des Außendienstes

Performance Management

<b>Modul</b>	Grundlagen des Vertriebsmanagement			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	X	Personal		
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						

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**


- Albers, S., Krafft, M., Vertriebsmanagement: Organisation - Planung - Controlling – Support, Wiesbaden, 2013.  
Hofbauer, G., Hellwig, C., Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, 3. Aufl., Erlangen, 2012.  
Homburg, C./Schäfer, H./ Schneider, J., Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System, 7. Aufl., Wiesbaden, 2012.  
Pufahl, M., Sales Performance Management, Wiesbaden, 2015.  
Winkelmann, P., Marketing und Vertrieb, 8. Auflage, München, 2013.



<b>Modul</b>	Transformationsmanagement & Führung in Veränderungsprozessen					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Rieke Engelhardt								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Mit Abschluss des Modules haben die Lernenden einen Überblick über die Auswirkungen der Digitalisierung und Globalisierung auf Unternehmen und können geeignete Schritte einleiten, um als Personalabteilung nachhaltige Veränderungen zu begleiten; sie haben

- einen profunden Überblick über den aktuellen Stand der Führungsforschung erhalten
- Verständnis und Reflektion eigener Führungsbilder und der Führung in Ihren Unternehmen erfahren,
- 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 passenden Führungsformats 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.

<b>Modul</b>	Transformationsmanagement & Führung in Veränderungsprozessen			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X		
<b>Lerninhalte</b>						

1. Auswirkungen der Megatrends - Insbesondere Digitalisierung, Globalisierung und Nachhaltigkeit - auf Management und Führung
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. & P.J. Simmons (2011): The green to gold business playbook: How to implement sustainability practices for bottom-line results in every business function. John

Franken, S. (2010): Verhaltensorientierte Führung, Springer Gabler, 3. Auflage.

Kanter, R.M. (2015): How purpose-based companies master change for sustainability. In: Henderson et al. (Eds.): Leading sustainable change. An organizational

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. & A.H. Van de Ven (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, Horgrefe, 3. Auflage.

von Rosenstiel, L. (2015): Motivation im Betrieb, Springer Gabler, 11. Auflage.

[www.systemische-professionalitaet.de](http://www.systemische-professionalitaet.de)

<b>Modul</b>	Unternehmensplanspiel						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	10	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>									
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b> <b>250</b>	
	15	24	0	0	0	151	60		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


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 insbesondere vor dem Hintergrund der anstehenden Veränderungen im Zusammenhang mit Digitalisierung, Globalisierung sowie Nachhaltigkeit,
- 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; Einbringen von Erkenntnissen und Erfahrungen aus dem persönlichen UNernehmensumfeld

<b>Modul</b>	Unternehmensplanspiel			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	

**Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis**


Die Durchführung eines Unternehmensplanspiel dient in hohem Maße der Intergration 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 Präsentation; Gruppenpräsentation; Klausur (nach Maßgabe des Dozenten)

**Literatur**

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

<b>Modul</b>	Interkulturelle Kommunikation und heterogene Teams					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>									
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. E. Schwinghammer								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

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 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 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)

<b>Modul</b>	Interkulturelle Kommunikation und heterogene Teams				<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X	

**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 gesamtheitlicher Sicht mit realen kulturellen Ausgangssituationen, Problemen der interkulturellen Kommunikation und heterogen 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**

- Düfler, E.; Jöstingmeier, B. (2008): Internationales Management in unterschiedlichen Kulturbereichen. 7. Auflage, Oldenbourg Verlag, München.
- Gerhards, S.; Trauner, B. (2011): Wissensmanagement : 7 Bausteine für die Umsetzung in der Praxis. , 4. Auflage, Hanser, München.
- Hall, E. T. (1976): Beyond Culture. Anchor Books/Doubleday USA.
- Heringer, H.J. (2010): Interkulturelle Kommunikation, Grundlagen und Konzepte. 3. Auflage, UTB, Stuttgart.
- Herrmann, D.; Hüneke, K.; Rohrberg, A. (2012): Führung auf Distanz: Mit virtuellen Teams zum Erfolg. 2. Auflage, www.mindtools.com (20130917), SpringerGabler,
- Hofstede, G.; Hofstede, G. H. (1980): Culture's Consequences: International Differences in Work related Values. Sage, Beverly Hills CA.
- Hofstede, G.; Hofstede, G. J. (2011): Lokales Denken, globales Handeln, Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. 5. Auflage, Beck, München.
- Lüsebrink, H.-J. (2012): 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: Lateale 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.

<b>Modul</b>	Sustainable Marketing						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	1	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>									
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Peter Holm								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b>	
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


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

<b>Modul</b>	Sustainable Marketing			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						

Neben dem Vermitteln der oben dargestellten Fachinhalten gehört die praktische 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 (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten - in diesem Fall wird die Prüfungsform von der Dozentin / dem Dozenten zu Beginn des entsprechenden Semesters, in dem das Modul absolviert wird, verbindlich festgelegt und den Studierenden kommuniziert)

**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  
 Maignan, I. And Ferrell, O. (2004) Corporate Social Responsibility and Marketing: and integrative Framework, Journal of the Academy of Marketing Science 32(1), 3-19.



<b>Modul</b>	Berichtswesen & Business Analytics					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb		Personal				
	<b>Semester</b>	2	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Karsten Oehler								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b>
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

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. Kennzahlensysteme
3. Berichtswesen und -gestaltung
4. Frühwarnsysteme
5. Controlling mit ERP-Systemen
6. Controlling mit Office-Werkzeugen
7. Mehrdimensionale Werkzeuge
8. Planungswerkzeuge
9. Einfluss von Predictive Analytics und Big Data auf das Controlling

<b>Modul</b>	Berichtswesen & Business Analytics			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	Personal		

**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**

Bearbeitung von durch den Dozenten gestellte Aufgaben (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten)


**Literatur**

Davenport, T. H.: big data @ work: Chancen erkennen, Risiken verstehen, München 2014

Kemper, H.-G.: Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen: Eine Einführung in die IT-basierte Managementunterstützung, 2010

Klein, A., Gräf, J.: Reporting und Business Intelligence, Freiburg 2014

Oehler, K.: Corporate Performance Management, München 2006

<b>Modul</b>	Wertorientiertes Controlling, Harmonisierung, Konzern und Risiko-Controlling					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb		Personal				
	<b>Semester</b>	2	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Karsten Oehler								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


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.

#### **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

<b>Modul</b>	Wertorientiertes Controlling, Harmonisierung, Konzern und Risiko-Controlling			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	Personal		

**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.: Praxishandbuch Risikomanagement: Konzepte - Methoden - Umsetzung, Berlin 2014  
 Niebecker, J., Kirchmann, M.: Group Reporting und Konsolidierung, Stuttgart 2011  
 Oehler, K., Seufert, A., Schmitz, M., Höhne, U. (Hrsg.): Financial Performance Management im Konzern, Berlin 2011  
 Paul, J.: Beteiligungscontrolling und Konzerncontrolling, Berlin 2013  
 Vanini, U.: Risikomanagement: Grundlagen - Instrumente - Unternehmenspraxis, Stuttgart 2012  
 Weber, J., König, A.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Wiesbaden 2012  
 Weißenberger, W.: IFRS für Controller: Einführung - Leitlinien - Fallbeispiele - Praxisberichte, Freiburg 2011

<b>Modul</b>	Verkaufsansätze im Business-to-Business-Bereich					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling		Vertrieb	X	Personal				
	<b>Semester</b>	2	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Björn Hekman								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Die Studierenden sind in der Lage verschiedene Verkaufsansätze bzw. -strategien zu diskutieren. Sie können dabei ausgewählte Ansätze hinsichtlich Ihrer Nützlichkeit in Business-to-Business-Verkaufsgesprächen kritisch hinterfragt und auf empirische Studien basierend bewerten.


Sie sind in der Lage, die Kooperation zwischen Einkauf und Verkauf auch unter Aspekten der Nachhaltigkeit zu bewerten und Möglichkeiten, die sich aus der Digitalisierung ergeben, zu nutzen.

Im Rahmen der Verkaufsargumentation sind die Studierenden in der Lage Verkaufsargumente hinsichtlich ihres Nutzens für den Kunden einzuschätzen, dies auch unter besonderer Berücksichtigung der Nachhaltigkeit.

Sie sind zudem in der Lage ein eigenes Verkaufsgespräch im Business to Business Bereich zu entwickeln und dabei auf Entwicklungen, die sich aus der zunehmenden Digitalisierung ergeben, zurückzugreifen.

<b>Lerninhalte</b>
--------------------

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

<b>Modul</b>	Verkaufsansätze im Business-to-Business-Bereich			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	X	Personal		
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						


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**

Birkenbihl, V. F., Psycho-Logisch richtig verhandeln: professionelle Verhandlungstechniken mit Experimenten und Übungen. Landsberg am Lech, mvg-verlag, 2013.  
Dixit, Avinash, K., Nalebuff, B. J.: Spieltheorie für Einsteiger – Strategisches Knowhow für Gewinner, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1997.  
Erbacher, C.: Grundzüge der Verhandlungsführung, 3. Auflage, Zürich 2010.  
Fisher, R. et al.: Das Harvard-Konzert - Der Klassiker der Verhandlungstechnik, 23. Auflage, Frankfurt am Main 2009.  
Fritzsche, Th. Souverän verhandeln: Psychologische Strategien und Methoden. Mit 20 Übungen zum Selbstlernen, 2015.  
Lewicki, R. J., A. Hiam, et al., Verhandeln mit Strategie - Das große Handbuch der Verhandlungstechniken. St.Gallen/Zürich, Midas Management Verlag, 1998.  
Voeth, M., / Herbst, U., Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse, 2. Auflage, Schaffer-Poeschel Verlag Stuttgart, 2015.

<b>Modul</b>	Vertriebsverhandlungen im Business-to-Business-Bereich					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	X	Personal					
	<b>Semester</b>	2	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Björn Hekman								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Die Studierenden können zwischen den unterschiedlichen Verhandlungsansätzen differenzieren und sind in der Lage Verhandlungssituationen im Vertrieb aus rationaler und emotionaler Sicht zu bewerten.

Studierende sind im Rahmen von Rollenspielen in der Lage, die im Kontext der Globalisierung zunehmend komplexer werdenden Verhandlungsprozesse zwischen Geschäftspartnern zu verstehen, positive und auch negative Reaktionen zu antizipieren, und können durch empathische Kommunikation adäquate Verhandlungsstrategie einsetzen.

Als relevanten Bestandteil des Führungshandelns im Vertrieb können sie Hauptverhandlungsstile im Verhältnis zu: Interesse, Macht, Klima und Flexibilität bewerten und die einzelnen Verhandlungsphasen einordnen

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

Sie sind in der Lage das Zustandekommen von Verhandlungsergebnissen zu erklären und können den Zusammenhang von abhängiger Erfolgsgrößen und unabhängiger Erfolgsdeterminanten systematischen in einem einheitlichen Transformationsmodell darstellen.

#### **Lerninhalte**


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

Koalitionsbildung bei Verhandlungen: Grundlagen der Spieltheorie

Kooperative und nichtkooperative Modelle der Verhandlungstheorie

Experimentelle Tests der Verhandlungstheorie: ultimative Verhandlung

Grundlegende Ansätze des Harvard Negotiation Projects

<b>Modul</b>	Vertriebsverhandlungen im Business-to-Business-Bereich			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	X	Personal		
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						

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**

- Dixit, Avinash, K., Nalebuff, B. J.: Spieltheorie für Einsteiger – Strategisches Knowhow für Gewinner, Schäffer-Poeschel, Stuttgart, 1997.
- Birkenbihl, V. F., Psycho-Logisch richtig verhandeln: professionelle Verhandlungstechniken mit Experimenten und Übungen. Landsberg am Lech, mvg-verlag, 2013.
- Erbacher, C.: Grundzüge der Verhandlungsführung, 3. Auflage, Zürich 2010.
- Fisher, R. et al.: Das Harvard-Konzert - Der Klassiker der Verhandlungstechnik, 23. Auflage, Frankfurt am Main 2009.
- Fritzsche, Th. Souverän verhandeln: Psychologische Strategien und Methoden. Mit 20 Übungen zum Selbstlernen, 2015.
- Lewicki, R. J., A. Hiam, et al., Verhandeln mit Strategie - Das große Handbuch der Verhandlungstechniken. St.Gallen/Zürich, Midas Management Verlag, 1998.
- Voeth, M., / Herbst, U., Verhandlungsmanagement: Planung, Steuerung und Analyse, 2. Auflage, Schaffer-Poeschel Verlag Stuttgart, 2015.



<b>Modul</b>	Kollektives Arbeitsrecht mit individualrechtlichen Bezügen					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	<b>Semester</b>	2	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Peter Bueß								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


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 begleiten.

### Lerninhalte

Tarifrecht, insbes. Tarifvertragsparteien, Arten von Tarifverträgen, Tarifbindung, Allgemeinverbindlichkeit, Tarifkollision, Geltungsbereich von Tarifverträgen, Beendigung und Nachwirkung von Tarifverträgen, Günstigkeitsprinzip, Einführung in das Arbeitskämpfrecht; 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, Beendigung und Nachwirkung von Betriebsvereinbarungen; Betriebsversammlung; Grundlagen: Betriebsübergang und Betriebsverfassung. Einführung: Unternehmensmitbestimmung nach Drittelbeteiligungsgesetz und Mitbestimmungsgesetz.

<b>Modul</b>	Kollektives Arbeitsrecht mit individualrechtlichen Bezügen			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X		
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						


Die vorgegannnten 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 (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten)

**Literatur**

Arbeitsgesetze (dtv 5006, aktuelle Auflage, derzeit 89., München 2016).  
 Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht (aktuelle Auflage, derzeit 16., München 2016).  
 aktuelle Spezialliteratur.

<b>Modul</b>	Eignungsdiagnostik					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X				
	<b>Semester</b> 2	<b>ECTS</b> 5	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S		
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management							
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Thomas Keil							
<b>Dozent</b>								
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0	
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>								

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- die verschiedenen Ansätze der Eignungsdiagnostik (einschließlich des trimodalen Ansatzes) zu benennen, einzuordnen sowie kritisch zu beleuchten
- Maßnahmen der Eignungsdiagnostik anhand verschiedener Gütekriterien (bspw. DIN 33430) zu analysieren und miteinander zu vergleichen
- Maßnahmen der Eignungsdiagnostik im Unternehmenskontext selbständig zu entwickeln, durchzuführen und abschließend zu bewerten.
- die Herausforderungen und Veränderungen der Eignungsdiagnostik im Hinblick auf die Digitalisierung zu erkennen und zu beurteilen

### Lerninhalte

#### Ansätze der Eignungsdiagnostik

- Biographieorientierter Ansatz
- Simulationsorientierter Ansatz
- Eigenschaftsorientierter Ansatz
- Trimodaler Ansatz

#### Gütekriterien der Eignungsdiagnostik


- Objektivität, Reliabilität, Validität
- DIN-Norm 33430
- Akzeptanz, ethische & juristische Aspekte

#### Ansätze der Umsetzung von Eignungsdiagnostik im Unternehmenskontext

- Fallstudien & Rollenspiele

#### Eignungsdiagnostik im Zeichen der Digitalisierung

- Anforderungen an die Eignungsdiagnostik im Hinblick auf neue Berufsfelder einer digitalen Welt
- Herausforderungen der digitalen Eignungsdiagnostik (Simulationen, Gaming, Computer Adaptive Testing, Applicant Tracking Systems)

<b>Modul</b>	Eignungsdiagnostik			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X		
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						


Die Veranstaltung besteht in etwa gleichgewichtig aus theoretischer Stoffvermittlung und praxisbezogener Anwendungsvermittlung.

<b>Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
--

Abschlussklausur zuzüglich eines vom jeweiligen Dozenten festzulegenden Leistungsnachweis

<b>Literatur</b>
------------------

Kanning, U.P. (Hrsg.) & Schuler, H. (2014), Lehrbuch der Personalpsychologie (3.Auflage), Hofgrete Verlag, Göttingen.  
 Schmidt-Atzert, L. & Amelang, M. (2012), Psychologische Diagnostik (5.Auflage), Springer Verlag, Berlin-Heidelberg.  
 Schuler, H. (2014), Psychologische Personalauswahl (4.Auflage), Hofgrete Verlag, Göttingen.

<b>Modul</b>	Interdisziplinäres Start-up-Projekt						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	2	<b>ECTS</b>	10	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Wolfgang Rams								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b> <b>250</b>	
	15	24	0	0	0	151	60		


#### 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 die 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.
- Die Studierenden lernen, sich in ein aktuelles Thema mit Grundungspotential zu vertiefen, wodurch aktuelle gesellschaftliche Trends - wie Nachhaltigkeit oder Globalisierung - sowie technologische Entwicklungen - wie Digitalisierung - erkannt werden und eine Verbesserung in diesem Bereich angestrebt werden soll.
- Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, einen Beitrags zur Lösung konkreter gesellschaftlicher oder technologischer Probleme über eine Gründung zu leisten.
- Die Studierenden werden befähigt, ein eigenes Unternehmen zu gründen und insbesondere vor dem Hintergrund der Globalisierung den Gründer- und Innovationsstandort Deutschland zu bereichern.

Über die inhaltliche Diskussion hinaus erlernen die Studierenden, sich in einem heterogen 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 parktische Anwendung des Moduls "Interkulturelle Kommunikation" im diesem Semester und sensibilisiert diese auf praktische Art und Weise für dieses Thema.

#### Lerninhalte

<b>Modul</b>	Interdisziplinäres Start-up-Projekt			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	

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.
- Herausforderungen die mit der Umsetzung innovativer Konzepte, insbesondere der Gründung eines Unternehmens verbunden sind.

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 "Interkulturelle Kommunikation & heterogene 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. (2007): Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement. 5. Auflage, Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Wegberg, J. T. A. (2011): Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus Verlag, Inhaltlich variierende Literatur je nach Themenstellung des Projekts.

<b>Modul</b>	Digitalisierung der Arbeitswelt "Industrie 4.0"						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	3	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Peter Holm								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b>	
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


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.

<b>Modul</b>	Digitalisierung der Arbeitswelt "Industrie 4.0"			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						

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


<b>Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
--

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

<b>Literatur</b>
------------------

- Botthoff, A. Hartmann, E. (Hrsg.) (2015), Zukunft der Arbeit in Industrie 4.0, 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.),  
Mc Kinsey & Company (2015), The Internet of the Things: Mapping the Value Beyond the Hype, June 2015  
Peters, R., Internet-Ökonomie. Berlin, Heidelberg.  
Roth (Hrsg.) (2016), Einführung und Umsetzung von Industrie 4.0 Grundlagen, Vorgehensmodell und Use Cases aus der Praxis, Springer  
Weyrich, M. (2015): IT Realisierungen zur flexiblen-Integration von heterogenen- Industrie 4.0 System und Komponenten



<b>Modul</b>	Nachhaltigkeitscontrolling					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb		Personal				
	<b>Semester</b>	3	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Karsten Oehler								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


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

<b>Modul</b>	Nachhaltigkeitscontrolling			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	Personal		
<b>Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis</b>						


Anhand von Praxisbeispielen werden die theoretischen Konzepte in Vorlesungsform vermittelt

<b>Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>
--

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

<b>Literatur</b>
------------------

- Colsmann, B.: Nachhaltigkeitscontrolling: Strategien, Ziele, Umsetzung, Berlin 2012  
Engelfried, J.: Nachhaltiges Umweltmanagement, Oldenburg, 2011  
Günther, E., Steinke, K.H.: CSR und Controlling: Unternehmerische Verantwortung als Gestaltungsaufgabe des Controlling, Berlin u.a.O. 2016  
Hofbauer, G., Müller, A.: Nachhaltigkeits-Controlling, 2011.  
Hudson, J., The social responsibility of the investment profession, Research Foundation of CFA Institute, Charlottesville, VA. 2006  
Louche, C. & Lydenberg, S.D., Dilemmas in responsible investment, Greenleaf Publishing, Sheffield 2011  
Mahammadzaheh, Nachhaltige Balanced Scorecard, Köln 2011.  
Steinke, K.H. u. A. : Green Controlling - ICV-Leitfaden, Freiburg 2014  
Weber, J., Georg, J., Janke, R., Mack, S.: Nachhaltigkeit und Controlling, Weinheim 2011

<b>Modul</b>	Cross Channel Management					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	X	Personal					
	<b>Semester</b>	3	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Björn Hekman								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b> 125
	15	18	0	0	0	92	0		
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

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. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der zunehmenden Digitalisierung der Einkaufswege.

Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen, wie eine konsistente, produktbasierte Kommunikation auf den verschiedenen Kanälen zu formulieren ist sowie Möglichkeiten 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 Vertikalisierungsprozesse 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

<b>Modul</b>	Cross Channel Management			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	X	Personal		
<b>Leistungsnachweise / Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</b>						


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

#### Literatur

Berman, B., Evans, J.R.: Retail Management: A Strategic Approach, 12. Aufl., New Jersey 2013.

Heinemann, G.: Cross-Channel-Management - Integrationserfordernisse im Multi-Channel-Handel, 3., vollständig überarbeitete Auflage, Gabler, 2011.

Zentes, J., Swoboda, B., Morschett, D.: Handbuch Handel: Strategien – Perspektiven – Internationaler Wettbewerb, 2013.


<b>Modul</b>	Vertriebscontrolling						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal				
	<b>Semester</b>	3	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Karsten Oehler								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b>	
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Die Studenten kennen spezielle Ausprägungen des Vertriebscontrolling in produzierenden, global agierenden Unternehmen, können diese einordnen und anwenden.

Die Studenten können Vertriebscontrollingprozesse im b2b- und b2c-Bereich beurteilen und zweckmäßig gestalten.

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 und auf Instrumente im Kontext zunehmender Digitalisierung zurückzugreifen

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.

<b>Modul</b>	Vertriebscontrolling			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	

**Lerninhalte**

Strategisches und operatives Vertriebscontrolling  
 Quantitative Methoden als Grundlage des Vertriebscontrollings  
 Markt- und Wettbewerbsanalysen im globalen Vertrieb  
 Verkaufsinstanzenerechnung  
 Kundenerfolgsrechnung  
 Produkterfolgsrechnung  
 Vertriebsprozesscontrolling/Forecast  
 Vertriebsinformationssysteme

**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.: Vertriebscontrolling Methoden im praktischen Einsatz, Springer Gabler, 2013.  
 Pufahl, M.: Vertriebscontrolling So steuern Sie Absatz, Umsatz und Gewinn, 5. Auflage, Springer Gabler, 2014.  
 Hahn, K., Steinhardt, J.: Vertriebscontrolling im Mehrkanalvertrieb. Kennzahlen und Instrumente, Hrsg. von Georg Oecking, Band 1, Rainer Hampp Verlag, München u. Mering 2012.

<b>Modul</b>	Personalcontrolling und Wissensmanagement						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	<b>Semester</b>	3	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. R. Engelhardt								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b>	
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Zum Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer einen Überblick über die Qualitätsbeurteilung von strategischer Personalentwicklung. Sie können das Wissen von Mitarbeitern als wichtiger Wissensträger im Unternehmen einschätzen und sind in der Lage Wissen gezielt zu sammeln und zu nutzen. Sie erkennen Faktoren zur Förderung der Nachhaltigkeit im Unternehmen. Sie kennen den Stand der Forschung im Bereich Personalentwicklung und Wissensmanagement und haben damit die Möglichkeit den Reifegrad von Unternehmen in diesem Bereich zu erkennen und gezielt zu fördern.

Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage,

entsprechende Instrumente der Speicherung von Wissen einzusetzen (Digitalisierung)

Zusammenarbeit in internationalen Unternehmen zu instrumentieren

nachhaltige Entwicklung zu fördern

- neuen komplexen Aufgaben- und Problemstellungen zu bearbeiten und eigene Entwicklungsprogramme nach Zielvorgaben zu entwerfen


- bestimmte Entwicklungsschritte im Unternehmen passgenau zu fördern,

- eigenverantwortlich als Berater und Trainer zu steuern und zu führen,

- durch Rollenspiele und entsprechenden Perspektivwechseln die Anforderungen der verschiedenen Anspruchsgruppen zu erkennen,

- ihre eigenen Stärken, Schwächen und Ressourcen in Spiegelungsgruppen zu erfahren.

Sie kennen die Anforderungen des strategischen und operativen Personalcontrollings und können die gelernten Instrumente zielsicher im Unternehmenskontext anwenden und auf diesem Wege die Geschäftsleitung mit validen Informationen versorgen.

<b>Modul</b>	Personalcontrolling und Wissensmanagement			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X		
<b>Lerninhalte</b>						

- Bedarfsermittlung und Auftragsklärung in der Personalentwicklung,
- Entwurf von Trainingseinheiten und Entwicklungsprogrammen,
- Nutzung von bestehenden Möglichkeiten und Evaluierung von e-learning Optionen,
- Überblick über die Landschaft der Personal KPIs, Anregung zur Entwicklung von Kennzahlen.
- Strategisches Personalcontrolling: Berechnung quantitativer und qualitativer Kennzahlen wie z.B. Cost to hire - wann lohnen sich Einstellungen sowie Personalkennzahlen zur Erstellung eines Personalportfolios (z.B. nach Ordiorne) und Messgrößen zur Abbildung langfristigen Personal- und Qualifizierungsbedarfs.

#### **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**

Präsentation einer komplexen Fallstudie in einer Gruppe mit Reflexion des Prozesses der Zusammenarbeit in der Gruppe

#### **Literatur**


Bühner, R. ( 2000) Mitarbeiter mit Kennzahlen führen, Landsberg: MI; Marr, B. ( 2012) Key Performance Indicators, Harlow: FT Publishing; Chatman, J. A. & Cha, S. E. Frey, D./ Mandl, H./ von Rosenstiel, L. (2006) Knowledge and Action, Göttingen: Hofgreve  
Kohl, H./ Mertins, K./ Seidel, H. (Hrsg.) Wissensmanagement im Mittelstand, Springer Gabler, 2. Auflage 2016  
Reinmann, G. (2004) Psychologie des Wissensmanagement, Perspektiven, Theorien und Methoden, Göttingen: Hofgreve  
Schmeisser, W. / Sobierajczyk, P. / Zinn, A. (2014) Personalcontrolling, Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft  
Schulte, Ch. (2012) Personal-Controlling mit Kennzahlen, 3. Auflage, München: Verlag Vahlen  
Steffens, U./ Gerhard, M. (HG.) (2012) Kompendium Management, Band 2 Prozesssteuerung und Führungsverhalten, 8. Auflage, Frankfurt: FS Verlag  
Willke, H. (2011) Einführung in das systematische Wissensmanagement, Heidelberg: Carl Auer



<b>Modul</b>	Vergütung und Versorgung					<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP		
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X					
	<b>Semester</b>	3	<b>ECTS</b>	5	<b>Sprache</b>	D	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management								
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Thomas Keil								
<b>Dozent</b>									
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext		<b>Workload insgesamt</b>
	15	18	0	0	0	92	0		125
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- die für verschiedene Zwecke geeigneten Formen der Vergütung und Versorgung systematisch abzuleiten,
- die Möglichkeiten der Digitalisierung beispielsweise im Rahmen des Employee Self Service zu beurteilen,
- zu beurteilen, welche personalpolitischen und finanzwirtschaftlichen Auswirkungen unterschiedliche Vergütungs- und Versorgungssysteme haben,
- Optionen zur sozial verantwortlichen und nachhaltigen Anlage der Deckungsmittel zu beurteilen,
- die Möglichkeiten unternehmensindividueller Gestaltungen und international vergleichbarer Regelungen in Konzernen realistisch einzuschätzen,
- die passenden Systeme im Unternehmenskontext anzuwenden.

<b>Modul</b>	Vergütung und Versorgung			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X		
<b>Lerninhalte</b>						

- 1 Entlohnung
  - 1.1 Entgeltgestaltung
    - 1.1.1 Entgeltabrechnung & Sozialversicherungsbeiträge, Outsourcing der Entgeltabrechnung
    - 1.1.2 Entgeltplanung & Bestimmen der Entgelthöhe
    - 1.1.3 Entgeltformen & Zulagen (national und international übliche Gestaltungen)
    - 1.1.4 Entgeltsicherung
  - 1.2. Zielvereinbarungen zur Entgeltgestaltung
  - 1.3 Typische Fälle der Entgeltgestaltung
- 2 Betriebliche Altersvorsorge
  - 2.1 Überblick und Aktualität
  - 2.2. Zusageformen und Anreizwirkungen
    - 2.2.1 Grundformen der Zusage
    - 2.2.2 Übliche Formen der Zusage (national und international)
  - 2.3 Rechtsrahmen und Förderungsprinzipien
    - 2.3.1 Betriebsrentengesetz
    - 2.3.2. Interne und externe Durchführungswege
    - 2.3.3 Steuerliche und SV-rechtliche Behandlung der BAV
    - 2.3.4 Digitalisierung und Employee Self-Service: Nutzen und Gefahren
  - 2.4 Finanzwirtschaftliche Auswirkungen
    - 2.4.1 Liquiditätswirkungen
    - 2.4.2. Bilanzwirkungen
  - 2.5 Anlage von Deckungsmitteln der betrieblichen Altersvorsorge
    - 2.5.1 Grundsätzliche Gestaltungsmöglichkeiten
    - 2.5.2 National und international übliche Gestaltungen, Besonderheiten bei internationalen Konzernen
    - 2.5.3 Social Responsible Investment als Anlageklasse

#### **Lehr- und Lernmethode, insbesondere Integration von Theorie und Praxis**

Die Lerninhalte werden in Vorlesungsform vermittelt. Zahlreiche Anwendungsbeispiele erleichtern das Verständnis der Gestaltungen. Anhand von Fallbeispielen werden die Gestaltungsmöglichkeiten und deren Auswirkungen auf Mitarbeiter und Unternehmen eingeübt.

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


Bearbeitung von durch den Dozenten gestellte Aufgaben (oder andere Prüfungsform nach Maßgabe des Dozenten)

#### **Literatur**

- Berthel, J. / Becker, F. G.: Personal-Management, Schäffer-Poeschel, 9. Auflage 2010
- Bröckermann, R. Personalwirtschaft, Schäffer-Poeschel, 6. Auflage 2012
- Buttler, A. : Einführung in die betriebliche Altersversorgung, Verlag Versicherungswirtschaft, 6. Auflage 2012
- Hagemann, T. / Oecking, S. / Reichenbach, R. : Betriebliche Altersversorgung, Haufe, 5. Auflage 2014

<b>Modul</b>	Vergütung und Versorgung			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	WP
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	Vertrieb	Personal	X	

Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenburg, 9. Auflage 2012

<b>Modul</b>	Interdisziplinäres Seminar (Responsible Management and Business Ethics)						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>		P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X				
	<b>Semester</b>	3	<b>ECTS</b>	15	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>		W	
<b>Verwendbarkeit</b>	Master Technologie & Management									
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Ursula Bicher-Otto									
<b>Dozent</b>										
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext			<b>Workload insgesamt</b>
	0	0	0	42	0	178	155			
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>										


**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 Module 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 mit Bezug auf die Aspekte Digitalisierung, Globalisierung sowie Nachhaltigkeit.
- Art der Bearbeitung der Lehrinhalte:
- Diskussion ethischer Fragestellungen in betrieblichen Kontext
  - Aktive Teilnahme am Seminar, Präsentation und schriftliche Ausarbeitung

<b>Modul</b>	Interdisziplinäres Seminar (Responsible Management and Business Ethics)			<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	

**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. Books on Demand, Norderstedt.

Herold, N. (2011): Einführung in die Wirtschaftsethik. WBG, Darmstadt.

Inhaltlich variierende Literatur je nach Vertiefungsrichtung

<b>Modul</b>	Master Thesis						<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X			
	<b>Semester</b>	4	<b>ECTS</b>	25	<b>Sprache</b>	D/E	<b>SoSe (S) / WiSe (W)</b>	S	
<b>Verwendbarkeit</b>									
<b>Modulverantwortlich</b>	Prof. Dr. Uschi Bicher-Otto								
<b>Dozent</b>	Professorinnen und Professoren des Fachbereichs Betriebswirtschaftslehre								
<b>Zeitmodell</b>	Präsenz	eLearning	Projekt	Seminar	Thesis	Vor- und Nachbereitung	Unternehmenskontext	<b>Workload insgesamt</b>	
	0	0	0	30	0	270	325		<b>625</b>
<b>Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen</b>									


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-These 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**

Strategien zur Ideenfindung, inhaltliche Begleitung im Rahmen der Themenfindung und -festlegung, insbesondere hinsichtlich des betrieblichen Umfeldes. Nachfolgend regelmäßige Präsentationen des jeweiligen Arbeitsfortschrittes der einzelnen Teilnehmer im Umfeld der Seminargruppe mit aktiver Teilnahme aller Seminarteilnehmer, insbesondere um im kritischen Diskurs mit den anderen Studierenden sowie den betreuenden Lehrkräften einen zielführenden Austausch und entsprechende Impulse für die anstehenden Arbeitsschritte zu erzielen. Dies soll zum einen den Blick auf andere Themen, Problemlösungsfähigkeit sowie die individuelle Diskussionsfähigkeit schärfen. Die regelmäßigen Sitzungen dienen aber auch dazu, seine eigene Arbeit bzw. die jeweiligen Fortschritte darzustellen, kritisch zu beleuchten sowie sich der kritischen Auseinandersetzung mit den anderen Teilnehmern zu stellen.

<b>Modul</b>	Master Thesis				<b>Pflicht (P) / Wahl(WP)</b>	P	
<b>Vertiefungsrichtung</b>	Controlling	X	Vertrieb	X	Personal	X	

**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.

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

#### Qualifikationsziele des Moduls / Learning Outcomes / Kompetenzen

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

#### Lerninhalte

Vorstellung adäquater Präsentationsmittel sowie rhetorischer Mittel. In den Seminarstunden werden Studierende damit adäquate Hilfsmittel zur Darstellung ihrer Ergebnisse der Master-Thesis an die Hand gegeben. Darüber hinaus dient das Seminar dem kritischen Austausch zwischen den betreuenden Professoren sowie den teilnehmenden Studierenden hinsichtlich des anstehenden Kolloquiums.

#### 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.