

# MODULHANDBUCH

## Bachelorstudiengang

### „Technisches Management und Marketing“

### Abschluss: Bachelor of Science

für das Akademische Jahr 2015/2016

- Wintersemester 2015/2016
- Sommersemester 2016

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Mathematische und Technische Grundlagen</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-1.01</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Gabriele Wieczorek</b>

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

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

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

Teilnahmevoraussetzungen	Schulkenntnisse in Mathematik, Physik und Chemie
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Klausuren über die Inhalte des Submoduls Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen (Umfang 2h) und über die Inhalte des Submoduls Wirtschaftsmathematik (3 h).
Lehrformen	Vorlesung, anwendungsorientierte Übung, Kombination von interaktiver Präsenzlehre und Selbststudium.
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Vorlesung:</p> <p>Submodul Wirtschaftsmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Höhere Mathematik I</li> <li>- Wirtschaftsmathematik</li> </ul> <p>Submodul Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</li> <li>- Technische Anwendungen</li> </ul> <p>Übung:</p> <p>Submodul Wirtschaftsmathematik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Höhere Mathematik I</li> <li>- Wirtschaftsmathematik</li> </ul> <p>Submodul Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</li> </ul>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Teilnahme an allen Lehrveranstaltungen und erfolgreicher Abschluss der Prüfungen.
Bibliographie/Literatur	<p>Submodul Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) TIPLER, P.A., MOSCA, G. (2009). Physik. Spektrum Akademischer Verlag. 6.Auflage. (ISBN-10: 382741945X)</li> <li>2) DOUGLAS, C. GIANCOLI, (2009). Physik. Pearson Studium. ISBN: 978-3-8689-4023-7</li> <li>3) Bachelor-Trainer Physik: Aufgaben und Fragen mit Lösungen zum Lehrbuch von Tipler/Mosca Physik 6. ISBN-13: 978-3827420497</li> <li>4) Skript zur Vorlesung</li> </ol> <p>Submodul Wirtschaftsmathematik</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) AUER, B., SEITZ, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik. Springer Gabler. ISBN 978-3-6580-2733-9</li> <li>2) PAPULA, L. (2009). Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-0545-4</li> <li>3) SYDSAETER, K., HAMMOND, P. (2009). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Pearson Studium. ISBN 978-3-</li> </ol>

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

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Grundzüge der Unternehmensführung</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-1.02</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Jens Thorn</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Submodul Einführung in das Rechnungswesen:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Bedeutung und Grundlagen der Buchführung, des Jahresabschlusses sowie der Kostenrechnung</li> <li>- sind in der Lage, ausgewählte Buchungsfälle aus verschiedenen Funktionsbereichen von Unternehmen selbstständig durchzuführen</li> <li>- sind in der Lage, einen einfachen, jedoch vollständigen Prozess zur Erstellung eines Jahresabschlusses durchzuführen</li> <li>- kennen den Inhalt eines Jahresabschlusses und können den Jahresabschluss in Grundzügen interpretieren</li> <li>- können ausgewählte grundlegende Fälle der Kosten- und Erlösrechnung anwenden</li> </ul> <p>Submodul Unternehmensrecht:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erhalten einen Überblick über die Struktur und Funktionsweise des deutschen Rechtssystems</li> <li>- erwerben grundlegende Erkenntnisse im Wirtschaftsprivatrecht, im Bürgerlichen Recht sowie im Unternehmensrecht</li> <li>- werden für rechtliche Risiken und Hürden im Berufsalltag sensibilisiert</li> <li>- erlernen die rechtzeitige Anwendung rechtlicher Schritte</li> <li>- sind in der Lage, einfache juristische Fallkonstellationen selbstständig zu bewerten und zu lösen</li> </ul>
Inhalte	<p>Submodul Einführung in das Rechnungswesen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgaben und Bereiche des Rechnungswesens</li> <li>- Einführung in die Buchführung</li> <li>- Berechnungen und Buchungen in wichtigen Funktionsbereichen eines Unternehmens</li> </ul>

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

	<p>Schmolke, Siegfried / Deitermann, Manfred: Industrielles Rechnungswesen IKR, 41. Auflage, Braunschweig 2015.</p> <p>Schäfer-Kunz, Jan: Buchführung und Jahresabschluss, Stuttgart 2011.</p> <p>Döring, Ulrich / Buchholz, Rainer: Buchhaltung und Jahresabschluss, 13., durchgesehene Auflage, Berlin 2013.</p> <p>Weber, Jürgen / Weißenberger, Barbara E.: Einführung in das Rechnungswesen - Bilanzierung und Kostenrechnung, 8. überarbeitete und aktualisierte Auflage, Stuttgart 2010.</p> <p>Friedl, Gunter / Hofmann, Christian: Kostenrechnung, 2., überarbeitete Auflage, München 2013.</p> <p>Submodul Unternehmensrecht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veranstaltungsfolien (Skript) und -mitschrift</li> <li>- Mehrings, Jos: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, München: Vahlen Verlag, 2010 ISBN-10: 3800637944</li> <li>- Schäfer, Carsten: Gesellschaftsrecht, München: Beck-Verlag, 2011 ISBN-10: 340661499X</li> <li>- Bürgerliches Gesetzbuch BGB, Beck-Texte im dtv, 2011 ISBN-10: 3423050012</li> <li>- Gesellschaftsrecht, Beck-Texte im dtv, 2011 ISBN-10: 3423055855</li> <li>- Hemmer, Kai-Edmund; Wüst, Achim: Privatrecht für BWLer, WiWis und Steuerberater, Würzburg: Verlag Hemmer/Wüst, 2011 ISBN-10: 3861930617</li> <li>- Klunzinger, Eugen: Einführung in das Bürgerliche Recht, München: Vahlen Verlag, 2011 ISBN 10: 3800638649</li> </ul>
<p>Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer</p>	<p>1. Semester / jährlich / 1 Semester</p>
<p>Workload/Kontaktzeit/Selbststudium</p>	<p>180/75/105</p>
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>	<p>keine</p>
<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>	<p>6/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K (<math>K=0,5 \times \text{CP des Moduls}</math>) angerechnet.</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Grundlagen Marketing und BWL</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-1.03</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Thomas Heiland</b>

SWS	6	Präsenzzeit	128 Stunden
Selbststudium	112 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	240 Stunden	ECTS	8

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	Die Studierenden sollen die Grundlagen der BWL und des Marketings, Fachbegriffen und Konzepten bezogen auf die Unternehmenspraxis in Hightech-Unternehmen kennenlernen. Dazu sollen sie lernen, die Werkzeuge aus der BWL zur Unterstützung von Managementprozessen einzusetzen.
Inhalte	<p><b>BWL:</b>                      Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre                      Entscheidungstheorie                      Standortentscheidungen                      Rechtsformentscheidungen                      Zwischenbetriebliche Zusammenarbeit                      Unternehmensverfassung                      Controlling                      Organisation                      Personalwirtschaft                      Innovationsmanagement                      Materialwirtschaft                      Produktionswirtschaft</p> <p><b>Marketing:</b>                      Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen des Marketing                      Unternehmerische Voraussetzungen für marktorientiertes Handeln                      Erforschung des Konsumentenverhaltens                      Marktforschung                      Marketingziele und Marketingstrategien                      Marketing-Mix                      Produktpolitik                      Preispolitik                      Kommunikationspolitik                      Distributionspolitik</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine



Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Klausur
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz, praktische Übungen zur Datenerhebung und Marktdatenrecherche
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Prüfungsleistungen sind: Klausur bestanden
Bibliographie/Literatur	<p>Grundlagen BWL:</p> <p>Verlag Schäffer-Poeschel: Vahs, Dietmar/Schäfer-Kunz, Jan - Einführung in die BWL (2012) ISBN-10: 978-3-7910-2932-0.</p> <p>Verlag Schäffer-Poeschel: Balderjahn/Specht: Einführung in die BWL (6. Aufl.), ISBN-978-3-7910-3096-8.</p> <p>Oldenbourg Wissenschaftsverlag: Steven, Marion: BWL für Ingenieure (Bachelor-Ausgabe) ISBN-13: 978-3486706857.</p> <p>Grundlagen Marketing:</p> <p>Marketing: Einführung in Theorie und Praxis , Andreas Scharf; Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. (22. September 2009) ISBN-10: 3791026844</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	1. Semester/Nur im Wintersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/128/112
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Steuerungskompetenzen Management</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-1.04</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Myrto Leiss</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-sind mit Grundbegriffen und Vokabular des Projektmanagements vertraut</li> <li>-verfügen über die allgemeine Grundlagen für die Mitarbeit in sowie die Leitung von Projektteams</li> <li>- können wichtige Unterlagen des Projektmanagements selbstständig anfertigen und die dazu nötigen Vorarbeiten durchführen (z.B. Projektplanung)</li> <li>- haben aktiv in einem Projektteam mitgearbeitet und die Projektergebnisse präsentiert und diskutiert</li> </ul> <p>2) Selbstmanagement</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Do's und Dont's von geschäftlichen E-Mails,</li> <li>- kennen die Standards im wissenschaftlichen Arbeiten,</li> <li>- kennen optimale Lernstrategien und -methoden und können diese anwenden,</li> <li>- analysieren ihr eigenes Zeitmanagement und optimieren es,</li> <li>- können sich besser im Studienalltag organisieren und den Anforderungen gerecht werden,</li> <li>- sind sich ihrer Handlungskompetenzen, Arbeitsstile und Persönlichkeitsausprägungen bewusst,</li> <li>- kennen verschieden Motivationsarten und deren Wirkung auf Menschen,</li> <li>- kennen Methoden, um berufliche und private Ziele zu erreichen.</li> </ul>
Inhalte	<p>1) Projektmanagement:</p> <p>Grundlagen des Projektmanagements</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terminplanung</li> <li>- Ressourcen-Management</li> <li>- Kosten-Management</li> <li>- Risiko-Management</li> <li>- Projektsteuerung und Überwachung</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikation mit den Projektbeteiligten</li> <li>- Berichterstellung</li> <li>- Durchführung von Beispielprojekten</li> </ul> <p>2) Selbstmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E-Mail Knigge</li> <li>- Wissenschaftliches Arbeiten</li> <li>- Lerntechniken</li> <li>- Zeitmanagement</li> <li>- Selbstreflexion</li> <li>- Motivation</li> <li>- Ziele</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Literaturrecherche
Prüfungsform(en)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Klausur (max. 2 h)</li> </ul> <p>(Der genaue Modus wird zum Veranstaltungsbeginn durch den Modulverantwortlichen festgelegt und kommuniziert.)</p>
Lehrformen	<p>Vorlesung 2 SWS Projektmanagement Vorlesung 2 SWS Selbstmanagement</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Lehrvortrag, Einzel- und Teamarbeiten, Literatur-/Quellenstudium, Fallbeispiele, Präsentation von in Teamarbeit bearbeiteten Aufgabenstellungen.
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Gesamtprüfungsleistung im Modul mindestens ausreichend</p> <p>Insgesamt 4 CP</p>
Bibliographie/Literatur	<p>Projektmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Skript der Vorlesung</li> <li>- Kuster, J. et.al.: Handbuch Projektmanagement , ISBN-10: 3540250409</li> <li>- Litke, H.-D.: Projektmanagement - Handbuch für die Praxis. Konzepte - Instrumente ? Umsetzung, ISBN-10: 3446229078</li> <li>- Olfert, K./Steinbuch: Kompakt-Training Projektmanagement. ISBN-10: 347048595X</li> </ul> <p>Selbstmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fuchs-Brüninghoff, Elisabeth; Gröner, Horst: Zusammenarbeit erfolgreich gestalten. Eine Anleitung mit Praxisbeispielen. München: Beck Wirtschaftsberater im dtv, 1999 ISBN-10: 3423508345</li> <li>- Gerrig, Richard J.; Zimbardo Philip G.: Psychologie. Addison-Wesley Verlag; 18., aktualisierte Auflage, 2008</li> <li>- Hofmann, Eberhardt; Löhle, Monika: Erfolgreich Lernen. Effiziente Lern- und Arbeitsstrategien für Schule, Studium und Beruf. Göttingen: Hogrefe, 2004 ISBN-10: 3801718255</li> <li>- Hofmann, Markus: Hirn in Hochform. So funktioniert Ihr Gehirn</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- So verbessern Sie spielend leicht Ihr Gedächtnis. Wien: Verlag Carl Ueberreuter, 2009</li> <li>- Seiwert, Lothar: Noch mehr Zeit für das Wesentliche: Zeitmanagement neu entdecken. München: Heinrich Hugendubel Verlag, 2006 ISBN-10: 3442170591</li> <li>- Schuler, Heinz: Lehrbuch der Personalpsychologie. Wien: Hogrefe, 2005 ISBN-10: 3801719340</li> <li>- Tiefenbacher, Angelika: Selbstmanagement: gezielt organisieren und erfolgreich auftreten. München: Compact Verlag GmbH, 2010 ISBN-10: 381747718X</li> </ul>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	Dauer des Moduls: 1 Semester Häufigkeit des Angebots: 1 x jährlich (Wintersemester)
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	Workload: 120 Kontaktzeit: Kontaktzeit: 4SWS/60 h Selbststudium: 60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	2 CP. Die CP werden 0,5-fach gewichtet.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Konstruktion und Entwicklung</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-2.01</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Martin Lucas</b>

SWS	5	Präsenzzeit	60 Stunden
Selbststudium	60 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	120 Stunden	ECTS	6

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Konstruktionslehre: Die Studierenden können Technische Zeichnungen lesen und verstehen sowie normgerecht selbst erstellen; sie können Bauteile und Baugruppen zeichnen (auch als Handskizze) und funktions- oder fertigungsgerecht bemaßen. Sie sind vertraut mit der typischen Form, Lage und Funktion wichtiger Norm- und Maschinenteile. Die Studierenden sind in der Lage, einfache Baugruppen eigenständig zu konstruieren. Die Studierenden kennen die grundlegenden Begriffe und Definitionen der Cxx-Techniken und gewinnen einen Einblick in die historische Entwicklung von CAD-Systemen. Am Beispiel einer modernen Software erlernen sie die Grundlagen des dreidimensionalen Konstruierens sowie die anschließende Erstellung von Baugruppen. Sie kennen die Struktur der Datenverwaltung und können somit auch sicher in Gruppen/Projekten arbeiten. Sie sind in der Lage, einfache Bauteile selbständig anhand von 2DZeichnungen/ Skizzen in eine 3D-Konstruktion umzusetzen und daraus funktionsgerechte Baugruppen zu erstellen.</p> <p>Software für Ingenieure: Mit grundlegenden Begriffen, Fragestellungen und Denkstrukturen der Informatik vertraut werden. Grundlagen der Programmierung beherrschen. Praktische Problemstellungen eigenständig mit Hilfe einer Programmiersprache lösen können</p>
Inhalte	<p>Konstruktionslehre: Die Studierenden kennen die Rolle der Konstrukteurin bzw. des Konstrukteurs in der Produktentwicklung, Sie lernen die Darstellung von Werkstücken: Maßstäbe, Linienarten, Ansichten, Schnittdarstellungen, Positionsnummern, Freihandskizze. Bemaßung: funktions-/fertigungsbezogene Bemaßung, Normschrift.</p>

	<p>Schraubenverbindungen: Gewindearten, Schrauben, Muttern, Scheiben. Oberflächenbeschaffenheit: Kenngrößen, Wärmebehandlung, Kanten. Toleranzen und Passungen: Grundsätze, Maßtoleranzen, Form- und Lagetoleranzen, Passungen. Elemente an Achsen und Wellen: Wellenenden, Freistiche, Welle-Nabe-Verbindungen, Sicherungselemente, Dichtungen. Wälzlager, Gleitlager: Aufbau, Bauarten, Tolerierung, Fest-Los-Lagerung, Angestellte Lagerung, Tolerierung; Gleitlager. Zahnräder: Bauarten, Verzahnung, Darstellung, Fertigungsangaben. Schweißverbindungen: Stoßarten, Nahtarten, Darstellung, Bemaßung. Einführung in CAD: Begriffsdefinitionen, Historie. Grundlegende Modellieretechniken: Primitivkörper, Extrudieren, Drehen, Normteile. Kombinierte Modellieretechniken und grundlegenden Funktionen: Schneiden, Hinzufügen, etc, Fasen, Runden, Muster, etc. Datenverwaltung: Fächer, Bibliotheken, Datenablage und Rechtevergabe. Baugruppenerstellung: Hierarchien, Instanzen, Bedingungen, Zusammenbau.</p> <p>Software für Ingenieure:                  Grundlegende Begriffe, Fragestellungen und Denkstrukturen der Informatik                  Grundlagen der Programmierung                  Zentrale Konzepte der Programmierung am Beispiel einer Programmiersprache                  Eigenständige Lösung praktischer Problemstellungen</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selbststudium anhand der vorgeschlagenen Literatur</li> <li>- Selbststudium im Computer-Pool (Öffnungszeiten beachten)</li> </ul>
Prüfungsform(en)	Klausur, Multiple Choice:
Lehrformen	<p>Konstruktionslehre:                  2 SWS Vorlesung und 1 SWS Praktikum</p> <p>Informatik:                  2SWS Vorlesung und 1 SWS Übung</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Konstruktionslehre:                  - Vorlesung                  - Übungen/Praktikum                  -Theoretisches und praktisches Selbststudium</p> <p>Software für Ingenieure:                  - Interaktiver Vorlesungsunterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz im Plenum.                  - interaktive Übungen am PC unter Anleitung und Demonstrationen (Einsatz des Beamers)                  - Betreute Übungen mit individueller Korrektur und Hinweisen am Platz                  - experimentelle Elemente durch Verwendung von Hardware</p>

	- Selbststudiumanteile
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandenes CAD-Praktikum. Bestandene Modulprüfung.
Bibliographie/Literatur	<p>Konstruktionslehre: Hoischen, Technisches Zeichnen, Cornelsen Verlag, ISBN 978-3-589-24194-1 Labisch/Weber, Technisches Zeichnen, Vieweg, ISBN 3-528-04961-8 SolidWorks, Pearson Studium, ISBN 978-3-8273-7367-0</p> <p>Software für Ingenieure: - DECK, NEUENDORF: Java-Grundkurs für Wirtschaftsinformatiker, Vieweg Verlag (2007), ISBN 9783528059156 (E-Book) - HEROLD, LURZ, WOHLRAB: Grundlagen der Informatik, Pearson-Studium (2012), ISBN 9783868941111 - BURD: Java 7 für Dummies, Wiley-VCH Verlag (2012), ISBN 9783527707300 - KOFLER, MICHAEL und NEBELO, RALF: Excel programmieren, Hanser (2014), ISBN 9783446438668 - KOLBERG, MICHAEL: Microsoft Excel 2013 auf einen Blick, O'Reilly (2013), ISBN 9783866458789</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	2. Semester / jährlich / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	<p>Workload / Kontaktzeit / Selbststudium 180 h/ 5 SWS (Vorlesung, Übung und Praktikum)</p> <p>Konstruktionslehre: 110 h / 3 SWS (Vorlesung und Praktikum)</p> <p>Software für Ingenieure: 70 h/ 2 SWS (Vorlesung und Übung)</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	Stellenwert der Note für die Endnote: 6/210 CP. Die CP werden 0,5-fach gewichtet.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Simulation und Stochastik</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-2.02</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Gabriele Wieczorek</b>

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

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

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



	- Erfassen statistischer Erhebungen als 'mehrdimensionales' Datenmaterial, insbesondere grundlegende statistische Kenntnisse in der Beschreibung zweier Merkmale einer Grundgesamtheit und ihrer Auswertung
Teilnahmevoraussetzungen	
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Klausur (3 h) über die Inhalte der gesamten Lehrveranstaltung.
Lehrformen	Vorlesung, wissenschaftliche Übung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Vorlesung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Höhere Mathematik II</li> <li>2) Statistik</li> </ol> <p>Übung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Höhere Mathematik II</li> <li>2) Statistik</li> </ol>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Teilnahme an der Lehrveranstaltung und erfolgreicher Abschluss der Prüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Höhere Mathematik</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) AUER, B., SEITZ, F. (2013). Grundkurs Wirtschaftsmathematik. Springer Gabler. ISBN 978-3-6580-2733-9</li> <li>2) SYDSAETER, K., HAMMOND, P. (2009). Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7058-7</li> <li>3) TIETZE, J. (2006). Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0283-5</li> <li>4) TIETZE, J. (2009). Einführung in die Finanzmathematik. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0467-9</li> <li>5) PAPULA, L. (2009). Mathematik für Ingenieure und Naturwissenschaftler. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-0545-4</li> <li>6) KNORRENSCHILD, M. (2013). Numerische Mathematik. Carl Hanser. ISBN 978-3-446-43233-8</li> <li>7) Vorlesungsskript</li> </ol> <p>Statistik</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) AUER, B., ROTTMANN, H. (2011). Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-2971-6</li> <li>2) BAMBERG, G., BAUER, F., KRAPP, M. (2011). Statistik.</li> </ol>

	<p>Oldenbourg. ISBN 978-3-486-70258-3</p> <p>3) BOSCH, K. (2010). Einführung in die angewandte Statistik. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-1229-2</p> <p>4) HENZE, N. (2012). Stochastik für Einsteiger. ISBN 978-3-8348-1845-4</p> <p>5) SCHIRA, J. (2005). Statistische Methoden der BWL und VWL. Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7163-8</p> <p>6) SCHLITTGEN, R. (2008). Einführung in die Statistik. Oldenbourg. ISBN 978-3-486-58774-6</p> <p>7) WEWEL, M. (2011). Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-054-1</p> <p>8) Vorlesungsskript</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	einmal jährlich / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	210/90/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Statistik II
Stellenwert der Note für die Endnote	Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ( $K = 0,5 \times \text{CP des Moduls}$ ) angerechnet.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Markt und Geld</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-2.03</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Jens Thorn</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Lehrveranstaltung Einführung in die Volkswirtschaftslehre:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben grundlegende Kenntnisse über die Funktionsweise von Märkten sowie über wirtschaftspolitische Maßnahmen</li> <li>- erwerben Anregungen für die Entwicklung unternehmerischer Handlungsoptionen bei volkswirtschaftlichen Veränderungen</li> <li>- sind in der Lage, die Konsequenzen grundlegender volkswirtschaftlicher Veränderungen eigenständig zu analysieren</li> <li>- sind in der Lage, Diskussionen über volkswirtschaftliche Fragen zu verstehen und sich ein eigenes Urteil zu bilden</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Finanzierung und Investition:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erlernen die Grundlagen und Bedeutungen der heutigen Unternehmensfinanzierung</li> <li>- erwerben die Kenntnisse über die zentralen Finanzierungsformen (Beteiligungsfinanzierung, Innenfinanzierung, Fremdfinanzierung)</li> <li>- entwickeln ein Verständnis für die grundlegenden Verfahren der Investitionsrechnung</li> <li>- sind in der Lage, finanzwirtschaftliche Zusammenhänge zu beurteilen sowie grundlegende finanzwirtschaftliche Entscheidungen treffen zu können</li> <li>- können eigenständig finanzwirtschaftlicher Planungsrechnungen durchführen</li> <li>- sind in der Lage, selbstständig Investitionen mit statischen und dynamischen Verfahren grundlegend zu bewerten</li> </ul>
Inhalte	<p>Lehrveranstaltung Einführung in die Volkswirtschaftslehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Volkswirtschaftslehre</li> <li>- Koordinationsfunktion des Marktes</li> <li>- Arbeitsteilung</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Angebot, Nachfrage und Marktmechanismen</li> <li>- Monopole und Kartelle</li> <li>- Marktversagen und Hauptfunktionen des Staates in einer Marktwirtschaft</li> <li>- zentrale makroökonomische Zusammenhänge</li> <li>- Wirtschaftswachstum und Wohlstand</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Finanzierung und Investition:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen</li> <li>- Beteiligungsfinanzierung</li> <li>- Innenfinanzierung</li> <li>- Fremdfinanzierung</li> <li>- Finanzwirtschaftliche Unternehmensanalyse</li> <li>- Finanzplanung</li> <li>- Investitionsrechnung</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Einführung in die Volkswirtschaftslehre und der Lehrveranstaltung Finanzierung und Investition
Lehrformen	<p>Einführung in die Volkswirtschaftslehre Vorlesung</p> <p>Finanzierung und Investition Vorlesung und Übungen</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Einführung in die Volkswirtschaftslehre:</p> <p>Bofinger, Peter: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre - eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten, 4., aktualisierte Auflage, München 2015.</p> <p>Mankiw, N. Gregory / Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5., überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 2012.</p> <p>Finanzierung und Investition:</p> <p>Becker, Hans Paul: Investition und Finanzierung - Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, 6., aktualisierte Auflage, Wiesbaden 2013.</p> <p>Bösch, Martin: Finanzwirtschaft - Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, 2., aktualisierte Auflage, München 2013.</p> <p>Pape, Ulrich: Grundlagen der Finanzierung und Investition - mit Fallbeispielen und Übungen, 3., überarbeitete und erweiterte</p>

	Auflage, München 2015. Zantow, Roger / Dinauer, Josef: Finanzwirtschaft des Unternehmens, 3., aktualisierte Auflage, München 2011.
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	2. Semester / Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	150/60/90
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	keine
Stellenwert der Note für die Endnote	5/210 Die Note der Modulprüfung wird bei der Bildung der Endnote mit dem Koeffizienten K ( $K=0,5 \times \text{CP des Moduls}$ ) angerechnet.

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Management und Marketing I</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-2.04</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Thomas Heiland</b>

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

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

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

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

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



---

Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Steuerungskompetenzen Kommunikation</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-2.05</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Myrto Leiss</b>

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

Sprache	Deutsch/Englisch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	------------------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>1. Kommunikation/Präsentationstechniken</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen Kommunikationsgrundlagen und können Methoden und Techniken der Kommunikation anwenden,</li> <li>- reflektieren ihren eigenen Kommunikationsstil,</li> <li>- kennen die Wirkung von Körpersprache und den situationsgerechten Einsatz körpersprachlicher Mittel,</li> <li>- kennen visuelle und rhetorische Hilfsmittel für Präsentationen und können diese einsetzen.</li> </ul> <p>2. Business Englisch</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- besitzen wirtschaftliches Fachvokabular,</li> <li>- verfügen über die fachsprachlichen Grundlagen für das Verstehen von Texten aus dem Bereich Wirtschaft,</li> <li>- können ihr wirtschaftliches Fachvokabular im zukünftigen Berufsalltag und auf internationaler Ebene im Arbeitsprozess integrieren,</li> <li>- sind in der Lage, Artikel und Berichte über berufsbezogene Problematiken zu lesen, zu verstehen und sich dazu zu äußern,</li> <li>- können Informationen wiedergeben und Argumente und Gegenargumente hinsichtlich eines bestimmten Standpunktes darlegen.</li> </ul>
Inhalte	<p>1. Kommunikation/Präsentationstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationsgrundlagen</li> <li>- Gesprächstechniken</li> <li>- Grundlagen der Körpersprache</li> <li>- Präsentationstechniken</li> </ul> <p>2. Business Englisch</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auffrischung und Vertiefung der grammatikalischen Kenntnisse</li> <li>- fachbezogene Wortschatzerweiterung aus dem Bereich Wirtschaft</li> <li>- Verständnisübungen zu gebräuchlicher Alltags- oder Berufssprache</li> <li>- Grundzüge der englischen Korrespondenz</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Literaturrecherche
Prüfungsform(en)	<p>Eine Prüfung über Inhalte des gesamten Moduls als Kombination aus</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hausarbeit (Einzel- und/oder Gruppenarbeit, max. 10 Seiten)</li> <li>- Klausur (max. 2 h)</li> <li>- Präsentation (max. 45 min)</li> </ul> <p>(Der genaue Modus wird zum Veranstaltungsbeginn durch den Modulverantwortlichen festgelegt und kommuniziert.)</p>
Lehrformen	Vorlesungen 2 SWS (Business Englisch) Vorlesung 1 SWS und Übung 1 SWS (Kommunikation/Präsentationstechniken)
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Lehrvortrag, Einzel- und Teamarbeiten, Literatur-/Quellenstudium, Fallbeispiele, Präsentation von in Teamarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Gesamtprüfungsleistung im Modul mindestens ausreichend</p> <p>Insgesamt 4 CP</p>
Bibliographie/Literatur	<p>1. Kommunikation/Präsentationstechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Birkenbihl, Vera F.: Kommunikationstraining. München: mvgverlag, 2011</li> <li>- Matschnig, Monika: Körpersprache. Verräterische Gesten und wirkungsvolle Signale. München: Gräfe und Unzer Verlag GmbH, 2007</li> <li>- Pease, Allan &amp; Barabara: Die kalte Schulter und der warme Händedruck. Ganz natürliche Erklärungen für die geheime Sprache unserer Körper. Berlin: Ullstein Buchverlage GmbH, 2006</li> <li>- Reynolds, Garr: ZEN oder die Kunst der Präsentation. Mit einfachen Ideen gestalten und präsentieren. München: Addison-Wesley Verlag, 2008</li> <li>- Rosenberg, Marshall B.: Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens. 9. Auflage. Paderborn: Junfermannsche Verlagsbuchhandlung, 2001</li> <li>- Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 1981</li> <li>- Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden: Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung. Differenzielle Psychologie der Kommunikation. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag</li> </ul>

	<p>GmbH, 1981</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden: Das ?innere Team? und situationsgerechte Kommunikation. Kommunikation, Person, Situation. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 1998</li> </ul> <p>2. Business Englisch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geisen, Herbert; Hamblock, Dieter; Poziemski, John; Wessels, Dieter: Englisch in Wirtschaft und Handel. Taschenbuch. Berlin: Cornelsen Verlag, 2004</li> <li>- Freeman, Henry G.; Glass, Günter: Taschenwörterbuch Technik, Englisch-Deutsch. Taschenbuch. Ismaning: Max Hueber Verlag, 2008</li> <li>- Ashford, Stephanie; Smith, Tom: Business Proficiency. Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf. Stuttgart: Ernst Klett Verlag, 2009</li> <li>- Butzphal, Gerlinde; Maier-Fairclough, Jane: Career Express. Business English B2. Berlin: Cornelsen Verlag, 2011</li> </ul>
<p>Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer</p>	<p>2. Semester / Sommersemester / 1 Semester</p>
<p>Workload/Kontaktzeit/Selbststudium</p>	<p>Workload: 120 Kontaktzeit: Kontaktzeit: 4SWS/60 h Selbststudium: 60</p>
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>	
<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>	<p>4 CP. Die CP werden 0,5-fach gewichtet.</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Grundlagen des Risikomanagement</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-3.01</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Gabriele Wieczorek</b>

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

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

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

	<p>funktionaler Zusammenhänge im Datenmaterial am Beispiel der linearen Regressionsanalyse</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verständnis des Wahrscheinlichkeitsbegriffs vor dem Hintergrund typischer ökonomischer und naturwissenschaftlicher Fragestellungen</li> <li>- Einüben von Beurteilungskriterien für stochastische Unsicherheiten unter Verwendung relevanter Praxisbeispiele, insbesondere aus dem Risikomanagement</li> <li>- Grundlegendes Verständnis der Instrumente der induktiven Statistik, insbesondere Punkt- und Intervallschätzungen</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte des gesamten Moduls
Lehrformen	Vorlesung, wissenschaftliche Übung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Vorlesung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Einführung in das Risikomanagement</li> <li>2) Statistik II</li> </ol> <p>Übung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Statistik II</li> </ol>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Teilnahme an allen Lehrveranstaltung und erfolgreicher Abschluss der Prüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Einführung in das Risikomanagement</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) GRAMS, T. (2001). Grundlagen des Qualitäts- und Risikomanagements. Vieweg Verlag. ISBN 3-528-03945-0</li> <li>2) HAGEBÖLLING, V. (2009). Technisches Risikomanagement. TÜV Media GmbH. ISBN 078-3-8249-1101-1</li> <li>3) HULL, C.J. (2011). Risikomanagement. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-043-5</li> <li>4) KAISER, T., KÖHNE, M.F. (2007). Operationelle Risiken in Finanzinstituten. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0600-7</li> <li>5) ROMEIKE, F., HAGER, P. (2009). Erfolgsfaktor Risikomanagement 2.0. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0895-7</li> <li>6) ROSENKRANZ, F., MISSLER-BEHR, M. (2005). Unternehmensrisiken erkennen und managen. Springer Verlag. ISBN 3 540 24507 3</li> <li>7) STROHMEIER, G. (2007). Ganzheitliches Risikomanagement in Industriebetrieben. Deutscher Universitäts-Verlag. ISBN 978-3-8350-0683-6</li> <li>8) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2</li> <li>9) Vorlesungsskript</li> </ol>

	<p>Statistik II</p> <p>1) BOSCH, K. (2010). Einführung in die angewandte Statistik. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-1229-2</p> <p>2) BOSCH, K. (2011). Elementare Einführung in die Wahrscheinlichkeitsrechnung. Vieweg+Teubner. ISBN 978-3-8348-1861-4</p> <p>3) HENZE, N. (2012). Stochastik für Einsteiger. ISBN 978-3-8348-1845-4</p> <p>4) WEWEL, M. (2011). Statistik im Bachelor-Studium der BWL und VWL. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-054-1</p> <p>5) SCHARF, A., SCHUBERT, B., HEHN, P. (2009). Marketing. Schäffer-Poescher Verlag. ISBN 978-3-7910-2684-8</p> <p>6) Vorlesungsskript</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3 / 1 x jährlich / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	210 h / 75 h / 135 h
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	7 /210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Unternehmensplanung</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-3.02</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Uwe Kleinkes</b>

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

Sprache	Deutsch/Englisch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	------------------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Studierende sollen die wesentlichen Elemente eines Businessplans und die Zusammenhänge dieser Elemente verstehen. Die Studierenden sollen einen Businessplan für ein Unternehmen in einer Form erstellen, die im Prinzip von Kapitalgebern akzeptiert wird.</p> <p>Die Studierenden erlernen eine Technik einen Businessplan möglichst auch als Story ohne Excel-Tabellen und Power-Point-Grafiken bildhaft zu erläutern.</p> <p>Die Studierenden sollen die Merkmale und Besonderheiten des B2B-Marketings kennenlernen. Insbesondere wird auf das Investitionsgüter- und Dienstleistungsmarketing von Hightech-Unternehmen eingegangen.</p> <p>Es werden Produkt- und Geschäftstypologien im B2B-Marketing erarbeitet, um für strategische und operative Marketingentscheidungen im Unternehmen einen Handlungsleitfaaden zu bekommen. Darüber hinaus wird Übergang vom klassischen zum Relationship-Marketing und seine Bedeutung im B2B-Geschäft herausgearbeitet. Zudem werden die Themen B2B-Kommunikation und B2B-Distribution im Gegensatz zum klassischen Marketing den Studierenden als Instrumente für das Technologiemarketing an die Hand gegeben.</p> <p>Die Studierenden die Bandbreite geistigen Eigentums (IP) in einem Unternehmen kennenlernen. Darüber hinaus wird vermittelt, wie aus Wissen IP wird und warum es sinnvoll IP zu besitzen. Die Studierenden lernen die Werkzeuge des strategisches IP-Management kennen und einzusetzen. darüber hinaus lernen die Studierenden das strategische IP-Management (SIP) in die strategische Unternehmensführung einzubinden.</p> <p>Bei der Einführung in IP-Schutzrechte lernen die Studierenden insbesondere die Anforderungen an Marken und deren Funktion</p>
----------------------------	--



	<p>und grundlegende Methoden zur Berechnung des Markenwertes kennen.</p>
<p>Inhalte</p>	<p>Businessplan:          Executive Summary          Unternehmensziele und -profil          Produkt und Dienstleistung          Branche und Markt          Marketing          Management und Schlüsselpositionen          Realisierungsplanung          Chancen und Risiken          5-Jahres-Planung (Personal, Invest/Abschreibungen, GuV, Liquiditätsplanung)          Finanzbedarf</p> <p>B2B-Marketing:          Globale Randbedingungen B2B-Marketing          B2B-Geschäftstypologien          Besonderheiten von B2B-Gütermärkten          Investitionsgütermarketing          Dienstleistungsmarketing          Beschaffungsverhalten          Buying-Center          Key-Account-Management</p> <p>Strategisches IP-Management:          Was ist IP?          - Wie wird aus Wissen IP?          - Warum ist es sinnvoll IP zu besitzen ?          - Was ist strategisches IP-Management ?          - Wie ist das strategische IP-Management (SIP) in die strategische Unternehmensführung eingebunden?          Definition und Merkmale Strategisches IP-Management</p> <p>Ebenen des IP-Managements          Verstärkungskaskade der IP</p> <p>Abbildung von SIP in Organisation          Einbindung von SIP in die strategische Unternehmensführung</p> <p>- Warum ist das Thema insbesondere für TMM wichtig?          - Einführung in IP-Schutzrechte          - Definition und formale Aspekte der Markenmeldung          Schutzhindernisse          Markenrecherche          Markenschutz</p>

	<p>Markenwirkung im Sinne des Marketings                  Berechnung Markenwert                  Markenpolitik                  Strategische Entscheidungen der Markenpolitik                  Markenstrategien                  Markensysteme                  Operative Entscheidungen der Markenpolitik                  Prozess der Markengestaltung                  Bestimmung der Markenidentität                  Markenpositionierung                  Markengestaltung (Branding)</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Abgabe eines Businessplan und einer Präsentation und eine Klausur.
Lehrformen	Vorlesung, Übung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	
Bibliographie/Literatur	<p>Business Model Generation, A. Osterwalder, Yves Pigneur, Alan Smith, and 470 practitioners from 45 countries, self published, Hoboken, New Jersey 2010                  Handbuch Businessplan, dortmund-project, Dortmund 2010                  ?Strategisches IP-Management?, Axel Mittelstädt, Gabler Verlag, Wiesbaden 2009                  Bernhard Mescheder , Christian Sallach                  Wettbewerbsvorteile durch Wissen                  Knowledge Management, Wettbewerbsvorteile durch Wissen, Knowledge Management, CRM und Change Management verbinden, Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2012</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	einmal jährlich im Wintersemester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/90/150
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Management und Marketing II</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-3.03</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Heiko Kopf</b>

SWS	7	Präsenzzeit	100 Stunden
Selbststudium	170 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	270 Stunden	ECTS	9

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p><b>Innovationsmanagement</b> Die Studierenden lernen die begrifflichen und theoretischen Grundlagen des Innovationsmanagements kennen. Darüber hinaus lernen sie welche prozesstechnischen Voraussetzungen geschaffen werden müssen um in einem Unternehmen ein funktionierendes Innovationsmanagement zu implementieren. Zudem erhalten die Studierenden praxisorientierte Methoden, Handlungsempfehlungen und Konzepte, die es ihnen ermöglichen sollen bei einem zukünftigen Engagement in einem Unternehmen eigene Ansätze einzubringen.</p> <p><b>Arbeitsrecht</b> Den Studierenden werden die rechtlichen Grundlagen des Arbeitslebens gelehrt. Hiermit ist es ihnen möglich abzuschätzen, wie weit die verschiedenen Bereiche des individuellen und kollektiven Arbeitsrechts bei unternehmerischen Entscheidungen maßgeblich zu berücksichtigen sind. Durch die praxisnahe und fallorientierte Orientierung der Lehrveranstaltung werden exemplarische arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen und deren Wirkung auf das Arbeitsleben aufgezeigt. Darüber hinaus erfahren die Studierenden aus der Sicht des Arbeitnehmers, wie aber auch des Arbeitgebers, wie in Unternehmen Recht und Pflichten gesetzmäßig verteilt sind.</p> <p><b>Materialwirtschaft und Logistik</b> Mit Hilfe dieser Veranstaltung sind die die Studierenden folgend in der Lage logistische Systeme (inner- sowie außerbetrieblich) zu identifizieren, benennen und zu erklären. Zusätzlich dazu erlernen sie Kenntnisse der industriellen Einkaufs und Materialwirtschaft. Die Studierenden erhalten in diesem Modul einen vertieften Überblick über Instrumente und Methoden des industriellen Einkaufs und der Materialwirtschaft.</p>
Inhalte	<p>Innovationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition der Begrifflichkeiten</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arten von Innovationen</li> <li>- Innovationsstrategien (Technologie-/Innovationsmanagement, Risikomanagement)</li> <li>- Innovationsprozesse</li> <li>- Technologieorientiertes Innovationsmanagement</li> <li>- Marktorientiertes Innovationsmanagement</li> <li>- Bewertung von Innovationen</li> <li>- Schutz von Innovationen</li> <li>- Operative Methoden (Open Innovation, Kreativtechniken)</li> </ul> <p>Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechtsquellen des Arbeitsrechts</li> <li>- Individualarbeitsrecht (Anbahnung, Begründung und Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses; Rechte und Pflichten der Parteien des Arbeitsvertrags; Leistungsstörungen; Beendigung des Arbeitsverhältnisses)</li> <li>- Kollektives Arbeitsrecht (Betriebsverfassungsrecht, Tarifvertragsrecht, Arbeitskampfrecht)</li> <li>- Grundzüge des Arbeitsgerichtsverfahrens.</li> </ul> <p>Materialfluss und Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Aufgaben des industriellen Einkaufs, und des Beschaffungsmarketings</li> <li>- Anwendung und Nutzung von Lieferantenbewertungsmethoden</li> <li>- Grundlagen der Materialwirtschaft ABC und XYZ-Analyse</li> <li>- Aufgaben der Materialbedarfsermittlung, Bestellmengenrechnung, Bestandsplanung und Lagerhaltungsstrategien, Anwendung von Stücklisten</li> <li>- Einsatz ERP-Systeme in Aufgaben der Materialwirtschaft.</li> <li>- Grundlagen: Begriffe der Logistik, logistische Systeme und Prozesse</li> <li>- Wichtige Logistikprozesse in Industrie und Handel</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	keine
Prüfungsform(en)	Klausur
Lehrformen	Vorlesungen, Übungen, Selbststudium
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht und Lehrvortrag Einzel- und Teamarbeiten Literatur-/ Quellenstudium Fallbeispiele
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	
Bibliographie/Literatur	Innovationsmanagement - Skript der Vorlesung

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, Oliver Gassmann, Philipp Suter, ISBN 978-3-446-42285-8, Preis: 39,90 Euro</li> <li>- Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement, Gustav Bergmann, Jürgen Daub, ISBN 978-3-8349-1059-2, als e-book vorhanden</li> <li>- Technologie- und Innovationsmanagement im Unternehmen, Burkard Wördenweber, Wiro Wickord, ISBN 978-3-540-77693-2, als E-book vorhanden</li> </ul> <p>Arbeitsrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Danne/Keil, Wirtschaftsprivatrecht II, 1. Aufl., Berlin, 2001</li> <li>- Waltermann, Arbeitsrecht, 16. Aufl., 2012</li> <li>- Schaub, Arbeitsrechts-Handbuch, 15. Aufl., 2013</li> <li>- Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, 17. Aufl., 2012</li> <li>- Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, 12. Aufl., 2013</li> <li>- Reichold, Arbeitsrecht, 4. Aufl., 2012</li> <li>- Hanau/Adomeit, Arbeitsrecht, 14. Aufl., 2006</li> </ul> <p>Materialwirtschaft und Logistik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Handbuch Logistik von D. Arnold, H. Isermann etc., Springer-Verlag, ISBN 3-540-40110-5 (2. Auflage 2004)</li> <li>- Kluck, D. (2008): Materialwirtschaft und Logistik, 3. überarbeitete Auflage, Stuttgart.</li> <li>- Wannenwetsch, H. (2010): Integrierte Materialwirtschaft und Logistik: Beschaffung, Logistik, Materialwirtschaft und Produktion, 4. aktualisierte Auflage, Berlin - Heidelberg.</li> <li>- Arnolds, H./ Heege, F./ Röh, C./ Tussing, W. (2010): Materialwirtschaft und Einkauf, Grundlagen - Spezialthemen - Übungen, 11. vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden.</li> </ul>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Fachsemester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	270 h Workload 100 h Kontaktzeit 170 h Selbststudium
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	9/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Changemanagement &amp; Businesssoftware I</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-3.04</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Eva Ponick</b>

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

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

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

	<p>- Teilprozesse des Software Engineerings zum Einsatz und zur Gestaltung von Anwendungs- und Informationssystemen (z.B.:Requirements Engineering, Konfigurationsmanagement, Aufwandsschätzung)</p> <p>Changemanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definition von Change-Management und Modelle</li> <li>- Dynamik in Change Prozessen</li> <li>- Phasen im Change Management</li> <li>- Kommunikation und Intervention im Change-Prozess</li> <li>- Interventionen und Tools im Change-Prozess</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand ergänzender Literatur Businesssoftware II
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Businesssoftware I und der Lehrveranstaltung Changemanagement
Lehrformen	Changemanagement: Vorlesung (2V) Businesssoftware I: Vorlesung (1V) + Praktikum (1P)
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	siehe eBibliothek
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Fachsemester/zum Wintersemester/ein Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	Workload/Kontaktzeit/Selbststudium: 120/60/60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	nein
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210 Die CP werden einfach gewichtet

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Produktion &amp; Monitoring</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-4.01</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Martin Lucas</b>

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

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

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



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktionsplanung</li> <li>- Grundlagen der Fabrikplanung</li> <li>- Produktionslogistik</li> </ul> <p>Produkt- und Qualitätsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualitätspolitik und -ziele</li> <li>- Qualitätsnormen und Qualitätsmanagementsysteme</li> <li>- Grundlagen der Mess- und Prüftechnik</li> <li>- Qualitätsmanagement im Produktlebenszyklus</li> <li>- Werkzeuge und Methoden des Qualitätsmanagements (u.a. QFD, SPC, FMEA)</li> <li>- Qualitätsmanagement und Recht</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	
Empfohlene Ergänzungen	Literaturstudium
Prüfungsform(en)	Klausur oder Multiple Choice oder mündliche Prüfung
Lehrformen	Vorlesung und Übung in Fertigungs- Automatisierungstechnik I, Fertigungs- Automatisierungstechnik II und Produkt- und Qualitätsmanagement
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Lehrvorträge, Fallstudien, Einzel- und Gruppenarbeiten, Präsentationen, Reflektions- und Feedbackgespräche
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Westkämper, E.; Warnecke, H.-J. Einführung in die Fertigungstechnik Vieweg+Teubner Verlag, Wiesbaden, 2010</p> <p>Fritz, A.; Schulze, G. Fertigungstechnik Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2010</p> <p>Helbing, K.W. Handbuch Fabrikprojektierung Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2010</p> <p>Tempelmeier, G. Produktion und Logistik Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2012</p> <p>Brüggemann H.; Bremer P. Grundlagen Qualitätsmanagement Springer Vieweg Verlag, Wiesbaden, 2012</p> <p>Linß, G. Qualitätsmanagement für Ingenieure Fachbuchverlag Leipzig, 2011</p> <p>Pfeifer, T.; Schmitt, R. Fertigungsmesstechnik Oldenbourg-Verlag, München, 2010</p>

Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	3. Fachsemester/Wintersemester+ 4. Fachsemester/Sommersemester /2 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	<p>Workload: 240 h</p> <p>Kontaktzeit: Fertigungs- und Automatisierungstechni I: 2 SWS / 30 h Fertigungs- und Automatisierungstechni II: 2 SWS / 30 h Produkt- und Qualitätsmanagement: 3 SWS /45h</p> <p>Selbststudium: Fertigungs- und Automatisierungstechni I: 50 h Fertigungs- und Automatisierungstechni II: 50 h Produkt- und Qualitätsmanagement: 35 h</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	nein
Stellenwert der Note für die Endnote	7/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Technologie und Marketing</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-4.02</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Thomas Heiland</b>

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

Sprache	Deutsch/Englisch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	------------------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Technologiemarketing:</p> <p>Die Studierenden können die Bausteine des Technologiemarketings aus den vorangegangenen Semestern (B2B-Marketing, Projektmanagement, Innovationsmanagement, ingenieurwissenschaftliche Grundlagen) aufgabenspezifisch verbinden und für technologiegetriebene Unternehmen Fragestellungen aus dem Technologiemarketing (z. B. Zeitpunkt der Einführung neuer Technologien, geeignete Vermarktung neuer Technologien etc.) selbstständig bearbeiten. Die Studierenden kennen den Einfluss neuer digitaler Technologien auf das Marketing selbst und verstehen, wie zum Beispiel neue Webtechnologien die Markttransparenz erhöhen, die Rolle des Kunden verändern und Steuerungs- und Überwachungsmöglichkeiten im operativen Marketing bieten.</p> <p>Instrumente des Marketings II:</p> <p>Die Studierenden werden insbesondere mit dem Bereich der Kommunikation als Teil des Marketings vertraut gemacht und sollen in der Lage sein, die Rolle der Kommunikation bei komplexen Sachthemen zu verstehen und kommunikative Instrumente insbesondere für das B2B- und das Technologiemarketing kennenzulernen und zielführend einzusetzen. Anhand von Praxisbeispielen in Vorlesung und Übungen wird das Thema vertieft.</p>
Inhalte	<p>Technologiemarketing:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fünf Thesen zum Technologiemarketing</li> <li>2. Technologie             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Definition und Systematisierung</li> <li>2.2. Rolle und Bedeutung von Technologien</li> <li>2.3. Kann man mit Technologien Geld verdienen?</li> </ol> </li> <li>3. Technologien und Markt</li> </ol>

	<p>3.1. Geschäftstypologien und Technologiemarketing  3.2. Technology Push vs. Market Pull  3.3. Disruptive Technologien  4. Marketing von erklärungsbedürftigen, technologischen Produkten  5. Marketing 4.0 - Neue Marketing Technologien für neue Marktbedingungen  5.1.1. Content Marketing  5.1.2. Marketing Automation und Big Data</p> <p>Instrumente des Marketings II:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlegende Aspekte der Kommunikationspolitik</li> <li>- System der Integrierten Marketing-Kommunikation</li> <li>- Begriff und Wesen der Kommunikationspolitik</li> <li>- Modell der Marktkommunikation</li> <li>- Ziele und Aufgaben der Kommunikationspolitik</li> <li>- Rahmenbedingungen und aktuelle Probleme</li> <li>- Besonderheiten des B2B-Marketings</li> <li>- Beziehungsmarketing</li> <li>- Ziele und Planung Kommunikationspolitik</li> </ul> <p>Instrumente der Kommunikationspolitik  Inhalte sind z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporate Identity/Corporate Design</li> <li>- Networking</li> <li>- Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)</li> <li>- Pressearbeit</li> <li>- Social Media</li> <li>- Messen/Veranstaltungen/Konferenzen</li> <li>- Networking</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	Keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfehlender Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Technologiemarketing und der Lehrveranstaltung Instrumente des Marketings II
Lehrformen	<p>Technologiemarketing: Vorlesung</p> <p>Instrumente des Marketings II: Vorlesung, Übungen</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardeneinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulteilprüfungen
Bibliographie/Literatur	Technologiemarketing: D.J. Schneider, Einführung in das Technologie-Marketing,

	<p>München, 2002</p> <p>C.M. Christensen, The Innovator´s Dilemma, New York, 2011</p> <p>Instrumente des Marketing II: Marketing: Einführung in Theorie und Praxis , Andreas Scharf/Bernd Schubert/Patrick Hehn, Verlag: Schäffer-Poeschel; Auflage: 5., überarbeitete und aktualisierte Auflage (2012) ISBN-978-3-7910-3215-3.</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Semester/ Sommersemester / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/75/105
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Keine
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Unternehmenssteuerung</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-4.03</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Myrto Leiss</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Lehrveranstaltung Führungstechniken:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen Führung als systematische und strukturierte Vorgehensweise, um Ziele im sozialen System zu erreichen</li> <li>- erwerben Wissen über verschiedene Führungsstile und Techniken</li> <li>- erlernen Kenntnisse über die Anforderungen an Führung</li> <li>- erhalten eine wiederholende Vertiefung des Selbstmanagements</li> <li>- sind in der Lage, die Grundlagen des menschlichen Handelns und den Zusammenhang zwischen den Faktoren Antrieb, Motivation und Kommunikation zu verstehen und zu reflektieren</li> <li>- erwerben Kenntnisse über standardisierte Führungstechniken sowie sind in der Lage, die standardisierten Führungstechniken kritisch zu hinterfragen</li> <li>- erwerben ein Verständnis für die Bedeutung von klaren Leitbildern und Werten sowie deren konsequente Umsetzung in der Unternehmenskultur</li> <li>- werden geschult hinsichtlich der Wahrnehmung und Reflexionsfähigkeit von Symbolen und Werten</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Personalmanagement:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Knowhow, um den Personalbedarf auf verschiedenen Ebenen zu planen sowie eine effektive Personalauswahl zu treffen</li> <li>- erlernen ein Verständnis für Konzepte der Eignung und Leistungsbereitschaft von Mitarbeitern</li> <li>- erwerben Kenntnisse über Aufbau- und Ablauforganisation sowie Qualität und Quantität von Arbeitsleistungen</li> <li>- verstehen die Aufgaben der Personalentwicklung</li> <li>- erwerben einen Praxisbezug (demografischer Wandel, Anpassung der Beschäftigungsgestaltung, Aus- und</li> </ul>
----------------------------	---

	<p>Fortbildungsangebot etc.) zu theoretischen Inhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- verstehen die Entwicklungsmöglichkeiten individueller Handlungskompetenzen durch Personalentwicklung</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Controlling:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben einen fundierten Überblick über die vielfältigen Aufgabenbereiche des Controllings</li> <li>- erlernen den Aufbau und die Funktionsweise unterschiedlicher Planungs-, Kontroll- und Informationsinstrumente</li> <li>- erwerben ein Verständnis über den Beitrag des Controllings zur Realisation von Unternehmenszielen</li> <li>- verstehen die Bedeutung betriebswirtschaftlicher Transparenz für unternehmerische Entscheidungen</li> <li>- verstehen die Notwendigkeit einer funktionsübergreifenden Koordination in Unternehmen</li> <li>- sind in der Lage, ausgewählte betriebswirtschaftliche Entscheidungsprobleme zu bewerten, möglichst optimale Lösungen eigenständig vorzuschlagen und kritisch zu hinterfragen</li> <li>- sind in der Lage, die in der Lehrveranstaltung vorgestellten Methoden des Controllings eigenständig anzuwenden und kritisch zu hinterfragen</li> </ul>
<p>Inhalte</p>	<p>Lehrveranstaltung Führungstechniken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen Kommunikation</li> <li>- Motivation</li> <li>- Unternehmenskultur</li> <li>- Direkte und indirekte Führung</li> <li>- Autorität</li> <li>- Führungsstile</li> <li>- Management-Techniken</li> <li>- Delegation</li> <li>- Anreizsysteme</li> <li>- Selbstorganisation</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Personalmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundbegriffe und Aufgabenbereiche</li> <li>- Humankapital</li> <li>- Organisation und Organisationsformen</li> <li>- Personalbedarfsplanung</li> <li>- Recruiting</li> <li>- Personalentwicklung</li> <li>- Performance Management und Anreizsysteme</li> <li>- Restrukturierung</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Controlling:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen</li> <li>- Planungs-, Informations- und Kontrollprozesse</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategisches Controlling</li> <li>- Operatives Controlling</li> <li>- Kostenmanagement</li> <li>- Performance Measurement</li> <li>- Web Controlling</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Empfohlene Ergänzungen	Selbststudium anhand empfohlener Literatur
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Führungstechniken, der Lehrveranstaltung Personalmanagement und der Lehrveranstaltung Controlling
Lehrformen	<p>Führungstechniken: Übungen</p> <p>Personalmanagement: Vorlesung</p> <p>Controlling: Vorlesung und Übungen</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz, praktische Übungen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Modulprüfungen
Bibliographie/Literatur	<p>Controlling:</p> <p>Deimel, Klaus; Heupel, Thomas; Wiltinger, Kai: Controlling, Verlag Franz Vahlen, München 2013.</p> <p>Fischer, Thomas M.; Möller, Klaus; Schultze, Wolfgang: Controlling: Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2012.</p> <p>Horvath, Peter: Controlling, 12., vollständig überarbeitete Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2011.</p> <p>Küpper, Hans-Ulrich; Friedl, Gunther; Hofmann, Christian; Hofmann, Yvette; Pedell Burkhard: Controlling: Konzeption, Aufgaben, Instrumente, 6., überarbeitete Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2013.</p> <p>Weber, Jürgen; Schäffer, Utz: Einführung in das Controlling, 13., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2011.</p> <p>Führungstechniken:</p> <p>Daigeler, Thomas; Hölzl, Franz; Raslan, Nadja: Führungstechniken, 2., ergänzte Auflage, Haufe Verlag, Freiburg 2012.</p> <p>Wunderer, Rolf: Führung und Zusammenarbeit - Eine unternehmerische Führungslehre, 9., neu bearbeitete Auflage, Luchterhand, Köln 2011</p>



	<p>Personalmanagement:</p> <p>Becker, Manfred: Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis, 6., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2013.</p> <p>Wöhe, Günter: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 25., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Verlag Franz Vahlen, München 2013.</p> <p>Stock-Homburg, Ruth: Personalmanagement: Theorien - Konzepte - Instrumente, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2013.</p> <p>Felser, Georg: Personalmarketing. Hogrefe Verlag, Göttingen 2010.</p> <p>Kanning, Uwe Peter: Standards der Personaldiagnostik. Hogrefe Verlag, Göttingen 2004.</p> <p>Kanning, Uwe Peter: Standards der Personaldiagnostik, Hogrefe Verlag, Göttingen 2004.</p> <p>Kanning, Uwe Peter; Pöttker, Jens; Klinge, Katharina: Personalauswahl: Leitfaden für die Praxis, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2008.</p> <p>Schuler, Heinz: Das Einstellungsinterview, Hogrefe Verlag, Göttingen 2002.</p> <p>Meyer-Ferreira, Peter: Human Capital strategisch einsetzen, 1. Auflage, Luchterhand, Köln 2010.</p>
<p>Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer</p>	<p>4. Semester / Sommersemester / 1 Semester</p>
<p>Workload/Kontaktzeit/Selbststudium</p>	<p>240/90/150</p>
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>	<p>keine</p>
<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>	<p>8/210</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt I: Risikomanagement</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-4.04</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Alexander Stuckenholz</b>

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

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

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

	<p>Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Funktionsprinzipien des finanziellen Handels mit Energie, Energiebörsen und außerbörslicher Handelsplattformen sowie Finanzderivate zur Portfoliooptimierung und zum Risikomanagement in der Energiewirtschaft</li> </ul> <p>TOPSIM-Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anwendung von BWL- und Marketingwissen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels</li> <li>- Leiten eines Unternehmens und Treffen von unternehmerischen Entscheidungen in Kleingruppen auf einem kompetitiven Markt</li> <li>- Betriebswirtschaftliche Grundprinzipien, Grundregeln des Marketings, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Strategieplanung und SWOT-Analyse</li> <li>- Aufbereitung und Präsentation von Unternehmensinformationen</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	60 CP
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	<p>Finanzmärkte: Klausur über die Inhalte der Vorlesung</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die Prüfung zum Praktikum findet während des Seminars durch Kombination verschiedener Einzelleistungen statt (u.a. aktive Mitarbeit, Unternehmenserfolg, Analysen, Präsentationen, Teamaufgaben) Besonderheit: Bei TOPSIM Übungen ist die Anwesenheit der Studierenden zwingend erforderlich, da die aktive Mitarbeit wesentlichen Anteil am Lernerfolg hat</p>
Lehrformen	<p>Finanzmärkte: Vorlesung</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Unternehmensplanspiel/-simulation in Form eines Praktikums</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung: seminaristische Erarbeitung der Grundlagen der Finanzmärkte
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Teilnahme an allen Lehrveranstaltungen und erfolgreicher Abschluss der Prüfung</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die Leistungen werden in Form von zu erfüllenden Aufgaben abgerufen. Diese Aufgaben werden in Gruppen bearbeitet wobei auch die Einzelleistungen der jeweiligen Gruppenmitglieder bewertbar gemacht werden müssen.</p>
Bibliographie/Literatur	Einführung in die Finanzmärkte:

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

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt I: Green Business</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-4.05</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Martin Lucas</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Green Business: Die Studierenden kennen die begrifflichen und theoretischen Grundlagen des Green Business. Sie sind vertraut mit den wesentlichen Auslösern und Einflussgrößen für Green Business. Die Studierenden haben einen Überblick zu grünen Technologien, gegliedert in exemplarische Leitmärkte mit den jeweiligen strategischen, ökonomischen sowie ökologischen Nutzen.</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die Studierenden erlangen ein erweitertes Verständnis für betriebswirtschaftliche Vorgänge. Sie können einen Bezug zu praktischen Fragestellungen im Unternehmensalltag sowie daraus abgeleiteten Managementaufgaben herstellen. Sie erfassen betriebswirtschaftliche Zusammenhängen in Denken und Handeln nach unternehmerischen Zielsetzungen in Theorie und Praxis. Die Studierenden erwerben die Fähigkeit zur Anwendung von unternehmerischen Kompetenzen und betriebswirtschaftlichem Wissen.</p>
Inhalte	<p>Green Business: ? Auslöser und Einflussgrößen für das Themenfeld (Politik, Klima, Wettbewerbsfähigkeit etc.) ? Übersicht zu grünen Technologien (umweltfreundliche Energien, Rohstoff-, Energie- und Materialeffizienz, nachhaltige Mobilität, Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Wasserwirtschaft) ? Nationale und internationale Märkte für grüne Technologien ? Praxisbeispiele und aktuelle Entwicklungen/Trends</p> <p>TOPSIM-Praktikum: ? Anwendung von BWL- und Marketingwissen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels</p>

	<p>? Leiten eines Unternehmens und Treffen von unternehmerischen Entscheidungen in Kleingruppen auf einem kompetitiven Markt</p> <p>? Betriebswirtschaftliche Grundprinzipien, Grundregeln des Marketings, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Strategieplanung und SWOT-Analyse</p> <p>? Aufbereitung und Präsentation von Unternehmensinformationen</p>
Teilnahmevoraussetzungen	60 CP
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	<p>Green Business: Semesterbegleitend, erfolgreiche Semesterarbeit</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die Prüfung findet während des Seminars durch Kombination verschiedener Einzelleistungen statt (u.a. aktive Mitarbeit, Unternehmenserfolg, Analysen, Präsentationen, Teamaufgaben)</p>
Lehrformen	<p>Green Business: seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Unternehmensplanspiel/-simulation in Form eines Praktikums</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Seminaristischer Unterricht und Lehrvortrag</p> <p>Einzel- und Teamarbeiten</p> <p>Literatur-/Quellenstudium</p> <p>Fallbeispiele</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Die Leistungen werden in Form von zu erfüllenden Aufgaben abgerufen. Diese Aufgaben werden in Gruppen bearbeitet wobei auch die Einzelleistungen der jeweiligen Gruppenmitglieder bewertbar gemacht werden müssen.
Bibliographie/Literatur	<p>Green Business:</p> <p>? Green Business - das Milliardengeschäft, Dietrich Walther, ISBN 978-3-8349-1273-2</p> <p>? Eco Design, e. Abele, R. Anderl, H. Birkhofer, ISBN 978-3-540-75437-4</p> <p>? GreenTech made in Germany 3.0 - Umwelttechnologie-Atlas für Deutschland, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), 2012</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Schulungsunterlagen</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Semester / 1 x jährlich im Sommersemester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180 h / 60 h / 120 h

---

Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt I: Technologiemarketing</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-4.06</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Uwe Kleinkes</b>

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

Sprache	Deutsch/Englisch	Maximale Teilnehmerzahl	20
---------	------------------	-------------------------	----

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Technologiemarketing: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bearbeiten unter Anleitung anhand von praxisnahen oder Aufgaben aus der Industrie Fragestellungen des Technologiemarketings (z.B. Marktforschung in bestimmten Technologiebereichen, Aufbau von Marke für Hightech-Unternehmen)</li> <li>- lernen die Bedeutung des Technologiemarketings in der Industrie kennen</li> <li>- planen in Teamarbeit selbständig ihr Projekt bezüglich des Zeitplans und stecken ihre Ziele selbst</li> <li>- wenden ihre in den vorangegangenen Semestern erworbenen Kenntnisse aus den Bereichen Technik/Naturwissenschaften und Marketing an.</li> <li>- dokumentieren Entwicklungsfortschritte über Berichte und Feedback mittels verbaler und graphischer Elemente</li> </ul> <p>TOPSIM-Praktikum: Vorbereitung auf den Berufseinstieg nach Abschluss des Studiums, v.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erweitertes Verständnis betriebswirtschaftlicher Vorgänge und Bezug zu praktischen Fragestellungen im Unternehmensalltag</li> <li>- Grundverständnis von Managementaufgaben</li> <li>- Erfassen von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen in Vernetzung</li> <li>- Denken und Handelns nach unternehmerischen Zielsetzungen in Theorie und Praxis</li> <li>- Fähigkeit zur Anwendung von unternehmerischen Kompetenzen und betriebswirtschaftlichem Wissen</li> </ul>
Inhalte	<p>Technologiemarketing: Aktuelle Fragestellungen aus der Industriepraxis, wie z.B. Technologieroadmaps, Einsatzmöglichkeiten von Social-Media für Hightech-Unternehmen, Marktstudien, PR-Kampagnen für Hightech-Unternehmen, Einsatz von Marketingmethoden für erklärungsbedürftige Produkte</p>



	<p>TOPSIM-Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anwendung von BWL- und Marketingwissen im Rahmen eines Unternehmensplanspiels</li> <li>- Leiten eines Unternehmens und Treffen von unternehmerischen Entscheidungen in Kleingruppen auf einem kompetitiven Markt</li> <li>- Betriebswirtschaftliche Grundprinzipien, Grundregeln des Marketings, Kosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Strategieplanung und SWOT-Analyse</li> <li>- Aufbereitung und Präsentation von Unternehmensinformationen</li> </ul>
Teilnahmevoraussetzungen	60 CP
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	<p>Technologiemarketing: Semesterbegleitend, erfolgreiches Referat und Seminararbeit</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Die Prüfung findet während des Seminars durch Kombination verschiedener Einzelleistungen statt (u.a. aktive Mitarbeit, Unternehmenserfolg, Analysen, Präsentationen, Teamaufgaben)</p>
Lehrformen	<p>Technologiemarketing: seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Unternehmensplanspiel/-simulation in Form eines Praktikums</p>
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	<p>Technologiemarketing: Praktikum</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Praktikum</p>
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	<p>Technologiemarketing: Erfolgreiches Referat und Seminararbeit</p> <p>TOPSIM-Praktikum: Anwesenheitspflicht beim Praktikum und mindestens ausreichende Bewertung der verschiedenen Einzelleistungen (u.a. aktive Mitarbeit, Unternehmenserfolg, Analysen, Präsentationen, Teamaufgaben)</p>
Bibliographie/Literatur	
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Semester / 1 x jährlich im Sommersemester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180 h / 60 h / 120 h
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Diversity &amp; Businesssoftware II</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-4.07</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Eva Ponick</b>

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

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

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

Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte der Lehrveranstaltung Interkultural und der Lehrveranstaltung Businesssoftware II
Lehrformen	Interkultural: Vorlesung (2V) Businesssoftware II: Vorlesung (1V) + Praktikum (1P)
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Unterricht via Beamerprojektion und Whiteboardinsatz  Gruppenarbeit und Angebot von eLearning-Modulen
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfung
Bibliographie/Literatur	siehe eBibliothek  1. Andreas Endmüller; Heinz Jiranek; Konfliktmanagement; Haufe Verlag (2010)  2. Friedrich Glasl: Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater; Haupt Verlag; (2008)  3. Saskia-Maria Weh, Claudius Eaux: Konfliktmanagement: Konflikte kompetent erkennen und lösen; Haufe Verlag (2008)  4. Rolf Meier: Erfolgreiche Teamarbeit; GABAI Verlag; 2. Auflage 2008  5. Rolf van Dick; Michael A. West: Teamwork, Teamdiagnose, Teamentwicklung; Verlag Hogrefe (2005)  6. Astrid Erll; Marion Gymnich: Interkulturelle Kompetenzen; Klett Verlag (2007)  7. Thomas Baumer: Handbuch interkulturelle Kompetenz; Verlag Orell Füssli (2002)  8. Bergemann, Niels, Sourisseaux, Andreas L. J. (Hrsg.): Interkulturelles Management, Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg (2003)
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	4. Fachsemester / Sommersemester/ 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	120/60/60
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	nein
Stellenwert der Note für die Endnote	4/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Praxis-/Auslandssemester</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-5.02</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Thomas Heiland</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einblick in geeignete Berufsfelder und Anforderungsprofile</li> <li>- Sammeln berufspraktischer Kenntnisse und Erfahrungen</li> <li>- Erwerb interkultureller Kompetenzen</li> <li>- Praktisches Üben interkultureller Kommunikation</li> <li>- Erwerb von berufsqualifizierender Erfahrung und beruflicher Orientierung</li> <li>- Erwerb von vertiefenden wissenschaftlichen Kenntnissen und Erfahrungen</li> <li>- Erwerb von vertiefenden überfachlichen Qualifikationen</li> <li>- Praktische Anwendung von im Studium erworbenen Kenntnissen</li> <li>- Erwerb von Anregungen für die weitere Studiengestaltung</li> </ul>
Inhalte	<p>Praktikum im Inland/Ausland: Tätigkeit in einem Betrieb/Wirtschaftsunternehmen, Forschungsinstitut, Behörde, Verband usw.</p> <p>Auslandssemester: a) Studium an einer Hochschule im Ausland Absolvierung definierter Studienelemente b) Pionierleistung Tätigkeit im Rahmen der Aufbauarbeit einer HSHL-Hochschul-Kooperation im Ausland Kombination von a) und b) ist möglich</p>
Teilnahmevoraussetzungen	Keine, aber der erfolgreiche Abschluss möglichst vieler Module der ersten vier Studiensemester wird sehr empfohlen.
Empfohlene Ergänzungen	Keine
Prüfungsform(en)	<p>Bei Praxissemester: - Schriftlicher Bericht (ca. 20 Seiten) - Abschlusspräsentation (ca. 15 Min.)</p> <p>Bei Auslandssemester: - Adäquate Prüfungsleistungen der jeweils besuchten ausländischen Hochschule oder schriftlicher Bericht</p>

	Bei Pionierarbeit bzw. Kombination mit Auslandsstudium: - Schriftlicher Bericht plus Abschlusspräsentation (s. o.) und/oder adäquate Prüfungsleistungen der jeweils besuchten ausländischen Hochschule
Lehrformen	
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Selbststudium und ggf. Seminar
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Bestandene Modulprüfungen
Bibliographie/Literatur	Offiziell verfügbare HSHL-Dokumente zur Information über Inhalt, Organisation und Umsetzung des Praxis-/Auslandssemesters einschließlich Prüfungsanforderungen
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	5. Fachsemester/zum Winter- oder Sommersemester/1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	Workload: 900h
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	Alle Bachelorstudiengänge enthalten ein Praxis- oder Auslandssemester.
Stellenwert der Note für die Endnote	30/210 (Gewichtung zu einem Drittel)

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Projektarbeit</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-6.01</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Harald Mathis</b>

SWS		Präsenzzeit	4 Stunden
Selbststudium	356 Stunden	Prüfungsvorbereitungszeit	Stunden
Zeit gesamt	360 Stunden	ECTS	12

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

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

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

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt II: Risikomanagement</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-6.02</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Gabriele Wieczorek</b>

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

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

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



Teilnahmevoraussetzungen	100CP
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte des gesamten Moduls
Lehrformen	Vorlesung, Seminar
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Teilnahme an allen Lehrveranstaltung und erfolgreicher Abschluss der Prüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Derivate</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) BEIKE, R., BARCKOW, A. (2002). Risk-Management mit Finanzderivaten. Oldenbourg Verlag. ISBN 3-486-25848-6</li> <li>2) BLOSS, M., ERNST, D. (2008). Derivate. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58354-0</li> <li>3) BORCHERT, J., SCHEMM, R., KORTH, S. (2006). Stromhandel. Schäffer-Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-2542-1</li> <li>4) HULL, C.J. (2001). Einführung in die Futures- und Optionsmärkte. Oldenbourg Verlag. ISBN 3-486-25705-6</li> <li>5) HULL, C.J. (2009). Optionen, Futures und andere Derivate. Pearson Studium. ISBN 978-3-8273-7281-9</li> <li>6) HULL, C.J. (2011). Risikomanagement. Pearson Studium. ISBN 978-3-86894-043-5</li> <li>7) ROMEIKE, F., HAGER, P. (2009). Erfolgsfaktor Risiko-Management 2.0. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0895-7</li> <li>8) ROSENKRANZ, F., MISSLER-BEHR, M. (2005). Unternehmensrisiken erkennen und managen. Springer Verlag. ISBN 3 540 24507 3</li> <li>9) RUDOLPH, B., SCHÄFER, K. (2010). Derivative Finanzmarktinstrumente. Springer Verlag. ISBN 978-3-540-79413-4</li> <li>10) SCHNECK, O. (2010). Risikomanagement. Wiley-VCH Verlag. ISBN 978-3-527-50543-2</li> <li>11) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2</li> <li>12) ZENKE, I./SCHÄFER, R. (2009). Energiehandel in Europa. Verlag C.H. Beck. ISBN 978-3-406-58373-5.</li> <li>13) Vorlesungsskript</li> </ol> <p>Risikobewertung und -steuerung</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ELLER, R., HEINRICH, M., PERROT, R., REIF, M. (2010). Management von Rohstoffrisiken. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-1097-4</li> <li>2) HULL, C.J. (2011). Risikomanagement. Pearson Studium.</li> </ol>

	<p>ISBN 978-3-86894-043-5</p> <p>3) MARTIN, M., REITZ, S., WEHN, C. (2006). Kreditderivate und Kreditrisikomodelle. Vieweg Verlag. ISBN 978-3-8348-0020-6</p> <p>4) ROMEIKE, F., HAGER, P. (2009). Erfolgsfaktor Risiko-Management 2.0. Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0895-7</p> <p>5) STRÖBELE; W., PFAFFENBERGER; W., HEUTERKES, M. (2010). Energiewirtschaft. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58199-7</p> <p>6) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6.Semester/Sommersemester/1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	<p>180h/ Vorlesung: Derivate Kontaktzeit 2 SWS / 30 h</p> <p>Seminar: Risikobewertung und -steuerung Kontaktzeit 2 SWS / 30 h Selbststudium: 120h</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt II: Green Business</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-6.03</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Martin Lucas</b>

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

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

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

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eco Design, e. Abele, R. Anderl, H. Birkhofer, ISBN 978-3-540-75437-4</li> <li>- Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt, Gotlind Ulshöfer, Gesine Bonnet, ISBN 978-3-531-16077-1</li> <li>- GreenTech made in Germany 3.0 - Umwelttechnologie-Atlas für Deutschland, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), 2012</li> </ul>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	6.Semester/Sommersemester/1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt II: Technologiemarketing</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-6.04</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Uwe Kleinkes</b>

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

Sprache	Deutsch/Englisch	Maximale Teilnehmerzahl	20
---------	------------------	-------------------------	----

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Die Studierenden bearbeiten selbstständig anhand von praxisnahen oder Aufgaben aus der Industrie Fragestellungen des Technologiemarketings (z.B. Marktforschung in bestimmten Technologiebereichen, Aufbau von Marke für Hightech-Unternehmen)</p> <p>... lernen die Bedeutung des Technologiemarketings in der Industrie kennen</p> <p>...planen in Teamarbeit selbständig ihr Projekt bezüglich des Zeitplans und stecken ihre Ziele selbst</p> <p>...wenden ihre in den vorangegangenen Semestern erworbenen Kenntnisse aus den Bereichen Technik/Naturwissenschaften und Marketing an.</p> <p>...dokumentieren Entwicklungsfortschritte über Berichte und Feedback mittels verbaler und graphischer Elemente</p>
Inhalte	Aktuelle Fragestellungen aus der Industriepraxis, wie z.B. Technologieroadmaps, Einsatzmöglichkeiten von Social-Media für Hightech-Unternehmen, Marktstudien, PR-Kampagnen für Hightech-Unternehmen, Einsatz von Marketingmethoden für erklärungsbedürftige Produkte
Teilnahmevoraussetzungen	100CP
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Projekt/Hausarbeit
Lehrformen	Praktikum: seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	Erfolgreiches Referat und Seminararbeit
Bibliographie/Literatur	Valuable Content Marketing: How to make quality content the key to your business success by Jefferson, Sonja, Tanton, Sharon published by Kogan Page (2013)

---

Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	einmal jährlich im Sommersemester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Strategie und Patente</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-6.05</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Uwe Kleinkes</b>

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

Sprache	Deutsch/Englisch	Maximale Teilnehmerzahl	0
---------	------------------	-------------------------	---

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Die Studierenden erlernen im Rahmen des strategischen IP-Managements den Aufbau und Nutzen von Patenten, ihre Einordnung in das System intellektueller Eigentumsrechte, ihre ökonomische Bedeutung und ihre Einsatzmöglichkeiten im strategischen IP-Management.</p> <p>Internationale Business Strategien</p> <p>Studierende lernen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chancen, Risiken und Hürden bei der Internationalisierung von Geschäftsbeziehungen zu erkennen und damit konstruktiv und erfolgsorientiert umzugehen</li> <li>- Auswirkung der Globalisierung auf den nationalen und internationalen Wettbewerb kennen</li> </ul> <p>-Das Potenzial verschiedener Märkte für die Internationalisierung zu beurteilen.</p> <p>- Märkte in Bezug auf Neueintritt oder Expansion anhand der Kriterien Attraktivität, kulturelle und andere Formen der Distanz sowie Risiko eines Vergeltungsschlags der Konkurrenz zu bewerten.</p> <p>- &amp;#132;&amp;#132;Quellen eines Wettbewerbsvorteils in einer internationalen Strategie zu identifizieren</p> <p>- unterschiedliche Strategien, z.B. anhand von Fallbeispielen, kennen</p>
Inhalte	<p>Strategisches IP-Management II</p> <p>Grundlagen und Konzepte zur Patentierung technischer Erfindungen</p> <p>Definition von Patenten, ihre Einordnung in das System</p>

	<p>intellektueller Eigentumsrechte und ihre ökonomische Bedeutung                  Das System der Intellectual Property Rights (IPR)                  Patente                  Gebrauchsmuster                  Geschmacksmuster                  Urheberrechte (Copyrights) .                  Marken (Trademarks/Warenzeichen)                  Geschäftsgeheimnisse (Trade Secrets)                  Ökonomische Bedeutung von Patenten                  Historische Entwicklung des Patentsystems                  Kombination von Patentfunktionen und Ziele des Unternehmens                  Wesentliche Funktionen von Patenten aus Sicht des einzelnen Unternehmens                  Der Patentierungsprozess im internationalen Vergleich                  Wesentliche Akteure im deutschen und internationalen Patentierungsprozess                  Strategischer Einsatz von Patenten sowie Formen der Akquisition                  und Verwertung von Technologien und Patenten                  Patentstrategien                  Unterschiedliche Bedeutung von Patenten als Schutzinstrumente                  in verschiedenen Wirtschaftszweigen                  Unterschiedliche Bedeutung von Patenten in unterschiedlichen Technologielebenszyklusphasen                  Formen der Akquisition und Verwertung von Technologien und Patenten                  Nutzung von Patentinformationen im Strategischen Management                  Gegenstand und Umfang von Patentinformationen                  Ökonomische Nutzung von Patentinformationen                  Strategische Nutzung von Patentinformationen im Innovationswettbewerb                  Bewertung von Patenten                  Kommunikation des Patentwerts                  Alternativen und Ergänzungen zum Schutz durch Patente                  Grenzen des Patentschutzes bei der Abwehr von Imitationsversuchen                  Alternativen zum Schutz durch Patente: Faktische Schutzinstrumente                  Gesamtsicht der Möglichkeiten zum Schutz von Technologien gegen Imitation                  Schutzmöglichkeiten von Dienstleistungsinnovationen</p> <p>Internationale Business Strategien</p> <p>I. Strategische Entscheidung zur Internationalisierung</p> <p>Globale Randbedingungen                  Antriebskräfte der Internationalisierung</p>
--	--



	<p>Motive für Internationalisierung/Export</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Proaktive Motive</li> <li>b) reaktive Motive</li> </ul> <p>4. Risiken 5. Chancen 6. Bereitschaft/Kompetenz für intern. Tätigkeit 7. Konkreter Ablauf der Entscheidungsfindung</p> <p>II. Internationalisierungsstrategie</p> <p>Entwicklung der Internationalisierungsstrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Quellen des Wettbewerbsvorteils</li> <li>b) Distanz zu Zielmärkten: CAGE-System</li> <li>c) Wettbewerbsanalyse</li> <li>d) Ziele</li> <li>e) Internationalisierungspfad</li> <li>f) Internationale Wettbewerbsstrategie/Positionierung</li> <li>g) Auswahl von Zielmärkten</li> <li>h) Auswahl der Markteintrittsstrategie</li> </ul> <p>III. Operative Umsetzung</p> <p>Hinweise zur operativen Umsetzung</p>
Teilnahmevoraussetzungen	
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Klausur
Lehrformen	Vorlesung
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	bestandene Prüfung
Bibliographie/Literatur	<p>Internationale Business Strategien: Grundlagen Export und Internationalisierung, Sternad, Höfferer, Haber (Hrsg), SpringerGabler-Verlag, Wiesbaden 2013 (u.a. auch in e-Bibliothek HSHL)</p> <p>Strategic International Management, Morschett, Schramm-Klein, Zentes, SpringerGabler-Verlag, Wiesbaden 2010</p> <p>Internationales Marketing, Backhaus, Voeth, Schaeffer-Peschel-Verlag, Stuttgart, 2010</p> <p>Internationales Management, Holtbrügge, Schaeffer-Peschel-Verlag, Stuttgart, 2010</p> <p>Strategisches IP-Management:</p>

Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	einmal jährlich im Sommersemester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	240/90/150
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	8/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Psychologie &amp; Organisation</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-6.06</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Myrto Leiss</b>

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

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

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

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

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Bachelorarbeit</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-7.01</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Myrto Leiss</b>

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

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

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

Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	10 CP Projektarbeit 300 h Gesamtworkload für den schriftlichen Teil(Erstellung der Arbeit) 2 CP Abschlusskolloquium mit Präsentation 60 h Gesamtworkload (4 h Präsenzzeit, 56 h Selbststudium zur Vorbereitung der Präsentation)
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	12/210 CP werden 1,5-fach gewertet

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt III: Risikomanagement</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-7.02</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Gabriele Wieczorek</b>

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

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

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

	<p>- Verständnis grundlegender Befehle und Standardfunktionen sowie der Funktionsweise von Programmen eines Software-Pakets für das Management betrieblicher Risiken</p> <p>- Einüben von Umgangskriterien mit Toolboxen unter Verwendung relevanter Praxisbeispiele, insbesondere aus dem Risikomanagement</p> <p>- Erfassen risikobehafteter Vorgänge, insbesondere aus der Finanzwirtschaft, als 'stochastisches Modell' und Durchführen statistischer Analysen der Daten sowie Ermittlung von Kennzahlen zur Risikobewertung</p>
Teilnahmevoraussetzungen	Siehe: Modulauswahlordnung der Hochschule Hamm-Lippstadt für den Studiengang Technisches Management und Marketing (TMM) vom 14.01.2013
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Klausur über die Inhalte des gesamten Moduls
Lehrformen	Vorlesung, Praktikum
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	
Bibliographie/Literatur	<p>Ausgewählte Kapitel des Risikomanagements</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ROSENKRANZ, F., MISSLER-BEHR, M. (2005). Unternehmensrisiken erkennen und managen. Springer Verlag. ISBN 3 540 24507 3</li> <li>2) WOLKE, T. (2008). Risikomanagement. Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-58714-2</li> <li>3) Vorlesungsskript</li> <li>4) STROHMEIER, P. (2007). Ganzheitliches Risikomanagement in Industrie-unternehmen. Deutscher Universitätsverlag. ISBN 978-3-8350-0683-6</li> <li>5) MARTIN, M.R.W., REITZ, S., WEHN, C.S. (2006). Kreditderivate und Kreditrisiko-modelle. Vieweg. ISBN 978-3-8348-0020-6</li> <li>6) KAISER, T., KÖHNE, M.F. (2007). Operationelle Risiken in Finanzinstituten. Gabler. ISBN 978-3-8349-0600-7</li> <li>7) FIEGE, S.(2006). Risikomanagement- und Überwachungssystem nach KonTraG. Gabler. ISBN 978-3-8350-0420-7</li> <li>8) DE FILIPPIS, F. (2011). Währungsrisikomanagement in kleinen und mittleren Unternehmen. ISBN 978-3-8349-2544-2</li> </ol> <p>Software-Praktikum</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) SCHWEIZER, W. (2009) MATLAB® kompakt, Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-</li> </ol>



	<p>59193-4</p> <p>2) BEUCHER, O. (2007) Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik mit MATLAB®, Springer Verlag, ISBN 978-3-540-72155-0</p> <p>3) GÜNTHER, O. JÜNGEL, A. (2010). Finanzderivate mit MATLAB®, Vieweg+Teubner Verlag, ISBN 978-3-8348-0879-0</p> <p>4) WÜST, K. (2014). Risikomanagement. UTB Verlag, ISBN 978-3-8252-8572-2</p>
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	7 / einmal jährlich / 1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	<p>180h/ Vorlesung: Ausgewählte Kapitel des Risikomanagements Kontaktzeit 2 SWS / 30 h</p> <p>Software-Praktikum Kontaktzeit 2 SWS / 30 h Selbststudium: 120h</p>
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt III: Green Business</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-7.03</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Martin Lucas</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse bezüglich der Green Business Geschäftsmodelle und Technologien. Sie können das erlernte Wissen in Form von Marktstudien/-Analysen anwenden. Sie beherrschen das Formulieren und Ableiten von Marktpotentialen. Gleichzeitig können die Studierenden akteule Trends sowie Grüne-Marketing-Ansätze kritisch bewerten.
Inhalte	? Grüne Geschäftsbereiche wie Green IT ? Grünes Marketing (Öko-Marketing, Öko-Labels) ? Change Management im Bereich Green Business ? Grüne Geschäftsmodelle/Marketing-Mix für Green Business
Teilnahmevoraussetzungen	
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	Semesterbegleitend, erfolgreiche Semesterarbeit
Lehrformen	Seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht und Lehrvortrag Einzel- und Teamarbeiten Literatur-/Quellenstudium Fallbeispiele
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	
Bibliographie/Literatur	? Green Business - das Milliardengeschäft, Dietrich Walther, ISBN 978-3-8349-1273-2 ? Das Prinzip Verantwortung, Jörg Rabe von Pappenheim, ISBN 978-3-8349-1431-6 ? Eco Design, e. Abele, R. Anderl, H. Birkhofer, ISBN 978-3-540-75437-4 ? Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt, Gotlind Ulshöfer, Gesine Bonnet, ISBN 978-3-531-16077-1

	? GreenTech made in Germany 3.0 - Umwelttechnologie-Atlas für Deutschland, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), 2012
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	7.Semester/Wintersemester/1 Semester
Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/60/120
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Studienschwerpunkt III: Technologiemarketing</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-7.04</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Uwe Kleinkes</b>

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

Sprache	Deutsch/Englisch	Maximale Teilnehmerzahl	20
---------	------------------	-------------------------	----

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Die Studierenden bearbeiten selbstständig anhand von praxisnahen oder Aufgaben aus der Industrie Fragestellungen des Technologiemarketings (z.B. Marktforschung in bestimmten Technologiebereichen, Aufbau von Marke für Hightech-Unternehmen)</p> <p>... lernen die Bedeutung des Technologiemarketings in der Industrie kennen</p> <p>...planen in Teamarbeit selbständig ihr Projekt bezüglich des Zeitplans und stecken ihre Ziele selbst</p> <p>...wenden ihre in den vorangegangenen Semestern erworbenen Kenntnisse aus den Bereichen Technik/Naturwissenschaften und Marketing an.</p> <p>...dokumentieren Entwicklungsfortschritte über Berichte und Feedback mittels verbaler und graphischer Elemente</p>
Inhalte	Aktuelle Fragestellungen aus der Industriepraxis, wie z.B. Technologieroadmaps, Einsatzmöglichkeiten von Social-Media für Hightech-Unternehmen, Marktstudien, PR-Kampagnen für Hightech-Unternehmen, Einsatz von Marketingmethoden für erklärungsbedürftige Produkte
Teilnahmevoraussetzungen	100 CP
Empfohlene Ergänzungen	
Prüfungsform(en)	
Lehrformen	
Lehrveranstaltung/Lehr- und Lernmethoden	Praktikum: seminaristischer Unterricht, Projektarbeiten, Gruppenarbeiten
Voraussetzungen für die Vergabe von CPs	
Bibliographie/Literatur	
Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer	einmal jährlich im Wintersemester

---

Workload/Kontaktzeit/Selbststudium	180/45/135
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)	
Stellenwert der Note für die Endnote	6/210

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Corporate &amp; Customer Management</b>
<b>Modulkürzel</b>	<b>TMM-B-1-7.05</b>
<b>Modulverantwortlicher</b>	<b>Jens Thorn</b>

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

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

Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Lehrveranstaltung Advanced Sales Management:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- können den Vertrieb in das Gesamtkonzept von Unternehmensführung und Marketing in der betrieblichen Organisation einordnen</li> <li>- erlernen verschiedene Modelle der Verkaufsführung</li> <li>- können den Zusammenhang zwischen Unternehmens-, Marketing- und Vertriebsstrategie erklären</li> <li>- verstehen den Unterschied zwischen Leistungsselektion und Kundenselektion</li> <li>- erlernen, wie Käufer selektiert, geführt und entwickelt werden</li> <li>- sind in der Lage, Verkaufsorganisationen und -prozesse zu entwickeln und strukturiert darzustellen</li> <li>- können Verkaufseffizienz und -effektivität durch den Einsatz von Verkaufssupports optimieren</li> <li>- kennen das Customer Relationship Management und die Instrumente zur Steigerung der Verkaufsqualität</li> <li>- können die Interaktionen zwischen Verkäufer und Kunde typisieren und die Erkenntnisse bei der Verhandlungstaktik einsetzen</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Advanced Financial Management and Control:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben ein vertieftes Wissen für Konzeptionen des betriebs- und finanzwirtschaftlichen Controllings für die Unternehmenspraxis</li> <li>- verstehen betriebs- und finanzwirtschaftliche Zusammenhänge vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen wie zunehmende Umweltdynamik und hohe Komplexität</li> <li>- sind in der Lage, grundlegende Entscheidungen in der Unternehmenspraxis wertorientiert zu analysieren und zu treffen</li> <li>- erwerben ein grundlegende Verständnis für Mergers &amp;</li> </ul>
----------------------------	--

	<p>Acquisitions</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sind in der Lage, eine Unternehmensbewertung grundlegend zu verstehen und eigenständig durchzuführen</li> <li>- sind in der Lage, grundlegende Handlungsoptionen in einem dynamischen Unternehmensumfeld für ein Unternehmen zu entwickeln und zu bewerten</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Supply Chain Management:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- erwerben Kenntnisse im Bereich des Supply Chain Managements</li> <li>- erlernen, welche die wesentlichen Stakeholder sowie die typischen Supply Chain-Strukturen von Unternehmen sind</li> <li>- können aus aktuellen Trends und Entwicklungen Herausforderungen und Risiken für die Supply Chain-Netzwerke ableiten</li> <li>- sind in der Lage, das erlernte Wissen auf praxisbezogene Fallbeispiele anzuwenden</li> </ul>
<p>Inhalte</p>	<p>Lehrveranstaltung Advanced Sales Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elemente der Vertriebspolitik</li> <li>- Verkaufsformen/Kontaktformen</li> <li>- Vertriebsorganisationen</li> <li>- Vertriebspartner: Absatzmittler/Absatzhelfer</li> <li>- Bestimmung der Außendienststärke</li> <li>- Rekrutierung von Führungskräften für den Vertrieb</li> <li>- Vertragsgestaltung für Vertriebsführungs-kräfte</li> <li>- Leistungsplanung und Vergütung</li> <li>- Vertriebsrelevante Spannungsfelder und Schnittstellen</li> <li>- Begriffe Markt und Kundenorientierung</li> <li>- Wirkungskette des Markterfolgs</li> <li>- Relationship-Marketing</li> <li>- Kundenintegration (Customer Integration Management)</li> <li>- strategiegestützter, methodengestützter und systemgestützter Vertrieb</li> <li>- Kundenidentifizierung und -qualifizierung</li> <li>- Datenmanagement für die Vertriebssteuerung (CRM)</li> <li>- Multikanalvertrieb (Multi-Channel-Marketing)</li> <li>- Vertriebsplanung und -controlling</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Advanced Financial Management and Control:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wertorientierte Unternehmenssteuerung</li> <li>- Mergers &amp; Acquisitions</li> <li>- Aspekte des globalen Finanzmanagements</li> <li>- Unternehmenssteuerung in einem internationalen und volatilen Umfeld</li> </ul> <p>Lehrveranstaltung Supply Chain Management</p>

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



	<p>Risikomanagement, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2014. Deimel, Klaus; Heupel, Thomas; Wiltinger, Kai: Controlling, Vahlen Verlag, München 2013. Dreher, Maximilian; Ernst, Dietmar: Mergers and Acquisitions, Verlag UTB GmbH, Stuttgart 2014. Hoffjan, Andreas: Internationales Controlling, Schäffer-Poeschel Verlage, Stuttgart 2009. Zantow, Roger; Dinauer, Josef: Finanzwirtschaft des Unternehmens - die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, 3., aktualisierte Auflage, Verlag Pearson Studium, München 2013.</p> <p>Supply Chain Management</p> <p>Beckmann, Holger: Prozessorientiertes Supply Chain Engineering - Strategien, Konzepte und Methoden zur modellbasierten Gestaltung, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg 2012.</p> <p>Hellingrath, Bernd; Kuhn, Axel: Supply Chain Management - optimierte Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg 2013.</p>
<p>Studiensemester/Häufigkeit des Angebots/Dauer</p>	<p>7. Semester / Wintersemester / 1 Semester</p>
<p>Workload/Kontaktzeit/Selbststudium</p>	<p>360/90/270</p>
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p>	<p>keine</p>
<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>	<p>12/210</p>