

MODULHANDBUCH

FÜR DEN STUDIENGANG BETRIEBSWIRTSCHAFT

mit den Studienrichtungen

**Handel
und
Industrie**

an der

BERUFSAKADEMIE SACHSEN – STAATLICHE STUDIENAKADEMIE DRESDEN

gültig ab 01.10.2022

Version 1.10

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Dokument auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für alle Geschlechter.

MODULCODE	3	B	W	–	B	W	L	G	I	–	1	0
Standort gemäß Standortcode	3											
Abkürzung Studiengang		B	W									
Abkürzung Modulinhalt				–	B	W	L	G	I			
Empfohlene Semesterlage (Bei mehrsemestrigen Modulen bezeichnet die erste Ziffer das Semester, in dem das Modul beginnt, die zweite dasjenige, in dem das Modul endet.)										–	1	0

STANDORTCODE:

- 1-Studienort Bautzen
- 2-Studienort Breitenbrunn
- 3-Studienort Dresden
- 4-Studienort Glauchau
- 5-Studienort Leipzig
- 6-Studienort Riesa
- 7-Studienort Plauen

STUDIENGANG:

BW – Betriebswirtschaft

VERANTWORTLICHKEITEN:

Der jeweils ausgewiesene Modulverantwortliche ist Ansprechpartner für die fachliche Erstellung sowie für Fragen und Anforderungen zur inhaltlichen Weiterentwicklung des Moduls. Der Leiter des Studienganges Betriebswirtschaft ist für die inhaltliche und organisatorische Gestaltung verantwortlich und steht für Fragen und Hinweise zur Verfügung (siehe Sächsisches Berufsakademiegesetz §19).

INHALTSVERZEICHNIS

PFLICHTMODULE STUDIENGANG BETRIEBSWIRTSCHAFT	5
WIE WISSENSCHAFT WISSEN SCHAFFT	6
GESCHÄFTSMODELL- UND INNOVATIONSMANAGEMENT: THEORIE.....	11
MATHEMATIK FÜR WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLER	17
VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE	21
BUCHFÜHRUNG UND UNTERNEHMENSBESTEUERUNG	26
STATISTIK, BIG DATA UND DATA SCIENCE IN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE	30
SERVICE DESIGN	35
EXTERNES RECHNUNGSWESEN.....	40
KOMMUNIKATION IM BERUFLICHEN KONTEXT	44
GRUNDLAGEN DES WIRTSCHAFTS- UND ARBEITSRECHTS	48
INVESTITION UND FINANZIERUNG	53
PRINZIPIEN UND METHODEN DES PROJEKTMANAGEMENTS: THEORIE	57
GESCHÄFTSPROZESS- UND QUALITÄTSMANAGEMENT	61
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT UND MITARBEITERFÜHRUNG.....	65
KOSTEN- UND LEISTUNGSRECHNUNG	71
SYSTEMISCHES CHANGE MANAGEMENT	75
PFLICHTMODULE STUDIENRICHTUNG HANDEL	79
GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE DES HANDELS.....	80
BETRIEBLICHE INFORMATIONSSYSTEME DES HANDELS	84
MARKTFORSCHUNG, KONSUMENTENVERHALTEN UND HANDELSMARKETING	88
NORMATIVES UND STRATEGISCHES MANAGEMENT DES HANDELSUNTERNEHMENS	94
PREIS- UND SORTIMENTSMANAGEMENT	99
LOGISTIKMANAGEMENT IM HANDEL: METHODEN UND SYSTEME	103
DIGITALE TRANSFORMATION UND HANDEL: VERSTEHEN UND GESTALTEN	108
ORGANISATION DES HANDELSUNTERNEHMENS.....	115
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IM HANDEL: METHODEN UND SYSTEME	120
MULTISENSORIK IM HANDEL I: »RETAIL THEATER«.....	124
VERANTWORTLICH HANDELN IM HANDEL: WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSETHIK	129
CONTROLLING UND PERFORMANCE MANAGEMENT IM HANDEL.....	134
MULTISENSORIK IM HANDEL II: »STORYTELLING«.....	138

PFLICHTMODULE STUDIENRICHTUNG INDUSTRIE.....	143
GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTS- UND DER INDUSTRIEBETRIEBSLEHRE	144
BETRIEBLICHE INFORMATIONSSYSTEME DER INDUSTRIE	148
MARKTFORSCHUNG, KONSUMENTENVERHALTEN UND INDUSTRIEGÜTERMARKETING	152
NORMATIVES UND STRATEGISCHES MANAGEMENT DES INDUSTRIEUNTERNEHMENS	158
PREIS- UND PORTFOLIOMANAGEMENT	163
LOGISTIKMANAGEMENT IN DER INDUSTRIE: METHODEN UND SYSTEME	167
DIGITALE TRANSFORMATION UND INDUSTRIE: VERSTEHEN UND GESTALTEN	171
ORGANISATION DES INDUSTRIEUNTERNEHMENS	178
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN DER INDUSTRIE: METHODEN UND SYSTEME	183
PRODUKTIONSMANAGEMENT IN DER INDUSTRIE: METHODEN UND SYSTEME	188
VERANTWORTLICH HANDELN IN DER INDUSTRIE: WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSETHIK	193
CONTROLLING UND PERFORMANCE MANAGEMENT IN DER INDUSTRIE	198
PROJEKTWERKSTATT ZUR INDUSTRIE:.....	202
WISSEN ANWENDEN UND VERTIEFEN	202
PRAXISMODULE STUDIENGANG BETRIEBSWIRTSCHAFT	206
GESCHÄFTSMODELL- UND INNOVATIONSMANAGEMENT: ANWENDUNG	207
BETRIEBLICHE FORSCHUNGSFALLSTUDIE: AUFGABENFELD A	211
BETRIEBLICHE FORSCHUNGSFALLSTUDIE: AUFGABENFELD B	215
BETRIEBLICHE FORSCHUNGSFALLSTUDIE: AUFGABENFELD C	220
PRINZIPIEN UND METHODEN DES PROJEKTMANAGEMENTS: ANWENDUNG	225
BACHELORARBEIT: THESIS VERFASSEN, THESIS VERTEIDIGEN	230

PFLICHTMODULE STUDIENGANG BETRIEBSWIRTSCHAFT

WIE WISSENSCHAFT WISSEN SCHAFFT

Im Zentrum des Moduls stehen mit dem Erkennen und Formulieren fachlicher Probleme, der Recherche geeigneten, aussagefähigen Materials, dessen Auswertung und Aufbereitung das wissenschaftliche und das empirische Arbeiten. Ein Teil der Inhalte ist basalen Fragen der Wissenschaftstheorie gewidmet, wenn es darum geht, was Wissenschaft ist, wie Wissenschaft funktioniert, welche erkenntnistheoretischen Standpunkte es gibt und was Wahrheit bedeutet. Gedanken zur Vorstellung gewonnener Erkenntnisse im Rahmen von Vortrag und Präsentation ergänzen die inhaltliche Auseinandersetzung.

MODULCODE
3BW-WWWS-10

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN

- **Wissenschaft und Wissenschaftstheorie:** Grundsätze guter wissenschaftlicher Arbeit und Plagiate – Wissenschaft als Tätigkeit – Institution und Ergebnis – System der Wissenschaften – Erkenntnistheoretische Grundpositionen – Begriffe und Konzepte: Wahrheit, Verstehen, These, Hypothese, Theorie
- **Akademisches Schreiben:** Textsorten: beabsichtigte Leserwirkung, sprachliche Mittel, Wörter, Sätze, Absätze

- **Arbeiten mit Fachtexten:** Lesen und Verstehen – Voraussetzungen des Lesens – Lesemethoden – mit Texten arbeiten
- **Thema und Themenformulierung:** Themenarten – Probleme erkennen – Themen finden
- **Exposé:** Forschungssteckbrief – Inhalt und Nutzen
- **Recherche:** systematisch Wissen gewinnen: Literaturstudium, Meta-Analyse, Schreibtischforschung, Feldforschung
- **Untergliedern:** Probleme strukturieren – MECEness – Logikbäume
- **Verständlich Formulieren:** Wissenschafts-, Alltags- und poetische Sprache – Window-Pane-Stil – Hamburger Verständlichkeitskonzept
- **Formalia:** Typische Bestandteile einer wissenschaftlichen Arbeit – äußere Form – Zitieren und Zitiertechnik – Quellen- und Materialnachweise

EMPIRISCHES ARBEITEN

- **Variablen und Operationalisierung von Variablen:** Theoretische Konstrukte – Datenniveaus – Bestimmung von Stichproben
- **Methoden der Datensammlung:** Fragebogen – Interviews – Tests – Experimente
- **Datenaufbereitung:** Datenstrukturen und Datensätze
- **Auswertung von Daten:** Statistik- und Analysesoftware

FALLSTUDIE UND FALLSTUDIENMETHODE

- **Einführung und Grundlagen:** Fallstudienforschung – Fallstudien – Fälle – Fallstudienarten: explorative, deskriptive und erklärende Fallstudien – Abgrenzung der Fallstudienforschung von alternativen Forschungsstrategien (z. B. Umfragen) – Anwendungsgebiete – Wahl einer Forschungsstrategie: Forschungsfrage, Möglichkeit der Einflussnahme bzw. Verhaltenskontrolle, Zeithorizont – Qualitativer Anspruch an Fallstudienprojekte und Qualitätsbewertung: Konstruktvalidität, interne Validität, externe Validität, Reliabilität
- **Methodische Aspekte und Fallstudienaufbau:** Verknüpfungslogik zwischen Forschungsfrage und erhobenen Daten – Grundtypen des Fallstudiendesigns – Kontextbedingungen, Fall, Analysegegenstand – Single Case Design – Multiple-Case Design – Hinweise zur Wahl geeigneter Fallstudiendesigns
- **Überlegungen zu Vorbereitungsarbeiten:** Individuelle Voraussetzungen: Mindset – Vorbereitung: Überlegungen zum Teilnehmerschutz und zur Konzeptdiskussion – Das Fallstudienprotokoll: Überblick, Datenerhebungsverfahren, Protokollfragen, Entwurfsskizze des Fallstudienberichts – Pilotstudie
- **Ausgewählte Datenquellen:** Dokumente – Archivmaterialien – Interviews – Beobachtungen – physische Objekte – Grundsätze der Datenerhebung: Quellenvielfalt und Triangulation, Fallstudiendatenbank, Beweiskette, Social-Media-Daten

- **Ausgewählte Aspekte der Datenanalyse:** Analysestrategie(n): An ursprünglichen Thesen orientieren, »Mit den Daten spielen«, Eine Fallbeschreibung entwickeln, Plausible konkurrierende Erklärungen prüfen – Analysetechniken: Mustervergleich – Erklärung finden (Ursache-Wirkungs-Kette) – Zeitreihenanalyse bzw. chronologische Entwicklungen – »Logikmodelle«
- **(Ergebnis-)Bericht:** Adressatengerechtigkeit – Die vorbildliche Fallstudie: Aussagekraft, Vollständigkeit, Berücksichtigung alternativer Interpretation(smöglichkeiten), Belegkraft, anspruchsvolle Gestaltung

DER WISSENSCHAFTLICHE VORTRAG

- Merkmale – Vortragsarten – Veranstaltungsarten – Vorbereitung – Phasen – Visuelle Hilfsmittel

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls beschreiben und erklären, was mit »wissenschaftlichem Arbeiten« gemeint ist. Sie kennen und verstehen die Arbeitsschritte im »Academic Paper Writing« und orientieren ihre Arbeitsweise eben daran. Sie kennen ausgewählte Methoden empirischer Arbeit und können diese überlegt auswählen und mit dem Ziel anwenden, Ihre Methodenkenntnis und -fertigkeit im Studienverlauf zu professionalisieren. Insbesondere kennen und verstehen sie die Fallstudienmethode; ebenso mit dem Ziel, Kenntnis und Fertigkeit in der Methode im Studienverlauf zu verfestigen und zu professionalisieren.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um wissenschaftliche Arbeitsprozesse und empirische Methoden umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien des wissenschaftlichen und empirischen Arbeitens haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, eigene wissenschaftliche Projekte zu entwerfen und orientiert an den Maßstäben und Gütekriterien akademischen Arbeitens zu realisieren. Dazu gehört das Finden eines bearbeitungsfähigen und -würdigen Themas, die Materialrecherche, die Problem-

analyse, die Ausdruck in der Themengliederung findet und die formal korrekte Verschriftlichung der Arbeitsergebnisse. Ihre Erkenntnisse gewinnen die Studierenden auf der Grundlage geeigneter empirischer Arbeitsmethoden, die sie bewusst ausgewählt haben.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren akademischen und beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Problem- und Aufgabenstellungen einzulassen und situativ angemessene Untersuchungskonzepte zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen wissenschaftlich-empirischer Arbeit Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen. Insbesondere können sie die Sinnhaftigkeit selbst entwickelter Themen- bzw. Projektvorschläge nachvollziehbar (kohärent), widerspruchsfrei (konsistent) und stringent (knapp, zielorientiert) darlegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Seminaristische Vorlesung	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Projektarbeit		5-10seitiges Exposé	theoriebegleitend	50
Präsentation	20		Ende der Theoriephase	50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Kornmeier, M. (neueste Auflage), Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht: Für Bachelor, Master und Dissertation, Haupt, Bern.

Kuzbari, R./Ammer, R. (neueste Auflage), Der wissenschaftliche Vortrag, Wien/New York.

Yin, R. K. (neueste Auflage), Case Study Research and Applications: Design and Methods, Los Angeles et al.

VERTIEFENDE LITERATUR

Bortz, J./Döring, N. (neueste Auflage): Forschungsmethoden und Evaluation in den Human- und Sozialwissenschaftlern, Berlin/Heidelberg.

Brühl, R. (neueste Auflage), Wie Wissenschaft Wissen schafft. Wissenschaftstheorie für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Konstanz/München.

Graßmann, T. (neueste Auflage), Verbindlicher Leitfaden für die Anfertigung und formale Gestaltung wissenschaftlicher (Haus-)Arbeiten an der Staatlichen Studienakademie Dresden, herausgegeben durch die Staatliche Studienakademie Dresden, Dresden.

Helfrich, H. (neueste Auflage), Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler, Springer Gabler, Wiesbaden.

Kruse, O. (neueste Auflage), Keine Angst vor dem leeren Blatt, Frankfurt/New York.

Kruse, O. (neueste Auflage), Kritisches Denken und Argumentieren. Eine Einführung für Studierende, Konstanz/München.

Kruse, O. (neueste Auflage), Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium, Konstanz.

Stary, J./Kretschmer, H. (neueste Auflage), Umgang mit wissenschaftlicher Literatur. Eine Arbeitshilfe für das sozial- und geisteswissenschaftliche Studium, Frankfurt am Main.

GESCHÄFTSMODELL- UND INNOVATIONSMANAGEMENT: THEORIE

Mit den Inhalten »Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellentwicklung« und »Innovations-, Wissens- und Erfahrungsmanagement« schafft das Modul die Grundlage für das Verständnis der Funktionslogik von Unternehmen in Handel und Industrie. Die entstehende mentale Landkarte ermöglicht sowohl im weiteren Studienverlauf als auch im Unternehmensalltag Orientierung in der Verortung von Themen und Funktionsbereichen. Die Inhalte der einzelnen Modulteile werden nachstehend kurz skizziert:

Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellentwicklung

Im Zentrum steht mit dem Konzept des Geschäftsmodells die Grundlogik eines Unternehmens, die Art und Weise, auf welche ein Unternehmen Nutzen für Kunden, Partner und Gesellschaft stiftet und wie der gestiftete Nutzen in Form von Umsätzen an ein Unternehmen zurückfließen kann. Der Schwerpunkt liegt auf den generischen Modellen von Gassmann et al. und Osterwalder/Pigneur, die im Detail besprochen und von verwandten Konzepten und Begriffen abgegrenzt werden. Weiterhin wird thematisiert, wie Digitalisierung bestehende Geschäftsmodelle verändert, was (Geschäftsmodell-)Disruption ist und welche neuen Geschäftsmodellkonzepte entstanden und am Entstehen sind.

Innovations-, Wissens- und Erfahrungsmanagement

Vermittelt werden gleichermaßen die Geisteshaltung der „Schöpferischen Zerstörung“ und des Innovationsmanagement als deren institutionalisierte Verankerung. Vor diesem Hintergrund geht es um Wesen und Merkmale der Innovation, wird für deren Managementrelevanz sensibilisiert und aufgezeigt, wie Innovationen geplant, entwickelt und umgesetzt werden und damit zur Neu- und/oder Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen beitragen. Dabei werden Innovation und Innovationsmanagement zum Wissens- und Erfahrungsmanagement in Beziehung gesetzt.

MODULCODE
3BW-GMINM-10

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

GESCHÄFTSMODELLE UND GESCHÄFTSMODELLENTWICKLUNG

- **Geschäftsmodell:** Konzept - Abgrenzung von Businessplan und Strategie – Dimensionen – Arten
- **Geschäftsmodellkonzept nach Gassmann, Frankenberger, Csik:** Das „Wer-Was-Wie-Wert-Modell“
- **Geschäftsmodellentwicklung nach Gassmann, Frankenberger und Csik:** Der St. Galler Business Model Navigator
- **Geschäftsmodellkonzept nach Osterwalder, Pigneur:** Der Business-Model-Canvas
- **Geschäftsmodellentwicklung nach Osterwalder, Pigneur:** Customer Insights – Ideenbildung – Visuelles Denken – Prototypen – Geschichten erzählen – Szenarios
- **Wandel von Geschäftsmodellen** durch Digitalisierung und Digitale Transformation – Disruption
- **Plattform-Geschäftsmodelle:** Aufbau – Netzwerkeffekte – Kernbestandteile
- Heuristische **Beurteilung von Geschäftsmodellen**
- Exemplarisch-vergleichende **Diskussion der Geschäftsmodelle ausgewählter Unternehmen** aus Handel oder Industrie und Bewertung potentieller Vor- und Nachteile der realisierten Modelle

INNOVATIONSMANAGEMENT

- **Innovation(en) verstehen:** Innovationsbegriff – Innovationscharakteristika – Innovationsakteure – Innovationsziele
- **Innovationsarten:** Produktinnovation – Prozessinnovation – marktmäßige Innovation – Geschäftsmodellinnovation – strukturelle Innovation – kulturelle Innovation
- **Innovationsdimensionen:** inhaltliche Dimension – Intensitätsdimension – subjektive Dimension – prozessuale Dimension – normative Dimension
- **Gesellschaftliche Bedeutung von und Rahmenbedingungen für Innovationen:** Kondratieff-Zyklen – Wissenswettbewerb – Zeitwettbewerb – Hightech-Strategie – Innovationsklima – Innovationssindikatoren
- **Quellen für Innovationen:** Innovationsauslöser – Suchfeldgenerierung – Ideensammlung – Ideengenerierung – interne und externe Innovationsquellen
- **Erfolg und Misserfolg von Innovationen:** Gründe des Scheiterns von Innovationen – Bedingungen des Erfolgs von Innovationen
- **Innovation als Managementaufgabe:** Innovationsmanagement – Innovationsstrategien und deren strukturelle Konsequenzen – organisatorische (Aus-)Gestaltung der Innovationsaktivitäten

- **Gestaltungsfelder für Innovationsfähigkeit:** Markt, Unternehmenskultur, Unternehmensstrategie, Unternehmensorganisation, Mitarbeiter und Führungskräfte, Innovationsmanagement, Schutz von Innovationen
- **Innovationsmanagement als Management des Wandels:** Das Neue und seine Feinde, omniso-phisches Dreieck und Innovationsakteure
- **Erfahrungs- und Wissensmanagement:** Bezüge zu Innovation und Innovationsmanagement

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Geschäftsmodellmanagement

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden das Konzept des Geschäftsmodells differenziert beschreiben, erklären und von verwandten Konzepten abgrenzen. Sie kennen die Komponenten eines Geschäftsmodells und verstehen deren aufeinander bezogenes Zusammenwirken als mehrwertstiftende Teile eines Ganzen. Sie sind dazu in der Lage, ihr erlangtes Wissen für die Analyse und Beurteilung vorhandener und die Komposition neuer Geschäftsmodelle zu verwenden.

Innovationsmanagement

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden beschreiben und erklären, was Innovationsmanagement ist und wie Innovationsmanagement funktioniert. Sie kennen und verstehen die Möglichkeiten und auch die Grenzen aktiven Innovationsmanagements. Sie können Instrumente des Innovationsmanagements nennen, beschreiben und erklären. Sie wissen, in welcher Verbindung Innovationsmanagement zu anderen Managementinstrumenten, insbesondere denen des Erfahrungs- und Wissensmanagements, steht. Sie sind in der Lage, ihr erlangtes Wissen für die betriebswirtschaftliche Analyse und Beurteilung der Art und Weise zu nutzen, wie Unternehmen das Entstehen und die Realisation von Innovationen fördern und begleiten können. Sie können einfache konzeptionelle Vorschläge für die Gestaltung des Innovationsmanagements und der Innovationsatmosphäre in Unternehmen entwickeln

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um Geschäftsmodelle von Unternehmen und um das Management von Innovationen umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkrouinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen über die Gestaltung oder notwendige Veränderung von Geschäftsmodellen oder zum Management von Innovationen zu gelangen. Sie denken selbstständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Konzepten der Gestaltung neuer oder Beurteilung vorhandener Geschäftsmodelle von Unternehmen und des betriebswirtschaftlichen Innovationsmanagements haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellentwicklung. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, konstitutive und operative Grundprobleme der Geschäftsmodellentwicklung zu analysieren und Lösungsvorschläge für eigene Herausforderungen zu erarbeiten. Sie nutzen grundlegende Geschäftsmodell-Muster im Sinne der Analyse, Interpretation und Gestaltung von eigenen und fremden Geschäftsmodellen und Ideen.

Innovations-, Wissens- und Erfahrungsmanagement. Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, konstitutive und operative Grundprobleme des Innovationsmanagements zu analysieren, zu beurteilen und Vorschläge für die Ausgestaltung systematischen Innovationsmanagements im Unternehmen zu erarbeiten

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen um Geschäftsmodelle und deren Entwicklung sowie Innovations-, Wissens- und Erfahrungsmanagement in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf unterschiedliche Situationen im Arbeitsalltag einzustellen und jeweils angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen der Geschäftsmodellgestaltung und -entwicklung sowie des Innovationsmanagements mit Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden zu diskutieren und diese schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Geschäftsmodelle und Geschäftsmodellentwicklung	Vorlesung	22
	Seminar/Projekt	26
Innovations-, Wissens- und Erfahrungsmanagement	seminaristische Vorlesung	48
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72
ARBEITSAUFWAND GESAMT		240

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Präsentation	20		Während der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Uwe Wetterau
uwe.wetterau@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Gassmann, O./Frankenberger, K./Csik, M. (neuste Auflage), Geschäftsmodelle entwickeln. 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator, München.

Jones, G. R. /Bouncken, R. B. (neueste Auflage), Organisation. Theorie, Design und Wandel, München.

Osterwalder A./Pigneur Y. (neuste Auflage), Business Model Generation – Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt am Main.

Ries, E. (neueste Auflage), Lean Startup. Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, München.

Vahs, D./Brem, A. (neueste Auflage), Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, Stuttgart.

VERTIEFENDE LITERATUR

Anderson, C. (neuste Auflage), The Long Tail. Der lange Schwanz: Nischenprodukte statt Massenmarkt. Das Geschäft der Zukunft, München.

Benraouane, S. A./Harrington, H. J. (neueste Auflage), Using the ISO 56002 Innovation Management System. A Practical Guide for Implementation and Building a Culture of Innovation, Milton.

Bieger, Th./Knyphausen-Aufseß, D. zu/Krys, Ch. (Hrsg.) (neueste Auflage), Innovative Geschäftsmodelle. Konzeptionelle Grundlagen, Gestaltungsfelder und unternehmerische Praxis, Berlin/Heidelberg.

Christensen, C. M. et al. (neueste Auflage), The Innovator's Dilemma. Warum etablierte Unternehmen den Wettbewerb um bahnbrechende Innovationen verlieren, München.

Christensen, C. M. et al. (neueste Auflage), The Innovator's Solution. Warum manche Unternehmen erfolgreicher wachsen als andere, München.

Christensen, C. M./Raynor, M./McDonald, R. (neueste Auflage), Was ist disruptive Innovation?, in: Harvard Business Manager, 08/2020, S. 40-51.

Dueck, G. (neueste Auflage), Das Neue und seine Feinde. Wie Ideen verhindert werden und wie sie sich trotzdem durchsetzen, Frankfurt/New York.

Hauschild, J./Salomo, S. (neueste Auflage), Innovationsmanagement, München.

Hoffmeister, C. (neueste Auflage): Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen, München.

Parker, G. G./Alstyne, M. W. v./Choudary, S. P. (neueste Auflage), Die Plattform-Revolution. Von Airbnb, Uber, PayPal und Co. Lernen: Wie neue Plattform-Geschäftsmodelle die Wirtschaft verändern. Methoden und Strategien für Start-ups und Unternehmen, Frechen.

Pillkahn, U. (neueste Auflage), Die Weisheit der Roulettekugel. Innovation durch Irritation, Erlangen.

Schultz, Ch. (neueste Auflage), Theorie der disruptiven Innovation, in: WiST – Das wirtschaftswissenschaftliche Studium, Jg. 48, S. 4-11.

MATHEMATIK FÜR WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLER

In diesem Modul erwerben die Studierenden grundlegende mathematische Kompetenzen in den Gebieten Analysis, lineare Algebra, lineare Optimierung und Finanzmathematik, die auf die Erfordernisse der Wirtschaftswissenschaften zugeschnitten sind.

MODULCODE
3BW-WIMA-10

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Kenntnisse im Niveau Grundkurs Mathematik allgemeine Hochschulreife
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

WIRTSCHAFTSMATHEMATIK

- **Mathematische Grundlagen:** Mengen – Summen – Potenzen und Logarithmen – Funktionen in einer und mehreren Variablen
- **Lineare Algebra:** Grundlagen der Matrizen- und Vektorrechnung und ihre Anwendung – Lineare Gleichungssysteme und ihre Anwendung
- **Lineare Optimierung:** Modellierung – Lösungsverfahren (grafisch, Idee Simplexverfahren)
- **Analysis:** Funktionen zur Modellierung realer Sachverhalte – Eigenschaften reeller Funktionen – Differentialrechnung für Funktionen einer Variablen – Anwendung der Analysis bei ökonomischen Funktionen, z.B. Gewinnschwelle und Gewinngrenze, Wachstumsmodellierung, Extremstellen: Gewinnmaximum, Kostenminimum

FINANZMATHEMATIK

- **Mathematische Grundlagen zur Modellierung finanzwirtschaftlicher Fragestellungen:** Darstellung und Eigenschaften von (arithmetischen und geometrischen) Folgen – Darstellung und Eigenschaften von Partialsummen und Reihen
- **Zinsrechnung:** Zinsbegriff – Zinsarten – Verzinsung – Zinsmodelle
- **Rentenrechnung:** Rentenbegriff – Rentenarten – Renditeberechnung
- **Tilgungsrechnung:** Erstellen eines Tilgungsplanes

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden erweitern ihre Kenntnisse der Analysis, der linearen Algebra und der linearen Optimierung, um damit vielfältige wirtschaftswissenschaftliche Probleme beschreiben zu können. Darüber hinaus verbreitern sie ihr Wissen auf Grundbegriffe der Finanzmathematik.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihr Wissen in der mathematischen Modellierung komplexer ökonomischer Zusammenhänge. Sie können ausgewählte ökonomische Anwendungen der genannten Themengebiete erläutern. Sie können die Zusammenhänge zwischen den erlernten mathematischen Konzepten erklären.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können ökonomische Probleme in ihrem Fachgebiet mittels mathematischer Modelle beschreiben. Sie sind in der Lage, (1) Eigenschaften der Modelle zu analysieren, (2) mithilfe der Modelle Lösungen zu konkreten Fragestellungen zu berechnen und (3) ihre Ergebnisse im ökonomischen Kontext zu interpretieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind fähig, mathematische Informationen unter Berücksichtigung der relevanten Einflussgrößen kritisch auf deren Aussagekraft hin zu überprüfen. Sie sind in der Lage, sich auf Basis ihrer Kenntnisse weiterführende mathematische Literatur zu erschließen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können den Prozess der mathematischen Modellbildung einem sachkundigen Dritten erläutern. Sie sind in der Lage, ihre Lösungswege und die Interpretation der Ergebnisse argumentativ schlüssig darzustellen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Seminar/Übung	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Daniel Tillich
daniel.tillich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Vorlesungsmaterialien der Lehrenden (z.B. Skript, Foliensatz),
Formelsammlung (siehe Basisliteratur), Taschenrechner.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR
BASISLITERATUR

Luderer, B., Nollau, Veters, K. (neueste Auflage): Mathematische Formeln für Wirtschaftswissenschaftler. Wiesbaden.

Merziger, G., Mühlbach, G., Wille, D., Wirth, Th. (neueste Auflage): Formeln und Hilfen zur höheren Mathematik. Barsinghausen.

Schwarze, J. (neueste Auflage), Elementare Grundlagen der Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne.

Schwarze, J. (neueste Auflage), Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler Band 1, 2 und 3. Herne.

Tietze, J. (neueste Auflage), Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik. Das praxisnahe Lehrbuch – inklusive Brückenkurs für Einsteiger, Berlin.

Tietze, J. (neueste Auflage), Einführung in die Finanzmathematik. Klassische Verfahren und neuere Entwicklungen: Effektivzins- und Renditeberechnungen, Investitionsrechnung, Derivate Finanzinstrumente, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Schwarze, J. (neueste Auflage), Aufgabensammlung zur Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne.

Sydsæter, K./Hammond, P. J./Strøm, A./Carvajal, A. (neueste Auflage), Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler. Basiswissen mit Praxisbezug, Hallbergmoos.

Tietze, J. (neueste Auflage), Übungsbuch zur angewandten Wirtschaftsmathematik: Aufgaben, Testklausuren und Lösungen, Wiesbaden.

Tietze, J. (neueste Auflage), Übungsbuch zur Finanzmathematik: Aufgaben, Testklausuren und ausführliche Lösungen, Wiesbaden.

VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE

Die Studierenden erlangen volkswirtschaftliches Grundwissen, welches sie befähigt, betriebswirtschaftliche Fragestellungen aus volkswirtschaftlicher Sicht zu analysieren und zu beurteilen. Im 2. Semester untersuchen sie aus mikroökonomischer Perspektive das Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie deren Interaktion auf einzelnen Märkten. Sie erfassen ferner die Grundlagen der Wettbewerbspolitik und analysieren die Wirkung von Preiskontrollen, Steuern und Subventionen auf das Marktergebnis. Im 3. Semester erweitern die Studierenden ihr Verständnis um die makroökonomische Perspektive, d. h. die gesamtwirtschaftlichen Zusammenhänge von Produktion, Zinsen, Inflation und Arbeitslosigkeit. Zudem untersuchen sie die Wirkung der Fiskal- und Geldpolitik auf das gesamtwirtschaftliche Produktionsniveau und damit verbunden die Masseneinkommen. Die Veranstaltung legt den Fokus auf die Konjunkturtheorie in der kurzen bis mittleren Frist.

MODULCODE
3BW-VWL-23

MODULTYP
Pflichtmodulteil Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. und 3. Semester

DAUER
2 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler ([3BW-WIMA-10](#)).
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

GRUNDLAGEN DER VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE

- **Gegenstand, Aufgaben und Methoden der Volkswirtschaftslehre**
- **Grundprobleme der Allokation:** Ökonomisches Prinzip – Güterknappheit – Produktion und Produktionsfaktoren – Produktionsmöglichkeiten

- **Wirtschaftsordnungen und Wirtschaftssysteme; Wirtschaftsordnung in Deutschland**

MIKROÖKONOMIE

- **Haushaltstheorie:** Präferenzen – Indifferenzkurven – Budgetbeschränkung – Konsumententscheidung – Marktnachfrage
- **Unternehmenstheorie:** Produktionstechnologien – Isoquanten – Kostenfunktionen – Produktionsentscheidung – Marktangebot
- **Wettbewerbsmarkt:** Eigenschaften – Marktgleichgewicht – Veränderungen des Marktgleichgewichts (Komparative Statik) – Elastizitäten – Effizienz (Wohlfahrtsökonomik)
- **Unternehmensverhalten bei beschränktem Wettbewerb:** Monopol – monopolistische Konkurrenz – Oligopol
- **Marktversagen und Staatseingriffe:** Ursachen für Marktversagen – Wettbewerbspolitik – Preiskontrollen, Steuern und Subventionen in vollkommenen und unvollkommenen Wettbewerbsmärkten

MAKROÖKONOMIE

- **Bruttoinlandsprodukt, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen und Wirtschaftskreislauf**
- **Gütermarkt und Fiskalpolitik:** Gesamtwirtschaftliche Nachfrage – Keynesianisches Kreuz – Staatsausgaben- und Steuermultiplikator
- **Geldmarkt und Geldpolitik:** Funktionen des Geldes – Geldangebot und Geldnachfrage – die EZB und ihre geldpolitischen Instrumente
- **Finanzmärkte:** Funktionen des Finanzsystems – Markt für Zentralbankgeld – Interbankenmarkt – Kreditmarkt – Anleihemarkt – Aktienmarkt – Zusammenhänge zwischen den Finanzmärkten
- **IS-LM-Modell:** Interaktion von Güter- und Finanzmärkten – kurzfristige Wirkungen der Fiskal- und Geldpolitik
- **Überblick Arbeitsmarkt und Arbeitsmarktpolitik:** Arbeitslosigkeit – Bestimmungsgrößen der Arbeitslosigkeit – Arbeitsmarktpolitische Instrumente
- **Mittlere Frist (IS-LM-PC-Modell):** Inflation – Phillipskurve – Interaktion von Güter-, Finanz- und Faktormärkten in der kurzen und der mittleren Frist – mittelfristige Wirkungen der Fiskal- und Geldpolitik
- **Internationale Makroökonomie (Mundell-Fleming-Modell):** Devisenmarkt und Wechselkurse – Zahlungsbilanz – Interaktion von inländischen und ausländischen Güter- und Finanzmärkten – Wirkungen der Fiskal- und Geldpolitik im In- und Ausland

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden die volkswirtschaftliche Betrachtungsweise ökonomischer Probleme und kennen ihre Beziehungen und Unterschiede zur betriebswirtschaftlichen Perspektive. Sie kennen die zentralen volkswirtschaftlichen Kennzahlen, Modelle und Methoden, um auf einzelwirtschaftlicher Ebene das Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie auf gesamtwirtschaftlicher Ebene die Funktionsweise und Wechselbeziehungen wichtiger volkswirtschaftlicher Teilmärkte zu beschreiben und zu erklären. Ferner können sie anhand geeigneter Modelle die Wirkungsweisen der Wirtschaftspolitik (mikroökonomisch: Wettbewerbspolitik, Preiskontrollen, Steuern und Subventionen; makroökonomisch: Fiskal- und Geldpolitik) beschreiben und aktuelle wirtschaftspolitische Vorschläge kritisch beurteilen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre Fähigkeiten zum ökonomischen Denken sowie ihr Verständnis marktwirtschaftlicher Prozesse und der Wirtschaftspolitik, indem sie ihr Wissen fortlaufend in Fallbeispielen auf aktuelle wirtschaftspolitische Diskussionen anwenden. Ferner lernen die Studierenden in der Mikroökonomie die wesentlichen Bestimmungsfaktoren von Angebot, Nachfrage, Gleichgewichtspreis und -menge in einem Markt kennen. In der Makroökonomie erweitern und vertiefen sie ihr Verständnis über diese Faktoren, indem sie sie als Bestandteil bzw. Ergebnis gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge begreifen.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Beobachtungen im ökonomischen Kontext zu rationalisieren, das Verhalten von Marktakteuren in Was-wäre-Wenn-Analysen (Komparative Statik) treffend vorherzusagen, sowie die Schlüssigkeit von wirtschaftspolitischen Konzepten kritisch zu beurteilen, indem sie die für eine Fragestellung geeigneten Modelle identifizieren und diese Modelle unter Zuhilfenahme der erworbenen methodischen Kenntnisse selbstständig auf die Fragestellung anwenden. Darüber hinaus können sie gesamtwirtschaftliche oder branchenbezogene Kennzahlen im Rahmen von umweltbezogenen Situationsanalysen einordnen und durch Anwendung geeigneter volkswirtschaftlicher Modelle das unternehmerische Umfeld auf einzel- bzw. gesamtwirtschaftlicher Ebene analysieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können betriebswirtschaftliche Fragestellungen in den volkswirtschaftlichen Rahmen einordnen. Sie identifizieren unter Zuhilfenahme von aktueller Literatur die für eine Fragestellung relevanten Informationen, arbeiten diese wissenschaftlich auf und interpretieren sie unter Einbeziehung der volkswirtschaftlichen Sichtweise. Aus ihren Ergebnissen leiten sie wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen bzw.

Implikationen für die unternehmerische Praxis ab und unterstützen damit die Formulierung von Handlungsempfehlungen. Ferner können sie Medienberichte im Kontext der volkswirtschaftlichen Modelle kritisch reflektieren und situationsbezogen die Implikationen für die unternehmerische Praxis einschätzen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können zu volkswirtschaftlichen Fragestellungen eine eigene Position formulieren und ihren Standpunkt in der Diskussion vertreten. Sie formulieren adressatengerecht und präzise, argumentieren vor dem Hintergrund der gegebenen Problemkomplexität nachvollziehbar, strukturiert und logisch konsequent, können vom Wesentlichen abstrahieren, und leiten selbstständig eigene Handlungsempfehlungen für die unternehmerische Praxis ab.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Mikroökonomie	seminaristische Vorlesung mit Übung	48
Makroökonomie	seminaristische Vorlesung mit Übung	48
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72
ARBEITSAUFWAND GESAMT		240

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	180		Ende des 3. Theoriemoduls.	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Michael Weber
michael.weber@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

- Blanchard, O./Illing, G. (neueste Auflage), Makroökonomie, München.
- Mankiw, G. (neueste Auflage), Makroökonomik: Mit vielen Fallstudien, Stuttgart.
- Mankiw, G./Taylor, M. (aktuelle Ausgabe): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart.
- Mankiw, G./Taylor, M. (aktuelle Ausgabe): Economics, Boston.
- Pindyck, R. S./Rubinfeld, D. L. (aktuelle Ausgabe): Mikroökonomie, Hallbergmoos.
- Pindyck, R. S./Rubinfeld, D. L. (aktuelle Ausgabe): Microeconomics, Boston.

VERTIEFENDE LITERATUR

- Brümmerhoff, D./Grömling, M. (neueste Auflage), Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Berlin/Boston.
- Hagen, T./Klüh, U./Sauer, S. (neueste Auflage), Makroökonomie – Das Übungsbuch, Hallbergmoos.
- Hamilton, J. H./Suslow, V. Y.: Übungen zur Mikroökonomie, Hallbergmoos.
- Herrmann, M. (aktuelle Ausgabe): Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart.
- Issing, O. (neueste Auflage), Einführung in die Geldtheorie, München.
- John, K. (neueste Auflage), Arbeitsbuch Makroökonomik, Stuttgart.
- Piekenbrock, D./Henning, A. (aktuelle Ausgabe): Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomie, Berlin/Heidelberg.
- Varian, H. (aktuelle Ausgabe): Grundzüge der Mikroökonomik, Berlin/Boston.

Fallstudien und Forschungspublikationen:

- Deutsche Bundesbank, Regelmäßige Veröffentlichungen im Internet. www.bundesbank.de
- Europäische Zentralbank, Regelmäßige Veröffentlichungen im Internet. www.ecb.eu
- WISU. DAS WIRTSCHAFTSSTUDIUM, Zeitschrift für Ausbildung, Examen, Berufseinstieg und Fortbildung (aktuelle Themen aus den Sektionen „WISU Kompakt“ und „Volkswirtschaftslehre“)
- Aktuelle Publikationen führender deutscher Wirtschaftsforschungsinstitute (z.B. DIW – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung Berlin, ifo Institut für Wirtschaftsforschung München und Dresden, ifW – Institut für Weltwirtschaft Kiel, IW – Institut der deutschen Wirtschaft Köln, IWH – Institut für Wirtschaftsforschung Halle, RWI - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Essen, ZEW – Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung Mannheim)

BUCHFÜHRUNG UND UNTERNEHMENSBESTEUERUNG

In der Veranstaltung werden grundlegende Kenntnisse der kaufmännischen Buchführung behandelt und ein Überblick über die für Unternehmen relevanten Steuerarten gegeben.

MODULCODE
3BW-BUUB-20

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

BUCHFÜHRUNG

- **Ordnungsrahmen:** Buchführung als Bestandteil des betrieblichen Rechnungswesens – Gesetzliche Grundlagen und Zwecke der Buchführung – System der Doppik – Adressaten und Funktionen
- **Inventar und Inventur:** Begriffsdefinition und -abgrenzung – Inventurvarianten/-formen
- **Buchen laufender Geschäftsvorfälle:** Buchungssätze – Konten
- **Jahresabschlussvorbereitung:** Jahresabschlussbestandteile – Jahresabschlussbuchungen

ÜBERBLICK ÜBER DIE BETRIEBLICHE BESTEUERUNG

- **Umsatzsteuer:** Nettoallphasenprinzip (mit Vorsteuerabzug) – Grundsachverhalt: Inländische Warenlieferung
- **Ertragsbesteuerung:** Systematik – Einkommensteuer, Gewerbesteuer, Körperschaftsteuer – Gewinnermittlung und Tarifierung

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden lernen Aufgaben, Organisation und Prozessabläufe im externen Rechnungswesen sowie die für Unternehmen relevanten Steuerarten in ihren Grundzügen kennen. Sie kennen die gesetzlichen Vorschriften und die Systematik der doppelten Buchführung. Sie erlernen die sachlich und rechnerisch richtige Erfassung von grundlegenden Geschäftsvorfällen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen ihre allgemeinen Kenntnisse über die Wertschöpfungsprozesse im Unternehmen, da der Buchführung eine Dokumentations- und Abbildungsfunktion hinsichtlich der finanziellen Aspekte der Prozesse zukommt. Zudem werden die Geschäfts- und Informationsbeziehungen zu Adressaten bzw. Stakeholdern besser verstanden.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden beherrschen die Technik der doppelten Buchführung. Auf Basis von typischen Geschäftsvorfällen können sie die erforderlichen Buchungen ordnungsmäßig erfassen sowie deren sachliche und rechnerische Richtigkeit beurteilen. Sie können steuerliche Folgen unternehmerischen Handels vereinfacht quantifizieren und begreifen die Unternehmensbesteuerung als eine Einflussgröße für unternehmerische Entscheidungen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden kennen die handelsrechtlichen Vorschriften zur buchhalterischen Erfassung der grundlegenden betrieblichen Vorgänge. Sie können das Rechnungswesen als spezielle funktionale BWL von anderen Teilgebieten dieses Faches abgrenzen. Sie kennen die Systematik der deutschen Unternehmensbesteuerung.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die von ihnen durchgeführten Buchungen zu erklären und können fachliche Dialoge zu typischen Geschäftsfällen des Unternehmens führen. Die Studierenden kennen und verstehen die relevanten Termini der Fachsprache.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Am Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Holm Krüger
holm.krueger@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Döring, U./Buchholz, R. (neueste Auflage), Buchhaltung und Jahresabschluss, Berlin.

Wehrheim, M./Fross, I. (neueste Auflage), Grundzüge der Unternehmensbesteuerung, München.

VERTIEFENDE LITERATUR

Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W. (neueste Auflage), Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart.

Falterbaum, H. et al. (neueste Auflage), Buchführung und Bilanz, Achim.

Horschitz, H. et al. (neueste Auflage), Bilanzsteuerrecht und Buchführung, Stuttgart.

Scheffler, W. (neueste Auflage), Besteuerung von Unternehmen I. Ertrag-, Substanz- und Verkehrssteuern, Heidelberg.

Schneeloch, D./Meyering, St., Patek, G. (neueste Auflage), Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Band 1: Grundlagen der Besteuerung, Ertragsteuern, München.

STATISTIK, BIG DATA UND DATA SCIENCE IN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

Im Zentrum des Moduls stehen grundlegende Konzepte der Statistik: Inhalte und Methoden der beschreibenden Statistik und der Wirtschaftsstatistik werden vorgestellt, diskutiert und angewandt. Darüber hinaus wird die Verbindung von Statistik zu Big Data und insbesondere Data Science aufgezeigt und diskutiert. Inhalte, Statistik als zentrale Komponente des Data Science, Data-Science-Prozess und Einsatzfelder des Data Science im Handel oder in der Industrie werden besprochen, um die Studierenden theoriegeleitet für die praktischen Potentiale des Data Science zu sensibilisieren.

MODULCODE
3BW-SBDDS-20

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Kenntnisse auf Niveau Grundkurs allgemeine Hochschulreife und Modul: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (3BW-WIMA-10).
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

BESCHREIBENDE STATISTIK UND WIRTSCHAFTSSTATISTIK

- **Grundlagen der Datenerhebung:** Klassifikation von Daten und Merkmalen, Skalenniveau
- **Auswertung eindimensionaler Daten:** Darstellungsmöglichkeiten – Kennzahlen univariater Verteilungen
- **Auswertung mehrdimensionaler Daten:** Darstellungsmöglichkeiten – Korrelationsanalyse – Regressionsanalyse

- **Zeitreihenanalyse:** Grundbegriffe, Modellierung – Wachstumsfaktor, Wachstumsrate – Indexzahlen: Preisindex, Aktienindex

BIG DATA UND DATA SCIENCE

- **Begriff und Konzept:** Datenanalytisches Denken – Data Science – Teilbereiche des Data Science: z. B. Data Mining, Deep Learning, Big Data
- **Statistik als zentrale Komponente des Data Science:** Für Data Science notwendige Statistik wie Regressionsanalyse, Wahrscheinlichkeitsrechnung – Anwendungsbeispiele in Handel und Industrie
- **Big Data:** Überblick über themenrelevante Problemstellungen – Sichtung von Hadoop und Apache Spark und von deren Einsatzfeldern
- **Überblick über den Data-Science-Prozess gewinnen:** Frage (Hypothese) formulieren – Daten erfassen – Daten aufbereiten/bereinigen – Daten analysieren – Ergebnisse präsentieren Geschäftsentscheidung fällen – Geschäftsentscheidung kommunizieren
- **Daten-Visualisierung:** ggplot in R – Erkenntnisse aus Datenmengen vermitteln – Anwendungsfelder unterschiedlicher Darstellungsmethoden
- **Sichten und bewerten von Productivity Tools:** z. B. Unix, Git, R Studio
- **Einsatzfelder und Bewertung von Programmiersprachen im Data Science:** R - Python
- **Rollen im Data Science, Berufs- und Anwendungsfelder, Use Cases:** Data Scientist, Data Engineer, Data Analyst in Handel und Industrie

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden grundlegende Konzepte der beschreibenden Statistik und der Wirtschaftsstatistik benennen, beschreiben, erklären und anwenden. Sie kennen die Voraussetzungen für die Anwendung statistischer Methoden zur Datenanalyse und sind in der Lage, statistische Informationen aus Alltag und betrieblicher Praxis kritisch zu überprüfen sowie, dort, wo möglich und nötig, Vorschläge zu deren verbesserter Aufbereitung zu unterbreiten. Darüber hinaus wissen sie, was Data Analysis ist und können die Statistik im Allgemeinen und Methoden der beschreibenden Statistik im Besonderen als bedeutsame Komponente des Data Science benennen und erklären. Sie kennen den Data Science-Prozess, je branchentypische, bereits existierende, aber auch denkbare Einsatzfelder. Sie verstehen das (betriebs-)wirtschaftliche Potential des Data-Science.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um Inhalte und Methoden deskriptiver Statistik, der Wirtschaftsstatistik und des Data Science umzugehen. In

Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Fragestellungen sind sie in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Methoden beschreibender Statistik, der Wirtschaftsstatistik und des Data Science haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Wirtschaftsprozesse mit mathematisch-statistischen Verfahren zu beschreiben, erhobene Daten mit Hilfe von Methoden der Informationsveranschaulichung und Informationsverdichtung zu analysieren und ihre Ergebnisse im ökonomischen Kontext zu interpretieren und zu beurteilen. Nach Abschluss des Moduls können sie ausgewählte statistische Inhalte, Methoden und Verfahren gedanklich in Unternehmen übertragen und ggf. operationalisierbare Gestaltungsempfehlungen entwickeln und umsetzen. Sie kennen, beschreiben und erklären die Konzepte des Big Data und des Data Science. Sie können den Data Science Prozess erklären und dessen Relevanz innerhalb der sich abzeichnenden datengetriebenen Wirtschaft im Allgemeinen und im eigenen Unternehmen im Besonderen einschätzen. Sie kennen, beschreiben und erklären ausgewählte Anwendungsbereiche und verstehen den Zusammenhang mit dem Arbeitsgebiet der Statistik

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind fähig, sich auf Basis ihrer Kenntnisse weiterführende Fachliteratur zur Statistik zu erschließen. Die Studierenden sind damit in der Lage, die erworbenen Fähigkeiten in fundierter empirischer wissenschaftlicher Arbeit umzusetzen und aussagekräftige Ergebnisse zu erzeugen, aus denen Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können. Ebenso verstehen die Studierenden die Verbindung zwischen Big Data, Data Science und Statistik. Sie können in dem sich dynamisch entwickelnden Wissensgebiet und insbesondere seinen je branchenspezifischen Anwendungsfeldern Orientierung finden und die Entwicklung mit der eigenen Unternehmenspraxis in Verbindung setzen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können die zur Problemlösung angewandten statistischen Methoden und Konzepte nachvollziehbar und widerspruchsfrei Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten oder Kunden schriftlich oder mündlich darlegen. Sie sind in der Lage, ihre Lösungswege und Resultate sowie deren Interpretation schlüssig darzustellen. Ebenso können sie ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen des Data Science schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darlegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop Statistik	32
Vorlesung/Übung/Workshop Big Data und Data Science	16
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Daniel Tillich
daniel.tillich@ba-sachsen.de

Diplom-Kaufmann (FH) Jens Pickert, M.A.
jens.pickert@ba-sachsen.de

Tom Suckut, M.Sc.
tom.suckut@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M. (neueste Auflage), Statistik. Eine Einführung für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, Berlin/Boston.

Kaufmann, U. H./Tan, A. B. C. (neueste Auflage), Data Science für Einsteiger. Daten analysieren, interpretieren und richtige Entscheidungen treffen, München.

Mittag, H.-J. (neueste Auflage), Statistik. Eine Einführung mit interaktiven Elementen, Berlin.

Mosler, K./Schmid, F. (neueste Auflage), Beschreibende Statistik und Wirtschaftsstatistik, Berlin/Heidelberg: Springer.

Schwarze, J. (aktuelle Ausgabe), Grundlagen der Statistik, Band 1: Beschreibende Verfahren, Herne.

VERTIEFENDE LITERATUR

Aust, H. (neueste Auflage), Das Zeitalter der Daten. Was Sie über Grundlagen, Algorithmen und Anwendungen wissen sollten, Berlin.

Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M. (neueste Auflage), Statistik-Arbeitsbuch. Übungsaufgaben-Fallstudien-Lösungen, Berlin/Boston.

Ng, A./Soo, K. (neueste Auflage), Data Science – was ist das eigentlich?! Algorithmen des maschinellen Lernens verständlich erklärt, Berlin.

Provost, F./Fawcett, T. (neueste Auflage), Data Science für Unternehmen: Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden, Frechen.

Seiter, M. (neueste Auflage), Business Analytics. Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen, München.

Schwarze, J. (aktuelle Ausgabe), Aufgabensammlung zur Statistik, Herne.

SERVICE DESIGN

Ausgehend von dem Befund, dass es kein Produkt gibt, bei dem nicht Dienstleistungen und keine Dienstleistung, bei der nicht auch materielle Komponenten eine Rolle spielen, steht die gleichzeitige Gestaltung materieller und immaterieller Aspekte von Dienstleistungen im Allgemeinen und von branchenspezifischen Dienstleistungen im Besonderen im Zentrum der Veranstaltung. Es geht um den methodengeleiteten, systematischen Entwurf von »Lösungen« für sog. Produkt-Dienstleistungs-Einheiten. Dafür werden in der Veranstaltung die theoretischen Grundlagen diskutiert, charakteristische Methoden besprochen und im Rahmen erster eigener Service-Design-Versuche unter Anleitung angewandt.

MODULCODE
3BW-SEDE-30

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10) bzw. Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement (3BW-GMINM-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des zweiten Praxismoduls darüber, welche Services es in ihren Partnerunternehmen gibt und wie diese entwickelt werden. Werden Serviceleistungen von einer Unternehmenszentrale vorgegeben, machen Sie geeignete Ansprechpartner ausfindig und informieren sich dort.

LERNINHALTE

SERVICE DESIGN UND PERSPEKTIVEN DES SERVICE DESIGN

- **Service, Service Design und Service-Dominant Logic**
- **Service Design als Geisteshaltung und Service Design Prinzipien:** Innovation von Menschen für Menschen – divergentes und konvergentes Denken kombinieren – oft und früh scheitern – Prototypen gestalten, die erlebbar sind – frühzeitig mit Kunden testen – Design hört nie auf – Service Design braucht einen besonderen Ort
- **Service Design als Prozess:** Bedarfsermittlung & Synthese (Kunden und Problemraum verstehen) – Ideen entwickeln (Brainstorming) – Prototype (Entwerfen, Bauen) – Test (Lernen) – Implementation
- **Service Design als disziplinübergreifende Sprache**
- **Service Design als Managementansatz**

WERKZEUGE DES SERVICE DESIGN (TOOLS)

- Erkundung und Datengewinnung (Research Data) – Personas – Journey Maps (Typology, Service Blueprint) – System Maps (Stakeholder Map, Value Network Map, Ecosystem Map) – Service Prototypes (Interaktionen, Serviceprozesse, Erfahrungen, physische Objekte usw.) – Business Model Canvas

DAS SERVICE-DESIGN-VERFAHREN (METHODEN)

- **Service-Design-Forschungsprozess:** Daten gewinnen, auswerten, visualisieren – Annahmen hinterfragen – Menschen und Zusammenhänge verstehen
- **Service-Design-Ideenentwicklung:** Ideengenerierung – Ideendiversifizierung – Ideenentwicklung – Ideensortierung und Ideenauswahl
- **Service-Design-Prototyping:** Ideen mit der Wirklichkeit konfrontieren und an der Wirklichkeit weiterentwickeln
- **Service-Design-Implementation:** Vom Prototyp zu Produktion und Einführung

SERVICE-DESIGN WORKSHOP:

Die Studierenden bearbeiten eine Service-Challenge aus dem jeweiligen Praxispartner und führen ihr Arbeitsergebnis als Konstruktionsentwurf aus. Ein Konstruktionsentwurf umfasst die Bearbeitung einer Aufgabenstellung in konzeptioneller, konstruktiver, planerischer und/oder produktionsorientierter Sicht.

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls Service Design als systematischen, ganzheitlichen und multidisziplinären Ansatz beschreiben und erklären, mit dem neue Services entwickelt oder vorhandene Services verbessert werden können. Sie kennen die Schritte des Service-Design-Prozesses, können diese nennen, beschreiben, erklären und anwenden. Sie sind in der Lage, einen Service Design Prozess zu konzipieren, durchzuführen und auszuwerten, um darauf aufbauend geeignete Services zu entwerfen oder begründete Gestaltungsvorschläge für die Verbesserung vorhandener Services zu formulieren.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um das Design von Service Prozessen umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit im Rahmen von Service-Design-Prozessen erlangten Fakten, Daten und (Alltags-)Theorien und zur Service-Design-Methode selbst haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, einfache Service-Design-Prozesse in einem Unternehmen zu initiieren und umzusetzen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und situativ angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse zum Service Design und zur Gestaltung von Service Design Prozessen im Unternehmen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar, widerspruchsfrei und stringent darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Seminaristische Vorlesung	28
Projekt/Workshop	20
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Konstruktionsentwurf			Theoriebegleitend	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR
BASISLITERATUR

Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (Hrsg.) (neueste Auflage), Das Design Thinking Playbook: Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren, Wiesbaden.

Mager, B./Gais, M. (neueste Auflage), Service Design, München.

Stickdorn, M. (neueste Auflage), This is Service Design Doing. Applying Service Design Thinking in the Real World, Sebastopol.

VERTIEFENDE LITERATUR

Ayckbourn, A. (neueste Auflage), Theaterhandwerk. 101 selbstverständliche Regeln für das Schreiben und Inszenieren, Berlin.

Cunningham, K./Winter, K. (neueste Auflage), Die Seele des Drehbuchschreibens. Die 16 Story-Steps. Über das Schreiben, die dramaturgische Wahrheit und die innere Entwicklung des Autors, Berlin.

Egri, L. (neueste Auflage), Dramatisches Schreiben: Theater, Film, Roman, Berlin.

Kalbach, J. (neueste Auflage), Mapping Experiences. A Complete Guide to Customer Alignment Through Journeys, Blueprints, and Diagrams, Beijing et al.

Ries, E. (neueste Auflage), Lean Startup. Schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründen, München.

Schnetzler, N. (neueste Auflage), Die Ideenmaschine. Methode statt Geistesblitz – Wie Ideen industriell produziert werden, Weinheim.

Strategyzer Series Books - <https://www.strategyzer.com/books>.

EXTERNES RECHNUNGSWESEN

In der Veranstaltung werden grundlegende und vertiefende Kenntnisse hinsichtlich der Konzeption, Anwendung und Interpretation der handelsrechtlichen Rechnungslegung (HGB) sowie der International Financial Reporting Standards (IFRS) vermittelt. Die erworbenen Kenntnisse dienen unter anderem als Grundlage der Jahresabschlusserstellung und -analyse sowie der Vorbereitung betriebswirtschaftlicher Steuerungs-, Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen.

MODULCODE
3BW-EXRW-30

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10) bzw. Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul Buchführung und Unternehmensbesteuerung (3BW-BUUB-20).
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Begriff und Arten des Rechnungswesens:** Überblick über das interne und externe Rechnungswesen – Einordnung der Rechnungslegungssysteme HGB und IFRS
- **Gesetzliche Grundlagen und Zwecke der Rechnungslegung nach HGB:** insbes. Gläubigerschutz – Zahlungsbemessungs-, Informations- und Rechenschaftsfunktion
- **Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung (GoB):** Deduktion der GoB aus den Rechnungslegungszwecken – Systeme der GoB – Funktionen des Vorsichts-, Realisations-, Imparitäts- und Anschaffungskostenprinzips

- **Rechnungslegungsinstrumente:** Überblick über Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung, Anhang, Lagebericht und weitere Rechnungslegungsinstrumente
- **Bilanztheorien und Kapitalerhaltung:** statische und dynamische Bilanztheorie sowie nominale, reale und ökonomische Kapitalerhaltung und Substanzerhaltung
- **Bilanzierung von Anlage- und Umlaufvermögen, Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzungsposten und Eigenkapital:** Aktivierung/Passivierung – Bewertung und Ausweis der Bilanzpositionen
- **Gewinn- und Verlustrechnung:** Umsatz- und Gesamtkostenverfahren – Ausweis der Ertrags- und Aufwandspositionen
- **Bedeutung der steuerlichen Gewinnermittlung:** Maßgeblichkeit der steuerlichen Gewinnermittlung für die Handelsbilanz – Auswirkungen von Unterschieden auf die aktiven und passiven Steuerlatenzen
- **institutionelle und konzeptionelle Grundlagen der IFRS:** IFRS-Verordnung – IFRS Foundation – IASB – Rahmenkonzept und Rechnungslegungsprinzipien
- **wesentliche Rechnungslegungssachverhalte nach IFRS:** insbes. Bilanzierung von immateriellen Vermögenswerten und Goodwill, Sachanlagen, Leasing-Verhältnissen, als Finanzanlage gehaltene Immobilien, Finanzinstrumenten, Vorräten und Fertigungsaufträgen, Rückstellungen, latente Steuern
- **Besonderheiten der Rechnungslegungsinstrumente nach IFRS**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Rechnungslegungsvorschriften nach HGB und IFRS und erlernen auf dieser Grundlage die bilanzielle Behandlung wesentlicher Rechnungslegungssachverhalte und Ansätze zu deren bilanztheoretischen Beurteilung. Die Studierenden sind in der Lage, neue Bilanzierungsprobleme nach HGB und IFRS zu lösen und kritisch zu beurteilen

Wissensvertiefung

Die Studierenden können grundlegende Problemstellungen im Rahmen eines Jahresabschlusses unter Verwendung der Fachsprache beschreiben und analysieren. Sie lernen die wesentlichen Unterschiede zwischen den HGB-Rechnungslegungsanforderungen und der IFRS-Bilanzierung kennen und analysieren deren Konsequenzen. Sie sind damit in der Lage, auch internationale Rechnungsabschlüsse bilanztheoretisch zu bewerten.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können im Rahmen der Aufstellung des Jahresabschlusses betriebliche Daten erfassen und aufbereiten. Sie sind in der Lage, die zum Jahresende notwendigen Periodisierungen zu erkennen. Sie kennen u. a. die expliziten und faktischen Ansatz- und Bewertungswahlrechte bei der Erstellung des Jahresabschlusses. Die Studierenden sind in der Lage, eine rechtliche und betriebswirtschaftliche Interpretation von Jahresabschlüssen nach HGB und IFRS vorzunehmen und die Auswirkungen der unterschiedlichen Bilanzierungsprinzipien anhand konkreter Praxisfälle nachvollziehen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und situativ angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können Ziele, Arbeitsschritte und Alternativen der Erstellung von Jahresabschlüssen formulieren, Vor- und Nachteile von IFRS-Abschlüssen beurteilen und deren Aussagekraft mündlich und schriftlich kritisieren.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Am Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Andreas Haaker, CIIA, CEFA, PD
andreas.haaker@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

Pflichtmodule
Betriebswirtschaft

LITERATUR

BASISLITERATUR

Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S. (neueste Auflage), Bilanzen, Düsseldorf.

Haaker, A. (neueste Auflage), IFRS – Irrtümer, Widersprüche und unerwünschte Konsequenzen. Ein Lehrbuch zur kritischen Analyse der internationalen Rechnungslegung, Herne.

VERTIEFENDE LITERATUR

Pellens, B./Fülbier, R. U./Gassen, J./Sellhorn, T. (neueste Auflage), Internationale Rechnungslegung. IFRS 1 bis 17, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe. Mit Beispielen, Aufgaben und Fallstudie, Stuttgart.

Ruhnke, K./Simons, D. (neueste Auflage), Rechnungslegung nach IFRS und HGB. Lehrbuch zur Theorie und Praxis der Unternehmenspublizität mit Beispielen und Übungen, Stuttgart.

KOMMUNIKATION IM BERUFLICHEN KONTEXT

Im Modul werden soziale und kommunikative Kompetenzen für die Bereiche Gesprächsführung, Verhandlungsführung, Konfliktmanagement, Moderation sowie interkulturelle Kommunikation entwickelt und gefördert. Trainiert werden zielgerichtete und souveräne Gesprächs- und Beziehungsgestaltung sowie die Vermeidung interkultureller Konflikte. Die Studierenden beschäftigen sich mit der Anatomie und Durchführung von Verkaufs- und Verhandlungsgesprächen ebenso wie mit unternehmensinternen Gesprächssituationen und -partnern. Gesprächsführung und Konfliktmanagement werden im Kontext von Teamarbeit und Teamentwicklung aufgearbeitet und trainiert. Die Studierenden führen zielorientierte Mitarbeitergespräche, können Konflikte im Team erkennen und lösen und wenden Moderation als Methode in der Teamarbeit an.

MODULCODE
3BW-KiBK-40

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10) bzw. Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Normatives und strategisches Management des Handelsunternehmens (3BW-NOSMH-20) bzw. Normatives und strategisches Management des Industrieunternehmens (3BW-NOSMI-20)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Grundlagen der Kommunikation:** Ebenen der Kommunikation (z. B. Inhalts-/ Beziehungsebene) – Kommunikationsmodelle (z. B. Kommunikationsmodell nach Schulz von Thun) – Kommunikationsstörungen (z. B. Kommunikationsstörungen nach Watzlawick), Kommunikationsarten (z. B. verbal/ non-verbal) – Kommunikationsmethoden (z. B. aktives Zuhören, Dialog)

- **Verkaufsgespräche:** Kundenbedürfnisse ergründen – Kundennutzen ansprechen – Gesprächsphasen (z. B. Bedarfsermittlung, Angebot, Abschluss) – Fragetechniken (z.B. offene, Kontroll-, geschlossene Fragen), psychologische Einflussfaktoren (z. B. auf Kaufwunsch und -entscheidung) – Umgang mit Einwänden (z. B. Einwand als Kaufsignal, VIEW-Modell)
- **Verhandlungsführung:** Verhandlungsstile – Harvard-Methode – Verhandlungssituationen (z.B. geschäftliche Vertragsverhandlungen, Verhandlungen mit Stakeholdern)
- **Konfliktmanagement:** Konflikt – Konfliktarten – Konfliktursachen – Beteiligte zuordnen (z. B. intra-/interpersonell, Gruppenkonflikte) – Konfliktlösungsmethoden (z.B. Moderation, Mediation, Konfliktstufen nach Glasl) – Konfliktgesprächsführung
- **Moderation:** Grundlagen – Moderatorenrolle – Moderationsmethoden (z.B. Brainstorming, Kartenabfrage, Ishikawa) – Businessmoderation (z.B. Teambesprechungen, Projektgruppen) – Moderation im digitalen Raum
- **Mitarbeitergespräche:** Teambildungsprozess – Zielorientierung berücksichtigen (z.B. Phasenmodell nach Tuckmann, Ergebnisqualität, Mitarbeiterzufriedenheit) – Gesprächssituationen (z.B. Beurteilungs- und Feedbackgespräche) – schwierige Situationen (z.B. Kritik, „Personalmaßnahmen“)
- **Interkulturelle Kommunikation:** kulturelle Unterschiede (z.B. Kulturdimensionen nach Hofstede) – Modelle, Arten und Anlässe interkultureller Kommunikation (z. B. Eisbergmodell nach Schein, internationale Kooperationen)
- **Kommunikation im digitalen Raum:** ausgewählte digitale Kommunikationskanäle: Setting von Video-Konferenzen, Chats, digitale Whiteboards, digitale Pinnwände – Szenarien digitaler Kommunikation – Netiquette

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die wesentlichen Aspekte einer zielgerichteten und souveränen Gesprächs- und Beziehungsgestaltung sowie Methoden der Vermeidung von Konflikten und können diese erklären und verwenden. Sie lernen die Moderationsmethode als ein Instrument zur eigenverantwortlichen Visions-, Strategie- und Optimierungsarbeit kennen. Sie beherrschen die Grundlagen der Verhandlungsführung und können sich für eine geeignete Vorgehensweise entscheiden. Die Studierenden erwerben grundlegendes Wissen zu Teamprozessen. Die eigenen Kenntnisse zu Kommunikation, Verhandlungsführung einschließlich Führen von Verkaufsgesprächen, Mitarbeitergesprächen und Moderation werden getestet und sie erfahren durch Feedback eine Reflektion.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um Gespräche und Gesprächsführung im beruflichen Kontext umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit,

über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Entscheidungen zu gelangen. Sie denken selbstständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten, Theorien und Methoden zur und der Gesprächsführung in verschiedenen Situationen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können geeignete Instrumente zur Gesprächsgestaltung, Gesprächsführung und (Gesprächs-)Prozesssteuerung zielkonform einsetzen. Ihr anwendungsbereites Wissen ermöglicht es den Studierenden, soziale Situationen in ihren Besonderheiten zu erkennen und darauf angemessen reagieren zu können. Sie lernen die Perspektive ihres jeweiligen „Gegenübers“ zu verstehen und zu berücksichtigen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können ihr Wissen zielgerichtet aufbereiten, anwenden und im Bedarfsfall erweitern. Sie beherrschen unterschiedliche Methoden und Techniken, um in verschieden(st)en Gesprächs- und Konfliktsituationen angemessen und zielorientiert reagieren zu können.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind der Lage, in verschiedenen Kommunikationssituationen souverän und adäquat zu agieren sowie Sachverhalte und Standpunkte überzeugend zu kommunizieren. Sie können sowohl fachspezifische als auch allgemeine Gesprächsrunden ergebnisorientiert moderieren und meinungsbildend im Team wirken.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Mündliches Fachgespräch	30		Während des Theoriemoduls	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Diplom-Kauffrau Claudia Hösel
claudia.hoesel@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Birkenbiehl, V. (neueste Auflage), Kommunikationstraining, Heidelberg.

Weis, H. Ch. (neueste Auflage), Verkaufsgesprächsführung, Ludwigshafen.

VERTIEFENDE LITERATUR

Bolton, J. (neueste Auflage), Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation, Göttingen.

Fisher, R./Ury, W./Patton, B. (neueste Auflage), Das Harvard-Konzept. Die unschlagbare Methode für beste Verhandlungsergebnisse, München.

Schulz von Thun, F./Ruppel, J./Stratmann R. (neueste Auflage), Miteinander Reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, Reinbek bei Hamburg.

Watzlawick, P./Beavin, J. H./Jackson, D. D. (neueste Auflage), Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien, Bern.

GRUNDLAGEN DES WIRTSCHAFTS- UND ARBEITSRECHTS

Gegenstand des Moduls sind die elementare Einführung in juristische Denk- und Arbeitsweisen mit juristischem Gutachtenstil. Darauf aufbauend geht es in Verbindung mit einer Einführung in die deutsche Rechtsordnung und deren Verhältnis zu europäischem und internationalem Recht zunächst um handels- und gesellschaftsrechtliche Probleme der betriebswirtschaftlichen Praxis und Möglichkeiten zu deren Lösung. Daran schließt sich eine Einführung in das Arbeitsrecht für die betriebliche Praxis an: Die Studierenden lernen die wichtigsten Grundlagen des Arbeitsrechtes kennen und verstehen die betriebswirtschaftliche Relevanz einzelner arbeitsrechtlicher Fragestellungen und Instrumente. Darauf aufbauend lernen sie, arbeitsrechtlich relevante Sachverhalte des betrieblichen Alltags zu identifizieren und sachdienlich zu bearbeiten.

MODULCODE
3BW-JURA-45

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. und 5. Semester

DAUER
2 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

EINSTIEG IN DIE JURISTIK

- Elementare Grundlagen des »juristischen Denkens«
- Elementare Grundlagen der juristischen Methodenlehre und des juristischen Gutachtenstils

GRUNDLAGEN DES WIRTSCHAFTSRECHTS

- **Rechtssystem und Rechtsordnung:** Überblick – Einbindung in europäisches und internationales Recht – Rechtssubjekte – Rechtsobjekte

- **Grundlagen des Handelsrechts:** Kaufmannsbegriff – Kaufmannsarten – Handelsregister – Firma – Buchführungspflichten – kaufmännische Hilfsperson – Handelsgeschäfte
- **Vertragslehre:** Begriff und Konzept – Zustandekommen – Vertragsfähigkeit – Form – Inhalt – Mängel Stellvertretung – Erfüllung und Nichterfüllung – Tätigkeitsverträge – Kaufverträge
- **Vollmachten:** Begriff und Konzept – Erteilung – Arten – Vollmachtmuster
- Gesellschaftsrecht inkl. Konzernrecht und internationalem Gesellschaftsrecht
- Ausgewählte Aspekte des Strafrechts (Unternehmensstrafrecht, Wirtschaftsstrafrecht)
- **Ausgewählte Aspekte des Patentrechts:** Begriff und Konzept – Schutz von Ideen, Erfindungen oder Entwicklungen – Produkt- oder Marken-Piraterie – Rechte Dritter – Patentrecherche

GRUNDLAGEN DES ARBEITSRECHTS

- **Grundlagen des Arbeitsrechts:** Begriffe – Rechtsquellen – Gleichbehandlung – Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG) – Arbeitsgerichtsbarkeit – Arbeitsgerichtsprozess
- **Individuelles Arbeitsrecht:** Arbeitsvertrag – Arbeitsverhältnis – Rechte und Pflichten der Parteien – Arbeitsschutzrecht – Beendigung von Arbeitsverhältnissen
- **Kollektives Arbeitsrecht:** Grundgedanken – Koalitionsrecht – Koalitionsfreiheit – Tarifpartner
- **Betriebsverfassungsrecht:** Grundgedanken – Stellung der Gewerkschaften – Beziehung von Arbeitnehmern und Arbeitgebern
- **Arbeitsgerichtsverfahren:** Betriebsübergang – Fortgeltung kollektiver Regelungen – Massenentlassungen

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls juristisches Denken, juristische Methode und juristischen Gutachtenstil beschreiben, erklären und anwenden. Die Grundlagen des Rechts sowie grundlegende Inhalte des Wirtschaftsrechts sind ihnen bekannt und können beschrieben und erklärt werden. Sie können die Grundlagen und wesentlichen Inhalte des Arbeitsrechts von der Einstellung neuer Mitarbeiter bis zur Kündigung des Arbeitsverhältnisses erklären, analysieren und Praxisfälle eigenständig lösen, indem sie arbeitsrechtliche Fragestellungen und Fälle diskutieren, den Lebenssachverhalt auf die relevante Gesetzesgrundlage sowie die Rechtsprechung beziehen und gefundene Lösungen bezogen auf die Interessen von Arbeitnehmern und Arbeitgebern kritisch hinterfragen, analysieren und diskutieren.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um juristisches Denken und juristische Methoden im Allgemeinen und ihrem wirtschafts- und arbeitsrechtlichen Wissen im Besonderen umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren,

unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien des Wirtschafts- und Arbeitsrechts haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, »Juristisches Denken« zu beschreiben, zu erklären und auf (wirtschafts-)rechtlich relevante betriebliche Tatsachen anzuwenden. Dabei verwenden sie für deren Beschreibung, Erklärung und Analyse (Prüfung) basale juristische Methoden und können ihre normbasierten Resultate auf grundlegendem Niveau im juristischen Gutachtenstil (fach-)sprachlich verargumentieren und verschriftlichen. Sie sind in der Lage, ausgewählte Inhalte, Instrumente und Methoden des Arbeitsrechts auf arbeitsrechtlich relevante Vorgänge im Unternehmen übertragen: Sie können arbeitsrechtliche Fragestellungen und Fälle eigenständig untersuchen, kritisch analysieren und zutreffend lösen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen (unbekannte Fälle, Rechtsnormänderungen o. Ä.) einzustellen und situativ angemessene Lösungen zu entwickeln. Rechtskonformes Handeln ist ihnen ein selbstverständliches Anliegen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden wirtschafts- und arbeitsrechtlichen Belangen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden oder auch Rechtsexperten schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Grundlagen des Wirtschaftsrechts	seminaristische Vorlesung/ Übungen	48
Grundlagen des Arbeitsrechts	seminaristische Vorlesung/ Übungen	48
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72

ARBEITSAUFWAND GESAMT				240
PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	180		Am Ende der 5. Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Rechtsanwältin Yvette Gusinda
yvette.gusinda@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Abbo, J. (neueste Auflage), Grundkurs Arbeitsrecht, München.

Canaris, C-W. (neueste Auflage), Handelsrecht: Ein Studienbuch. München.

Dütz, W./Thüsing, G. (neueste Auflage), Arbeitsrecht, Grundrisse des Rechts, München.

Führich, E. (neueste Auflage), Wirtschaftsprivatrecht, Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, München.

Führich, E./Werdan, I. (neueste Auflage), Wirtschaftsprivatrecht in Fällen und Fragen. Übungsfälle und Wiederholungsfragen zur Vertiefung des Wirtschaftsprivatrechts, München.

Habersack, M. (neueste Auflage), Deutsche Gesetze, Gebundene Ausgabe, München.

Senne, P. (neueste Auflage), Arbeitsrecht. Das Arbeitsverhältnis in der betrieblichen Praxis, München.

Walhalla Fachredaktion (Hrsg.) (neueste Auflage), Das gesamte Arbeitsrecht. Gesetze und Verordnungen für Beteiligte der Arbeitswelt, Regensburg.

VERTIEFENDE LITERATUR

Brox, H. / Henssler, M. (aktuelle Ausgabe): Handelsrecht. Mit Grundzügen des Wertpapierrechts, München.

Bydlinski, F./Bydlinski, P. (neueste Auflage), Grundzüge der juristischen Methodenlehre, Wien.

Gauch, P. (neueste Auflage), Juristisches Denken. Wie denken Juristen?, in: Privatrecht und Methode. Festschrift für Ernst K. Kramer, Basel, S. 169 ff.

Haft, F. (neueste Auflage), Einführung in das juristische Lernen: Unternehmen Jurastudium, Bielefeld.

Hildebrand, T. (neueste Auflage), Juristischer Gutachtenstil. Ein Lehr- und Arbeitsbuch, Tübingen.

Jesgarzewski, T. (neueste Auflage), Fallstudien zum Arbeitsrecht. Praxisfälle zur Wissensvertiefung, Wiesbaden.

König, W. F. (neueste Auflage), Juristische Methoden für Dummies, Weinheim.

Mehrings, J. et al. (neueste Auflage), Bürgerliches Recht für Studium und Praxis, München.

Mehrings, J. (neueste Auflage), Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, München.

Michalski, L./Westerhoff, R. (neueste Auflage), Übungen und Fälle zum Arbeitsrecht, Heidelberg.

Puppe, I. (neueste Auflage), Kleine Schule des juristischen Denkens, Göttingen.

Richter, Th. S. (neueste Auflage), Vertragsrecht. Die Grundlagen des Wirtschaftsrechts, München.

Vieweg, K./Fischer, M. (Hrsg.) (neueste Auflage), Wirtschaftsrecht: Grundlagen, Baden-Baden.

Wörlen, R./Kokemoor, A. (neueste Auflage), Arbeitsrecht. Lernbuch, Strukturen, Übersichten, München.

INVESTITION UND FINANZIERUNG

Im Mittelpunkt des Moduls steht das Management der Finanzierung und der Investitionen als finanzwirtschaftliche Kernthemen in Unternehmen. Inhalte des Moduls sind Methoden zur Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von Investitionsvorhaben sowie betriebswirtschaftliche Bewertungsansätze verschiedener Finanzierungsmöglichkeiten.

MODULCODE
3BW-INV-40

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme an den Modulen: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler (3BW-WIMA-10) und Buchführung und Unternehmensbesteuerung (3BW-BUUB-20).
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Finanzwirtschaft:** Gegenstand und Aufgaben – finanzwirtschaftliche Ziele – Zusammenhang güter- und finanzwirtschaftlicher Prozesse
- **Grundlagen der Finanzanalyse und Finanzplanung:** Finanzkennzahlen – Bestimmung der Kapitalstruktur – Kapitalbedarfsermittlung – Finanzpläne
- **Investition:** Begriff – Arten von Investitionen – Investitionsentscheidungsprozesse – Investitionsrechnungsverfahren (Eigenschaften, Modellannahmen, Ergebnisinterpretation)
- **Finanzierung:** Begriff und Systematisierungsansätze – Finanzplanung und Finanzkennzahlen – Formen der Eigen- und Fremdfinanzierung sowie Außen- und Innenfinanzierung – Auswirkung von Fremdfinanzierung auf betriebswirtschaftliche Kennzahlen

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls finanzwirtschaftliche Aufgabenstellungen in Unternehmen beschreiben und erklären. Sie haben einen Überblick über Investitions- und Finanzierungsentscheidungen, können diese erklären, in den betrieblichen Alltag übertragen, anwenden und schließlich die Vor- oder Nachteilhaftigkeit unterschiedlicher Finanzierungsalternativen beurteilen. Sie verstehen den Zusammenhang zwischen Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in Unternehmen und sind in der Lage, die Wirkungsweise der Annahmen der zugrundeliegenden Entscheidungskriterien zu beurteilen.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem finanzwirtschaftlichen Wissensfundus umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Finanzierungs- oder Investitionsproblemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit vorliegenden Fakten, Daten und Theorien haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden beherrschen Methoden der Investitionsrechnung und sind in der Lage, grundsätzliche Vorschläge zur Finanzierung von Unternehmen zu entwickeln.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können Analysen und Berechnungen durchführen, die das Treffen fundierter Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in Unternehmen ermöglichen. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Datenlagen einzustellen und situativ angemessene Lösungen zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden finanzwirtschaftlichen Belangen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden oder auch Experten des Fachgebietes schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
seminaristische Vorlesung/Übung	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Ende der 4. Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Sven Loßagk
sven.lossagk@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. (aktuelle Auflage), Finanzwirtschaft der Unternehmung, München.
Stopka, U./Urban, Th. (neueste Auflage), Investition und Finanzierung. Lehr- und Übungsbuch für Bachelor-Studierende, Berlin/Heidelberg.

VERTIEFENDE LITERATUR

Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G. (neueste Auflage), Finanzierung, München.
Berk, J./DeMarzo, P. M. (neueste Auflage), Grundlagen der Finanzwirtschaft. Analyse, Entscheidung und Umsetzung, München.

Franke, G./Hax, H. (neueste Auflage), Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Heidelberg et al.

Kruschwitz, L./Husmann, S. (neueste Auflage), Finanzierung und Investition, München.

Kruschwitz, L./Lorenz, D. (neueste Auflage), Investitionsrechnung, Berlin/Boston.

PRINZIPIEN UND METHODEN DES PROJEKTMANAGEMENTS: THEORIE

In diesem Modul werden die grundlegenden Aspekte zur Initialisierung, Definition, Planung, Steuerung und dem Abschluss von Projekten vermittelt. Am Beispiel eines Projektes werden relevante Prozesse, Methoden und Werkzeuge des Projektmanagements vorgestellt und angewendet. Die Studierenden erwerben die Kompetenzen, um Projekte erfolgreich realisieren zu können. Mit der Abgrenzung zum Programm- und Portfoliomanagement ist die Domäne Projektmanagement klar auf die Einzelprojektsituation fokussiert.

MODULCODE
3BW-PPM-50

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
5. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Gegenstand des Projektmanagements:** Grundlagen und Definitionen – Entwicklung des Projektdesigns – Projektziele und Erfolgskriterien – Projektarten – Projektmanagementprozesse
- **Beschreibung des Leistungsumfangs und der Lieferobjekte:** Lasten- und Pflichtenheft – Projektsteckbrief – Projektauftrag – Projektbericht
- **Aufbau einer Projektstruktur:** Bedeutung der Projektstrukturierung – Projektphasenplanung – Meilensteinplanung – Aufbau von Projektstrukturplänen – Gliederungsprinzipien der Projektstrukturierung – Bildung von Arbeitspaketen – Methodisches Vorgehen zur Projektstrukturierung

- **Ablauf- und Terminplanung:** Anordnungsbeziehungen – Berechnungen im Vorgangsknotennetzplan – Ermittlung des kritischen Pfades – Zeitabstände (minimale, maximale, positiv, negativ) – Balkenplandarstellung – Verfahren zur Aufwandsschätzung
- **Projektressourcen:** Teambildung und -entwicklung – Rollen im Projekt – Autonome Projektorganisation – Matrix-Projektorganisation – Einfluss-Projektorganisation – Budgetplanung und -kontrolle
- **Projektumfeld und Risikomanagement:** Projektumfeldanalyse – Sachumfeld – Kompetenzelemente – Phasen des Stakeholdermanagements – Kommunikationsplanung – Chancen- und Risikoanalyse – qualitative und quantitative Bewertung von Risiken – Ermittlung des Risikowertes und des Risikoinventars; Maßnahmen der Risikobegegnung.
- **Projektsteuerung und Projektdokumentation:** Ermittlung Fortschrittsgrad, Fertigstellungswert und Abweichung – Fortschrittgradmesstechnik – additive und lineare Projektkostenprognose – Change Management im Projekt (Budget, Zeit, Inhalt)
- **Qualitätssicherung im Projekt:** Qualität im Sinne des Qualitätsmanagements – Aufgabenbereiche des Qualitätsmanagements im Kontext von Projekten – Qualitätsstandards
- **Trends und Systeme im Projektmanagement:** Agiles Projektmanagement – Projektmanagementsoftware – kollaborative Projektbearbeitung im virtuellen Raum – Zertifizierungen (z. B. PRINCE2, IPMA)

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verfügen über technisches Wissen zu den Grundlagen des Projektmanagements (Projektmanagementphasen und Projektmanagementprozesse in Einzelprojektsituationen). Sie wissen, wie die Werkzeuge und Methoden des Projektmanagements in den Phasen der Initialisierung, Definition, Planung, Steuerung und Abschluss von Projekten anzuwenden sind. Sie haben durch ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der Grundlagen des Projektmanagements ihre Befähigung zur Lösung von Praxisproblemen nachgewiesen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über die notwendigen Kenntnisse zum prozessorientierten Projektmanagement in Einzelprojektsituationen. Sie sind in der Lage, die Theorien, Prinzipien und Methoden des Projektmanagements auf komplexe Einzelprojekte und auf Anforderungen aus Programm- und Portfoliosituationen zu übertragen. Die Studierenden sind in der Lage, die Weiterentwicklung des Projektmanagements in Einzel- und Mehrprojektsituationen durch eigenständige, kritische Auswertung der Fachliteratur zu verfolgen und ihre Kenntnisse in die betriebliche Praxis einzubringen.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, Projekte und Routinetätigkeiten anhand gegebener Kriterien zu differenzieren und die richtigen methodischen Ansätze zur Bearbeitung der Projekte zu wählen. Sie können in Projekten mitarbeiten und sind in der Lage, selbstständig Projekte zu initiieren, zu definieren, zu planen, zu steuern und abzuschließen. Die Studierenden sind befähigt, aktuelle Entwicklungen im Projektmanagement zu analysieren und zu beurteilen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können auf Grund der Erarbeitung entsprechenden Wissens und durch Anwendung in einer beispielhaften Projektsituation, Informationen im Kontext ordnen, bewerten und sich in Diskussionen einbringen. Sie vermögen, das Zusammenspiel einzelner Elemente im prozessorientierten Projektmanagement zu analysieren und zu bewerten.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, sicher mit Stakeholdern im Projekt zu kommunizieren. Sie können eine Präsentation (beispielsweise zur Darstellung des Projektstatus) zielgruppenorientiert vorbereiten, strukturieren und durchführen. Sie können einen Plan zur projektspezifischen Kommunikation mit Stakeholdern aufstellen. Sie können Aspekte zum Projektmanagement sowohl mit Fachleuten als auch mit Laien diskutieren.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	32
Projekt	16
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Präsentation	30		Während der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V., Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement, **Band 2**, Nürnberg, 2019.

DIN 69901, Projektmanagement - Projektmanagementsysteme – Teil 1: Grundlagen.

DIN 69901, Projektmanagement - Projektmanagementsysteme – Teil 2: Prozesse, Prozessmodell.

DIN 69901, Projektmanagement - Projektmanagementsysteme – Teil 3: Methoden.

DIN 69901, Projektmanagement - Projektmanagementsysteme – Teil 5: Begriffe.

Kuster, J. et al. (neueste Auflage), Handbuch Projektmanagement: Agil – Klassisch – Hybrid, Berlin.

Timinger, H. (neueste Auflage), Modernes Projektmanagement. Mit System zum richtigen Vorgehensmodell, Weinheim.

VERTIEFENDE LITERATUR

GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V., Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM4). Handbuch für Praxis und Weiterbildung im Projektmanagement, **Band 1**, Nürnberg, 2019.

DIN 69901, Projektmanagement - Projektmanagementsysteme – Teil 4: Daten, Datenmodelle.

Sellmann, M. (neueste Auflage), Agil, klassisch, hybrid. Chancen und Risiken verschiedener Projektmanagement-Methoden im Vergleich, Stuttgart.

Zeitschriften wie »Projektmanagement aktuell« oder »International Journal of Project Management«.

GESCHÄFTSPROZESS- UND QUALITÄTSMANAGEMENT

Im Zentrum der Lehrveranstaltungen stehen Zielen, Inhalte und Methode des Prozess- und Qualitätsmanagements. Die Studierenden lernen, in Prozessen zu denken und zu arbeiten (prozessorientierte Arbeitsweise), Prozesse darzustellen und in strukturierter Vorgehensweise Prozesse zu analysieren und nachhaltig zu verbessern. Dabei werden Instrumente des Qualitätsmanagements vorgestellt, kritisch gewürdigt und angewendet.

MODULCODE
3BW-GPuQM-50

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
5. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Grundlegende Kenntnisse im Projektmanagement (3BW-PPM-50), angewandter Statistik (3BW-SBDDS-20) und Change-Management (3BW-OdHU-40 oder 3BW-OdIU-40).
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Motivation und grundlegendes Verständnis von Prozess- und Qualitätsmanagement:** Diskussion und Definition von Grundbegriffen – Kundenanforderungen – Merkmale – Qualität und Qualitätsmerkmale – Qualitätsmanagement und Fehler auf Basis der Din EN ISO 9000
- **Methoden der Prozessvisualisierung:** z. B. Prozesslandschaft – SIPOC – Flussdiagramm – Swimlane-Diagramm – ereignisgesteuerte Prozesskette
- **In Prozessen denken und arbeiten:** Entwicklung von und Umgang mit Kennzahlen – Kennzahlensysteme – Rollen- und Aufgabenkonzepte – Arbeitsstandards

- **Prozesse analysieren und verbessern:** PDCA-Vorgehensweise und typische Werkzeuge zur Planung, Analyse, Verbesserung und Ergebnissicherung wie Problembeschreibung und Projektdefinition, Ishikawa-Diagramm und 5xWarum Methode – Kreativitäts- und Entscheidungstechniken – Instrumente zur Optimierung (Reduktion von Verschwendung im Prozess und Implementierung von Lean Prinzipien) sowie der Anwendung des Poka-Yoke-Prinzips
- **Risikomanagement:** Turtle Diagramm – FMEA
- **Fallarbeit:** Intensive Arbeit mit und Reflektion der Vorgehensweise und ausgewählter Instrumente des Qualitätsmanagements. Hierbei wird auf den jeweiligen betrieblichen Kontext der Studierenden in Industrie und Handel Bezug genommen.

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Das Modul legt den Schwerpunkt auf die prozessorientierte Denkweise und setzt sich systematisch mit der Vorgehensweise und ausgewählten Instrumenten des Prozess- und Qualitätsmanagements auseinander. Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden das Prozess- und Qualitätsmanagement als integrierte Vorgehensweise effektiver Managementpraktiken beschreiben, erklären und kritisch-reflektiert anwenden. Sie sind eigenständig in der Lage, prozessorientiert zu denken, kennen grundlegende Instrumente des Prozess- und Qualitätsmanagements, können diese beschreiben, erklären, anwenden und kritisch reflektiert beurteilen.

Wissensvertiefung

Die detaillierte Arbeit mit ausgewählten Instrumenten des Prozess- und Qualitätsmanagements im Rahmen von praktischen Übungen und Fallstudien hilft den Studierenden, Sicherheit in der Anwendung qualitätsgerechter Managementpraktiken zu gewinnen. Die Fallbeispiele basieren auf konkreten Situationen aus dem betrieblichen Umfeld der Studierenden. Eine kritische Reflexion der Übungen zeigt auf, welche Anwendung in welchem Kontext geeignet scheint, wie gut die Anwendung funktioniert, welche Aspekte ggf. mehr Beachtung finden sollten, bzw. welche möglichen Alternativen betrachtet werden sollten.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, betriebswirtschaftliche Problemstellungen mit Hilfe geeigneter Methoden des Prozess- und Qualitätsmanagements zu beschreiben, zu analysieren und zu bewerten. Sie können so in der betrieblichen Arbeit des Qualitätsmanagements oder der Prozessverbesserung, z.B. in der Dokumentation von Prozessen, in der Problembearbeitung und in der strukturierten Verbesserungsarbeit aktiv mitwirken.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden kennen die Schwerpunkte des Prozess- und Qualitätsmanagements, dessen Arbeitsweise bzw. Vorgehen und eine Auswahl dafür geeigneter Methoden. Sie sind dazu in der Lage, Arbeitsweise, Vorgehen und Methoden hinsichtlich wechselseitiger Auswirkungen in Verbindung mit angrenzenden Managementinstrumenten zu denken und abgestimmt einzusetzen. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und situativ angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können an der Vorbereitung, Einführung oder Überarbeitung des betrieblichen Qualitätsmanagements mitwirken oder auch moderativ und methodisch die strukturierte Bearbeitung konkreter Verbesserungsprojekte unterstützen. Sie sind in der Lage, am fachbezogenen Meinungsaustausch zu Prozess- und Qualitätsmanagement teilzunehmen. Sie verfügen über die Fähigkeit, eigene fachliche Standpunkte zu formulieren, diese argumentativ zu untersetzen und so die weitere Entwicklung dieses Arbeitsfeldes in der Organisation (und darüber hinaus) mitzugestalten.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung Workshop	36
Projekt	12
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Präsentation	20		Begleitend zur Theoriephase	50%
Klausur	60		Zum Ende der Theoriephase	50%

MODULVERANTWORTLICHE/R

Frank Ziegenhorn, Diplom-Kaufmann, M.A. Int' Studies, M.B.A.
frank.ziegenhorn@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Fischermanns, G. (neueste Auflage), Praxishandbuch Prozessmanagement. Das Standardwerk auf Basis des BPM Framework ibo-Prozessfenster®, Gießen.

Herrmann, J./Fritz, H. (neueste Auflage), Qualitätsmanagement. Lehrbuch für Studium und Praxis, München.

Schmelzer, J. H./Sesselmann, W. (neueste Auflage), Geschäftsprozessmanagement in der Praxis. Kunden zufrieden stellen, Produktivität steigern, Wert erhöhen, München.

VERTIEFENDE LITERATUR

De Silva, T. (neueste Auflage), Integrating Business Management Processes. Volume 1: Management and Core Processes, New York/Milton.

De Silva, T. (neueste Auflage), Integrating Business Management Processes. Volume 2: Support and Assurance Processes, New York/Milton.

De Silva, T. (neueste Auflage), Integrating Business Management Processes. Volume 3: Harmonising Quality, Food Safety and Environmental Processes, New York/Milton.

Kumar, A. (neueste Auflage), Business Process Management, New York/London.

Liker, J. K. (neueste Auflage), The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer, New York.

Rother, M./Shook, J. (neueste Auflage), Learning to See: Value-Stream Mapping to Create Value and Eliminate Muda. Cambridge, MA.

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT UND MITARBEITERFÜHRUNG

Die Aufgaben des Human Resource Managements werden in diesem Modul entlang des sog. Personallebenszyklus diskutiert, aus dem wichtige Teilbereiche des Personalmanagements exemplarisch herausgegriffen werden: Personalplanung, Personalbeschaffung, Personalbindung und -freisetzung, Personaleinsatz, Personalentwicklung und -beurteilung sowie Personalentlohnung. Im Rahmen der Veranstaltung denken die Studierenden darüber nach, wie einzelne Aufgabenbereiche idealtypisch gestaltet bzw. bewältigt werden können, um sowohl den Unternehmenszielen als auch dem Wohlergehen der Mitarbeiter gerecht zu werden. Mitarbeiterführung hingegen ist zu einem der umstrittensten Themen in der Theorie wie vor allem auch Organisationspraxis geworden. Das liegt zum einen daran, dass in einer Wissensgesellschaft die entscheidende Quelle der Entwicklung von Unternehmen in den Mitarbeitern liegt. Zum anderen daran, dass die auf der traditionellen betriebswirtschaftlichen Führungslehre beruhenden theoretischen Vorstellungen weitgehend unberührt bleiben von den Erkenntnissen anderer Wissenschaftsdisziplinen wie Philosophie, Psychologie, Soziologie, Neurowissenschaften und auch diverser naturwissenschaftlicher Disziplinen. Der der Mitarbeiterführung gewidmete Teil des Moduls schließt ebendiese Lücke, betrachtet Führung aus einem weiten theoretischen Horizont: Auf der Grundlage des Verstehens werden den Studierenden Modelle, Methoden, Haltungen, Prinzipien und Instrumente vermittelt, die sie beherrschen sollen und die ihnen helfen, sich in ihrem (Führungs-)Alltag souverän und professionell zu verhalten.

MODULCODE
3BW- HRMMF-56

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
5. und 6. Semester

DAUER
2 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Kommunikation im beruflichen Kontext (3BW-KiBK-40).
- Teilnahme am Modul: Organisation des Handelsunternehmens (3BW-OdHU-40) bzw. Organisation des Industrieunternehmens (3BW-OdIU-40).
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

- Die Studierenden informieren sich im vierten Praxismodul über den Ablauf und die Instrumente des Personalbeurteilungsprozesses in ihrem Praxisunternehmen. Ferner fragen sie nach, welche Methoden bei der Personalauswahl genutzt werden und welche Entwicklungschancen (bzw. -möglichkeiten) im Unternehmen bestehen.

LERNINHALTE

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Die Lehrveranstaltung fokussiert auf die Kernaufgaben des Personalmanagements. Besondere Berücksichtigung erfahren die Herausforderungen an das Personal in der jeweiligen Branche und die Besonderheiten der Unternehmen. Folgende Schwerpunkte werden betrachtet:

- Gesellschaftliche Rahmenbedingungen des Human Resource Managements – betriebliche Veränderungsprozesse und damit verbundene Anforderungen an das Human Resource Management in Unternehmen – Unternehmen als Teil von Gesellschaft
- Organisation des Human Resource Managements
- Personallebenszyklus und damit verbundene Aufgaben des Human Resource Managements
- Ausgewählte Instrumente, Methoden und Verfahren des Personalmanagements: insbes. in den Bereichen Personal(bedarfs)planung, Personalbeschaffung, Personalmarketing i.V.m. Employer Branding, Personalauswahl, Pre- und Onboarding, Personaleinsatz, Personalerhaltung bzw. -bindung i. V. m. Anreizgestaltung, Personal- bzw. Leistungsbeurteilung, Personalentwicklung, Personalvergütung, Personalcontrolling.
- Weitere Themen des Human Resource Managements: Gesundheitsmanagement – Diversity Management – Internationaler Personaleinsatz – Arbeitszeitgestaltung

MITARBEITERFÜHRUNG

Der Begriff Mitarbeiterführung

- Was heißt Führung? Leadership vs. Management – Führung als Management, Kunst und Spiel
- Führung, Herrschaft, Menschenbild. Die Hierarchie und das traditionelle Führungsbild
- Der Ruf nach „Neuer Führung“ – Facetten der aktuellen Diskussion

Eine kurze Geschichte der Führungstheorie

- Eigenschaftsansatz – Theorie vom „Great Man“
- Verhaltensansatz nach Lewin: Kooperative Führung als „idealer Führungsstil“
- Revisionsvarianten des Lewin'schen Verhaltensansatzes: Kontinuumtheorie nach Tannenbaum und Schmidt, Managerial Grid nach Blake und Mouton, Reifegradmodell nach Hersey und Blanchard
- Situative Führung – Paradigmenwechsel von überindividueller Stilisierung des Führungsverhaltens zu adaptivem, individuellem, singularem Führungsverhalten in Abhängigkeit von der jeweiligen Situation

- Drucker's Ergänzung: „Management-by-Objectives“ und die folgende Inflation von „Management-by-Techniken“

Mitarbeiterführung im 21. Jahrhundert: Systemisches Führen

- Was Führende heute über Systemtheorie wissen müssen: konstruktivistische Wende in der Philosophie – Konsequenzen moderne Führung – Wahrnehmung – Wahrheit – Sinn; Notwendigkeit und Möglichkeit – der „Ethische Imperativ“
- Technische und lebendige Systeme (Psyche und soziale Organisation): strukturelle Offenheit lebendiger Systeme – Emergenz und Redundanz in der Mitarbeiterführung – das Rollenkonzept - Wie verarbeitet Führung Komplexität? Komplexitätsreduktion und Steigern der Eigenkomplexität
- Operative Geschlossenheit lebendiger Systeme: Autonomie und Autopoiese – Penetration vs. Perturbation – Selbstreferentialität – Identität als Führungsthema
- Direkte und indirekte Führung als Führungspraxis: Interaktion und Organisation
- Indirekte Führung durch Regeln: Organisationsstrukturen und Prozessstandards – Agile Organisationsentwicklung – Hierarchie vs. Heterarchie – Soziokratie und Kreisorganisation – Adhokratie
- Direkte Führung durch Kommunikation: Exkurs: Kommunikation – Führung als Intervention – Führung als Coaching – Führung als Moderation
- Mitarbeiterführung in der digitalen Gesellschaft: Ausblicke

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden den Personallebenszyklus, dessen Bedeutung für das Unternehmen und die daraus resultierenden Aufgaben für das Personalmanagement. Diese können sie nennen, beschreiben und erklären. Sie verfügen über anwendungsbereites Fachwissen ausgewählter Konzepte des Human Resource Managements und deren maßgeschneiderte Anwendung im Unternehmen. Zudem erarbeiten sich die Studierenden ein breites und integriertes Wissen zu Gegenstandsbereich und interdisziplinären Grundlagen (philosophische, neurowissenschaftliche, psychologische, soziologische, ökonomische) der Mitarbeiterführung in Arbeitsorganisationen im Allgemeinen und Unternehmen im Besonderen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein vertieftes Verständnis der Planung, Bereitstellung und Erhaltung (Bindung) von Mitarbeitern und kennen Widersprüche und Interessengegensätze im Bereich der Personalentwicklung, -entlohnung und -freisetzung. Sie sind in der Lage, über Personalbeurteilungsprozesse zu reflektieren und Leitfäden für Mitarbeitergespräche zu konzipieren und anzuwenden. Sie verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Führungstheorien, Führungsprinzipien und praktischen Führungsmethoden und sind in der Lage, ihr Wissen auch über die Disziplin Mitarbeiterführung hinaus zu vertiefen.

Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem aktuellen Stand der Fachliteratur, sollte aber zugleich einige vertiefte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung in ihrem Lerngebiet einschließen. Die Studierenden verstehen den notwendigen paradigmatischen Wandel von Führungstheorie und Führungspraxis und reflektieren idealtypisch wie situationsbezogen die erkenntnistheoretisch begründete Richtigkeit fachlicher und praxisrelevanter Aussagen. Diese werden in Bezug zum komplexen Kontext von Mitarbeiterführung gesehen und kritisch gegeneinander abgewogen. Führungstheoretische und führungspraktische Problemstellungen werden vor dem Hintergrund interdependenter Zusammenhänge mit fachlicher Plausibilität gelöst.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können die Instrumente, Methoden und Verfahren des Human Resource Managements situationsgerecht anwenden, mögliche Konflikte antizipieren und erklären sowie maßgeschneiderte Gestaltungsempfehlungen konzipieren. Insbesondere gelingt es ihnen sicher, situative und (arbeits-)aufgabenbezogen geeignete Instrumente, Methoden und Verfahren auszuwählen und zu begründen. Sie erwerben die Fähigkeit, ganzheitlich-diagnostisch, statt analytisch zu denken, in zirkulären Kausalitäten, statt in linearen Ursache-Wirkungs-Zusammenhängen und reflektierend in rekursiven Schleifen. Die Studierenden professionalisieren ihre Beobachtungsfähigkeit (1. und 2. Ordnung) als essentielle Voraussetzung zeitgemäßer Führung. Sie lernen das „Mehrbrillenprinzip“ kennen und können es anwenden. Darüber hinaus erlernen die Studierenden das aktive Zuhören und können mit guten Fragen, vor allem mit systemischen Fragen, Einfluss auf das Denken, Verhalten und Handeln von Mitarbeitern nehmen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Teilmoduls in der Lage, selbständig über die Personalprozesse in ihrem Praxisunternehmen zu reflektieren. Mit ihren Kommilitonen vergleichen sie diese Prozesse, erkennen die dahinterstehende Unternehmensindividualität und diskutieren kritisch ihre Arbeitsergebnisse. Ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen können sie in ihren beruflichen Alltag integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und ihr Wissen eigenständig zu erweitern bzw. zu vertiefen. Im Themenfeld der Mitarbeiterführung sollen die Studierenden Haltungen zur Wirklichkeit, zu Mitarbeitern und zu sich selbst entwickeln. Erstens arbeiten sie an der Aufrechterhaltung von Neugier und Offenheit in der Wahrnehmung und Bedeutung von subjektiven Wirklichkeiten. Zweitens arbeiten sie an der Partnerschaftlichkeit in der Beziehung zu Mitarbeitern, an der Bereitschaft zum Perspektivwechsel und an ihrer Empathie. Auf dieser Grundlage entwickeln sie ihre Beurteilungsfähigkeit jenseits trivialer, unreflektierter Bewertungen. Drittens arbeiten sie an ihrer selbstreflexiven und selbstkritischen Haltung in Bezug auf ihr Denken, Verhalten und Handeln. Die Studierenden erschließen sich selbständig neue Wissensquellen, können sie hinsichtlich ihrer Wissenschaftlichkeit beurteilen und qualifizieren ihr Denken und Handeln selbständig durch Integration neuen Wissens in ihre Denk- und Handlungsmuster und/oder durch Veränderung derselben

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können ihr Wissen einsetzen, um bei Mitarbeitenden in Unternehmen Vertrauen und Motivation aufzubauen und zu erhalten. Mit Empathie und Verständnis gelingt es ihnen, schwierige Mitarbeitergespräche zu führen und Kompromisse zum Wohle des Unternehmens auszuarbeiten. Dabei gelingt es ihnen, human und effizient vorzugehen. Sie sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen der Mitarbeiterführung Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Human Ressource Management	Seminaristische Vorlesung	30
	Projekt	18
Mitarbeiterführung	Seminaristische Vorlesung	30
	Projekt	18
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72
ARBEITSAUFWAND GESAMT		240

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Projektarbeit		5-10	Während der 6. Theoriephase	50
Mündliches Fachgespräch	30		Zum Ende der 6. Theoriephase	50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Dr. Jürgen Jünger
juergen.juenger@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Backhausen, W. J./Thommen, J.-P. (neueste Auflage), Irrgarten des Managements. Ein systemischer Reisebegleiter zu einem Management 2. Ordnung, Zürich.

Blessin, B./Wick, A. (neueste Auflage), Führen und führen lassen. Ergebnisse, Kritik und Anwendungen der Führungsforschung, München.

Kauffeld, S. (neueste Auflage), Arbeits-, Organisations- und Personalpsychologie für den Bachelor. Wiesbaden.

Olfert, K. (neueste Auflage), Personalwirtschaft, Herne.

VERTIEFENDE LITERATUR

Achouri, C. (neueste Auflage), Wenn Sie wollen, nennen Sie es Führung. Systemisches Management im 21. Jahrhundert, Offenbach am Main.

Drumm, H. J. (neueste Auflage), Personalwirtschaft, Berlin/Heidelberg.

Holtbrügge, D. (neueste Auflage), Personalmanagement, Berlin/Heidelberg.

Kanning, U. P. (neueste Auflage), Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Eine wirtschaftspsychologische Analyse, Berlin/Heidelberg.

Reckwitz, A. (neueste Auflage), Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne, Berlin. Sprenger, R. K. (neueste Auflage), Radikal führen, Frankfurt a. Main/New York.

Stock-Homburg, R. (neueste Auflage), Handbuch Strategisches Personalmanagement, Wiesbaden.

Stock-Homburg, R./Groß, M. (neueste Auflage), Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden.

Weick, K. E. (neueste Auflage), Der Prozeß Des Organisierens, Frankfurt am Main.

KOSTEN- UND LEISTUNGSRECHNUNG

Zu den betriebswirtschaftlichen Steuerungsgrößen eines Unternehmens gehören deren Kosten und Leistungen, die zentraler Gegenstand des Moduls sind. Ausgehend von der inhaltlichen Charakterisierung des betrieblichen Rechnungswesens im Allgemeinen und der Kosten- und Leistungsrechnung im Besonderen erfolgt eine begrifflich-konzeptionelle Auseinandersetzung mit Kosten und Leistungen. Weiterhin werden grundlegende und vertiefende Kenntnisse der Konzeption und Anwendung der Kosten- und Leistungsrechnung besprochen. Dazu gehören die Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung ebenso, wie die kurzfristige Erfolgs- und Deckungsbeitrags- sowie die Plankostenrechnung. Die erworbenen Kenntnisse dienen unter anderem als Grundlage der Kalkulation und des Controllings von Unternehmen.

MODULCODE	MODULTYP
3BW-KLR-50	Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft
BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN	DAUER
5. Semester	1 Semester
CREDITS	VERWENDBARKEIT
4	studiengangsspezifisch

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Grundkenntnisse des Rechnungswesens, insbes. der Buchführung (3BW-BUUB-20)

LERNINHALTE

- **Systeme und Grundgrößen des Rechnungswesens:** Unterscheidung des internen und externen Rechnungswesens – Einordnung der Kosten- und Leistungsrechnung – Definition der Ein- und Auszahlungen, Einnahmen und Ausgaben, Erträge und Aufwendungen sowie Leistungen und Kosten)
- **Zwecke und Controlling-Funktion der Kosten- und Leistungsrechnung:** insbes. Kalkulations-, Steuerungs- und Entscheidungszwecke – Einsatz der Kostenrechnung im Rahmen des operativen Controllings

- **Kostenartenrechnung:** variable und fixe Kosten – Einzel- und Gemeinkosten – Grund-, Anders- und Zusatzkosten – Opportunitätskostenprinzip – Bestimmung der kalkulatorischen Kosten – Verbrauchsfolgeverfahren
- **Kostenstellenrechnung:** Betriebsabrechnungsbogen – primäre und Sekundäre Kostenverrechnung – Verrechnung innerbetriebliche Leistungsbeziehungen
- **Kostenträgerrechnung:** Divisions- und Äquivalenzziffern- und Kuppelproduktkalkulation – Zuschlagskalkulation mittels Gemeinkostenzuschlags-, Maschinenstunden- und Prozesskostensätzen – Handelsspanne und Kalkulationszuschlag
- **kurzfristige Erfolgs- und Deckungsbeitragsrechnung:** Systeme der Voll- und Teilkostenrechnung im Überblick – Kostenträgerzeitrechnung nach dem Umsatz- und Gesamtkostenverfahren – einfache und mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung – differenzierte Sortimentsentscheidungen auf Basis der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung
- **Plankostenrechnung:** starre und flexible Plankostenrechnung – Soll-Ist-Kontrolle – Ermittlung von Preis-, Mengen- und Verbrauchsabweichungen
- **Kostenmanagement im Überblick:** beispielsweise Prozess- und Zielkostenrechnung – Benchmarking und Gemeinkostenanalyse

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls erfassen die Studierenden die Kosten- und Leistungsrechnung als Kernelement des betrieblichen Informationssystems. Sie kennen deren Aufgaben und die Systematik nach Kostenarten-, Kostenstellen und Kostenträgerrechnung. Sie besitzen einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und wichtigsten Instrumente der Kostenrechnungssysteme. Sie kennen die Prinzipien der Voll- und Teilkostenrechnung sowie deren jeweilige Vor- und Nachteile und die sich daraus ergebenden Einsatzmöglichkeiten.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen die Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung an praktischen Beispielen. Sie werden in die Lage versetzt, Kostenarten zu bewerten, Kostenstellen abzurechnen und Zuschlagssätze zu ermitteln. Sie können Kalkulationen zu Voll- und Teilkosten durchführen und etwa Maschinen- und Prozesskostensätze ermitteln. Neue kostenrechnerische Praktiken können die Studierenden kritisch-reflektiert beurteilen.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden beherrschen die grundlegenden Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung. Sie können ihre Kenntnisse und Fähigkeiten auf konkrete betriebliche Sachverhalte anwenden und die erhaltenen Ergebnisse beurteilen. Sie sind etwa in der Lage, Kostenstellenpläne zu entwickeln, einen Betriebsabrechnungsbogen zu erstellen und beherrschen die branchenspezifischen Kalkulationsmethoden.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können ihr erworbenes Wissen auf die verschiedensten Problemstellungen sicher anwenden und die Verfahren und Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung auf ihr spezifisches Einsatzgebiet im jeweiligen Unternehmen anpassen. Neue Entwicklungen können auf Grundlage des anwendungsbereiten Wissens eigenständig verfolgt und in die eigene Arbeit integriert werden.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ihr erworbenes Wissen weiterzugeben und fachlich korrekt den jeweiligen Adressaten darzustellen. Dabei können sie sowohl detaillierte Sachverhalte mit Mitarbeitern der Fachabteilungen diskutieren als auch generalisierte Aussagen für kostenrechnerische Ziele treffen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
seminaristische Vorlesung/Übung	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Am Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Andreas Haaker, CIIA, CEFA, PD
andreas.haaker@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

Pflichtmodule
Betriebswirtschaft

LITERATUR

BASISLITERATUR

Coenenberg, A. G./Fischer, Th. M./Günther, Th. (neueste Auflage), Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart.

Götze, U. (neueste Auflage), Kostenrechnung und Kostenmanagement, Berlin/Heidelberg.

Schweitzer, M./Küpper, H.-U. et al. (neueste Auflage), Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München.

VERTIEFENDE LITERATUR

Graumann, M. (neueste Auflage), Kostenrechnung und Kostenmanagement: mit Kontrollfragen, Übungsaufgaben und Fallstudien, Herne.

Langenbeck, J./Burgfeld-Schächer, B. (neueste Auflage), Kosten- und Leistungsrechnung, Herne.

Schneider, D. (neueste Auflage), Betriebswirtschaftslehre, Band 2: Rechnungswesen, München/Wien.

Weber, J./Weißberger, B. E. (neueste Auflage), Einführung in das Rechnungswesen. Bilanzierung und Kostenrechnung, Stuttgart.

Wedell, H./Dilling, A. (neueste Auflage), Grundlagen des Rechnungswesens. Lehrbuch und Online-Training mit über 50 Aufgaben, Herne.

SYSTEMISCHES CHANGE MANAGEMENT

Systemisches Denken bedeutet, konsequent mit den klassischen Denkansätzen des Industriezeitalters zu brechen. Wir sind es gewohnt in „Ursachen und Wirkungen“, in „Entweder-Oder“ und „Richtig oder Falsch“ zu denken. Systemisches Change Management leitet sich aus den Grundannahmen der Kybernetik, dem Konstruktivismus und der Systemtheorie ab. In einer sich rasant verändernden Welt mit fragilen politischen Lagen, der Digitalisierung ganzer Branchen und der Frage nach Gestaltung von Lebenswelten nach dem Taylorismus, werden Denkansätze und persönliche Strategien zur Beherrschbarkeit und Deutung komplexer zwischenmenschlicher und organisatorischer Systeme von zentraler Bedeutung sein. Dieses Modul setzt genau hier an. Es vermittelt alternative und flexible Denkansätze und Interaktionsstrategien, um in der Arbeitswelt ebenso wie im Privaten offen für eigene Entwicklung und Veränderung zu bleiben.

MODULCODE
3BW-CHM-60

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studiengang Betriebswirtschaft

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10) bzw. Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10).
- Teilnahme am Modul Kommunikation im beruflichen Kontext (3BW-KiBK-40).
- Teilnahme am Modul: Organisation des Handelsunternehmens (3BW-OdHU-40) bzw. Organisation des Industrieunternehmens (3BW-OdIU-40).
- Teilnahme am Modul Geschäftsprozess- und Qualitätsmanagement (3BW-GPuQM-50).
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Organisatorischer Wandel:** Arten – Ausmaß – Management des Wandels – der system(theoret)ische Blick auf Organisationen – maßgeschneiderter organisatorischer Wandel: Paradigmenwechsel
- **Organisatorischer Wandel und systemisches Denken:** triviale Systeme – nicht-triviale Systeme – lebende Systeme – nicht lebende Systeme
- **Theoretischer Kontext:** Perspektive(n) der Kybernetik – Perspektive(n) des Konstruktivismus – Perspektive(n) der Systemtheorie – Autopoiesis – Sinn und Sinngrenze(n)
- **Systemisches Change Management und Konstruktivismus:** Konstruktivismus und systemisches Denken – Konstruktivismus in Organisationen – Konstruktivismus und Wirklichkeit – Konstruktivismus und innere Landkarten – Konstruktivismus und Wahrheit – Konstruktivismus und Beobachter
- **Orientierung im Systemischen Change Management:** Bescheidenheit – Neugier – Kommunikation – Respekt – Allparteilichkeit – mentale Modelle
- **Kommunikation und Systemisches Change Management:** Wahr-Nehmen – Mit-Teilen – Ver-Stehen – kybernetisches Modell von Kommunikationsprozessen – Zusammenfassung: Systemisches Modell der Kommunikation
- **Systemisches Change Management in Organisationen:** Veränderbarkeit von Organisationen – systemische Vorstellung von Organisation: Absicht, Zielsystem, Sinn, Kommunikation, Rolle
- **Person und Rolle in Organisationen – systemische Perspektive – Rolle und Rollen**
- **Der Prozess des Systemischen Change Managements:** Auftragsklärung – Beobachtung und Analyse – Hypothesenbildung – Intervention – Veränderung 1. und 2. Ordnung – Praxis des Systemischen Change Managements
- **Diskussion von Fällen der eigenen betrieblichen Praxis:** Methoden zur Gestaltung komplexer Veränderungen in Organisationen – Unterscheidung von IST- und SOLL-Zuständen zielorientierten Denkens – Gestalten einer „Change Organisation“ und Kooperation mit Rollen – Anwendung der Prozessschritte Systemischen Change Managements – Situationen der Unbestimmtheit oder Widersprüchlichkeit in Veränderungsprozessen

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden erarbeiten sich ein breites und integriertes Wissen um Gegenstandsbereich und interdisziplinäre Grundlagen des Change-Managements in Arbeitsorganisationen im Allgemeinen und Unternehmen im Besonderen. Weiterhin erfahren die Studierenden alternative Denk- und Interaktionsweisen aktuell vorherrschender Paradigmen zwischenmenschlicher Kommunikation. Den Studierenden werden Perspektivwechsel im konkreten Phänomen-Raum zugänglich. Insgesamt erhalten Studierende eine erhöhte Flexibilität in der Eigen- und Fremdwahrnehmung im beruflichen und intersubjektiven Kontext.

Wissensvertiefung

Die Studierenden erhalten ein kritisches Verständnis zu den wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden aus der Kybernetik, dem Konstruktivismus und der Systemtheorie. Die Studierenden werden befähigt, ihr Wissen disziplinübergreifend zu vertiefen und anzuwenden. Ihr Wissen und Verstehen entsprechen dem Stand der Fachliteratur und den subjektiven Erkenntnissen aus den praktischen Übungen und Workshop-Formaten. Zudem werden Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung der Systemtheorie und des Change-Managements vertiefend vermittelt.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Den Studierenden werden fundierte Prozessketten zur Gestaltung Systemischer Change-Management-Prozesse vermittelt. Die Studierenden können eine Auftrags- bzw. Mandatsklärung, eine Hypothesenbildung, Interventionen und die qualitative Absicherung von Veränderungsprozessen gestalten. Zudem werden ihnen die grundlegenden Paradigmen Systemischen Denkens und Handelns vermittelt.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, sich eigeninitiativ im Fachbereichen der Kybernetik, dem Konstruktivismus, der Systemtheorie und dem Systemischen Change Management zu orientieren, sich neue oder weiterführende Informationen zu erarbeiten und zu reflektieren, diese aufzubereiten, zu bewerten, hinsichtlich unterschiedlicher Problemstellungen zu interpretieren und dauerhaft in ihren Wissensfundus aufzunehmen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden verfügen über die Kompetenz, ihr theoretisches Wissen in den Fachbereichen der Kybernetik, des Konstruktivismus und der Systemtheorie strukturiert darzustellen und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen zu formulieren. Ebenfalls erwerben die Studierenden die kommunikative Kompetenz, ihre praktischen Erkenntnisse strukturiert zu kommunizieren und als Diskussionsgrundlage zu offenbaren.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
seminaristische Vorlesung/ Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Am Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Uwe Wetterau, M.A.
uwe.wetterau@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Cooperirider, D. L./Whitney, D. (neueste Auflage), Appreciative Inquiry: A Positive Revolution in Change, San Francisco.

Seliger, R. (neueste Auflage), Systemische Beratung der Gesellschaft – Strategien für die Transformation, Heidelberg.

Seliger, R. (neueste Auflage), Das Dschungelbuch der Führung – Ein Navigationssystem für Führungskräfte, Heidelberg.

Simon, F. B. (neueste Auflage), Einführung in Systemtheorie und Konstruktivismus, Heidelberg.

VERTIEFENDE LITERATUR

Bateson, G. (neueste Auflage), Ökologie des Geistes. Anthropologische, psychologische, biologische und epistemologische Perspektiven, Frankfurt am Main.

Foerster, H. von (neueste Auflage), Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners – Gespräche für Skeptiker, Heidelberg.

Picot, A./Freudenberg, H./Gaßner, W. (neueste Auflage), Management von Reorganisationen. Maßschneidern als Konzept für den Wandel, Wiesbaden.

Maturana, H. (neueste Auflage), Was ist erkennen? Die Welt entsteht im Auge des Betrachters, München.

Watzlawick, P. (Hrsg.) (neueste Auflage), Die erfundene Wirklichkeit. Wie wir wissen, was wir zu wissen glauben, München.

PFLICHTMODULE STUDIENRICHTUNG HANDEL

GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE DES HANDELS

Gegenstand der Vorlesung »Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels« ist die Einführung in die Disziplin »Betriebswirtschaftslehre« im Allgemeinen und die »Einführung in die Betriebswirtschaftslehre des Handels« bzw. das »Handelsmanagement« im Besonderen. Besprochen werden (handels-)betriebliche Grundtatbestände, Begriffe und Methoden. Im Zentrum steht ein Überblick über die Inhalte der Betriebswirtschaftslehre und des Handelsmanagements, wobei neben der Auseinandersetzung mit der inhaltlichen und thematischen Entwicklung des Faches Wert auf die Vermittlung aktuellen Basiswissens der Betriebswirtschaftslehre und des Handelsmanagements gelegt wird. Ebenso wie wissenschaftliche werden praktische Problemstellungen und Problemlösungen behandelt.

MODULCODE
3BW-BWLGH-10

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung BW-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

- **Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre:** Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe – Teilgebiete der Betriebswirtschaftslehre – Prinzipien betriebswirtschaftlichen Handelns
- **Das Unternehmen und seine Umwelt:** Typologien von Unternehmen - Rechtsformen von Unternehmen – Verbindungen von Unternehmen
- **Einstieg in das Unternehmensmanagement:** Übersicht relevanter Managementfunktionen – Organisationseinheiten in Unternehmen

GRUNDLAGEN DES HANDELSMANAGEMENTS

- **Handel und Handelsumfeld:** Begrifflichkeiten und Daten des Handels – Ausgewählte Erscheinungsformen und Typen des Handels – Makro- und Mikro-Umfeld des Handels
- **Theorien und Strategien des Handelsmanagements:** Basiswissen zur Managementforschung und zu Managementansätzen - Strategien zur Profilierung im Handel – Strategien zur Standortwahl im stationären Handel – Strategien zur Verkaufsraumgestaltung im Offline- und Online-Handel – Strategien zur Gestaltung von Serviceleistungen im Offline- und Online-Handel
- **Informationssysteme des Handelsmanagements:** Überblick über Arten von Warenwirtschaftssystemen und deren Komponenten – Aktuelle Trends in der Digitalisierung

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls kennen und verstehen die Studierenden die inhaltlichen und methodischen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und des Handelsmanagements. Sie können die Teilbereiche der Betriebswirtschaftslehre als auch die Funktionsbereiche eines (Handels-)Unternehmens unterscheiden und charakterisieren. Die Studierenden verstehen die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge und können das Fach als wissenschaftliche Disziplin einordnen. Sie kennen relevante Typologien und Rechtsformen von Unternehmen. Die Studierenden erhalten das Wissensfundament für den erfolgreichen Einstieg in die weiteren Fachgebiete der Betriebswirtschaftslehre und damit auch die Basis für die spätere Übernahme von Führungsaufgaben und die Gründung von Unternehmen.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um grundlegende Theorien, Prinzipien und ausgewählte Methoden der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des Handelsmanagements umzugehen. In Situationen mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbstständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und basalen Theorien der Betriebswirtschaftslehre und des Handelsmanagements haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, konstitutive und operative Grundprobleme der Betriebswirtschaftslehre zu analysieren und theoriebasierte, ggf. operationalisierbare Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Sie nutzen das „Handwerkszeug“ der Betriebswirtschaftslehre auch im Sinne der Entwicklung, Erhebung und Interpretation betrieblicher Kennzahlen und der Entwicklung einfacher Planungs- und Zielsysteme.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren akademischen und beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen bzw. Probleme einzustellen und kontextbezogen angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen dieser Fachdisziplin auszuwählen und selbständig zu erschließen.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden grundlegende Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre und des Handelsmanagements gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND

Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)

Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Christine Schmidt
christine.schmidt@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Gonschorek, T. (Hrsg.) (neueste Auflage), Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure. Lehr- und Praxisbuch, München.

Rudolph, T. (neueste Auflage), Modernes Handelsmanagement. Eine Einführung, Stuttgart.

Swoboda, B./Foscht, T./Schramm-Klein, H. (neueste Auflage): Handelsmanagement. Offline-, Online- und Omnichannel-Handel, München.

Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K. (neueste Auflage): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden.

Vahs, D./Schäfer-Kunz, J. (neueste Auflage), Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart.

VERTIEFENDE LITERATUR

Barth, K./Hartmann, M./Schröder, H. (neueste Auflage): Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden.

Birkin, M./Clarke, G./Clarke, M. (neueste Auflage): Retail Location Planning in an Era of Multi-Channel Growth, London/New York.

Corsten, H./Roth, S. (neueste Auflage): Handbuch Dienstleistungsmanagement, München.

Fernie, J./Fernie, S./Moore, C. M. (neueste Auflage): Principles of Retailing, London/New York.

Haller, S./Wissing, C. (neueste Auflage): Dienstleistungsmanagement. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden.

Meffert, H./Bruhn, M./Hadwich, K. (neueste Auflage): Dienstleistungsmarketing. Grundlagen – Konzepte – Methoden, Wiesbaden.

Valery, R. (neueste Auflage): Retail Product Management. Buying and merchandising, London/New York.

Zeitschriften wie » WiST – Wirtschaftswissenschaftliches Studium« und »Journal of Business Economics (JBE)«.

BETRIEBLICHE INFORMATIONSSYSTEME DES HANDELS

Das Modul liefert eine domänenorientierte Einführung in die Wirtschaftsinformatik. Den Zugang zum Modul liefern Best Practise Lösungen zu Informations- und Kommunikationssystemen (IKS) im Handel. Konzeption, Entwicklung und Wartung der Systeme werden angeschnitten. Der Schwerpunkt liegt auf der Einführung und Nutzung betrieblicher Anwendungssysteme.

MODULCODE
3BW-BISdH-10

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFTSINFORMATIK

- **Methoden, Erkenntnisobjekte und Nutzen der Wirtschaftsinformatik im betrieblichen Kontext**
- **Systembegriff der Informatik:** Trennung von soziotechnischem Informationssystem und betrieblichem Basissystem der Leistungserstellung – Trennung von Informations- und Anwendungssystem – Trennung von Informations- und Materialflüssen

HANDELSINFORMATIONSSYSTEME (HIS)

- **Arten und Aufbau von Informationssystemen:** Abgrenzung und Erläuterung von Enterprise Resource Planning (ERP) – Handelsinformationssystem (HIS) – Warenwirtschaftssystem (WWS) und Kommunikationssystemen

- **Auswahl und Einführung:** Softwarelebenszyklus – Qualität von Software (z. B. nach ISO/IEC 25010:2011) – Spezifikation von Anforderungen (z.B. mit Lasten- oder Pflichtenheft oder nach IEEE 29148) – Projektmanagement zur Einführung von Informationssystemen (Ziele, Ablauf und Organisation der Projekte) – Bewertung von Kosten und Nutzen der Informationssysteme (z.B. durch Total Cost of Ownership und Nutzwertanalyse)
- **Architektur von Handelsinformationssystemen:** Handels-H-Modell, fachliche Schnittstellen der HIS – Cloud-Lösungen und On Premise
- **Information Security:** Identifikation und Evaluierung von Risiken, Maßnahmen und Monitoring von Aktivitäten – ausgewählte Technologien (z.B. Verschlüsselung oder Elektronische Signatur)

STRATEGISCHE BEDEUTUNG VON HIS

- **Big Data und Künstliche Intelligenz (BD und KI, Ausblick Modul 3BW-SBDDS-20):** HIS als Datenbasis – Wettbewerbsvorteile durch HIS
- **Digitale Transformation (DT, Ausblick Modul 3BW-DTHVG-34):** Digitale Wertschöpfungsketten in und außerhalb von Handelsunternehmen – Digitale Geschäftsmodelle (z.B. Digitale Produkte und Dienstleistungen, Digitale Vertriebs- und Verkaufskanäle)
- **Geschäftsprozessmanagement (GPM, Ausblick Modul 3BW-GPuQM-50):** Referenzmodelle im Handel – Rolle der HIS im Qualitätsmanagement von Handelsunternehmen (Herstellung des Bezugs zum Modul 3BW-GPuQM-50)

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ihr Systemverständnis um den Begriff des Soziotechnischen Informationssystems erweitert. Auf dieser Basis können sie den Aufbau von Handelsinformationssystemen erklären und haben deren Funktionsweise verstanden. Handelsinformationssysteme der betrieblichen Praxis können sie in das Spektrum der besprochenen Systemlandschaften einordnen. Darüber hinaus können sie situativ beurteilen, welchen mutmaßlichen Nutzen ein konkretes Handelsinformationssystem einem Unternehmen stiftet.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, bereits erlernte Unternehmensfunktionen einem betrieblichen Informationssystem zuzuordnen. Sie erkennen für bereits bekannte betriebswirtschaftliche Zusammenhänge die operative und strategische Bedeutung von Informationssystemen. Neben der bloßen Kenntnis unterschiedlicher thematischer Aspekte der handelsbetrieblichen Informationssysteme haben Sie ein vertieftes anwendungsbereites Verständnis um deren Auswahl, Einführung und Architektur. Die sog. Information Security identifizieren sie als strategisch relevantes Handlungsfeld.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden kennen und verstehen einfache Methoden und Verfahren der Wirtschaftsinformatik. Sie sind dazu in der Lage, ihr Wissen zur Analyse und Auswahl situativ geeigneter betrieblicher Informationssysteme im Handelsunternehmen anzuwenden und ihre Entscheidung zu begründen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden kennen den Systembegriff der Informatik. Sie erkennen die Grenzen und Möglichkeiten bei der Gestaltung betrieblicher Informationssysteme in Handelsunternehmen. Sie kennen den Lebenszyklus von Informationssystemen und verstehen ihre fachlichen Aufgaben in dessen jeweiligen Phasen. Sie sind dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen auszuwählen und selbstständig zu erschließen. Sie kennen angrenzende Handlungsfelder wie Big Data, künstliche Intelligenz oder digitale Transformation und verstehen die zugrundeliegenden gedanklichen Verbindungen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, sich mit Fachvertretern aus der Informatik über Eigenschaften und Anforderungen von soziotechnischen Informationssystemen auszutauschen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND

Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Seminar/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)

Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Steffen Greiffenberg
steffen.greiffenberg@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Ferstl, O. K./Sinz, E. J. (neueste Auflage), Grundlagen der Wirtschaftsinformatik, München.

Becker, J./Schütte, R. (neuste Auflage), Handelsinformationssysteme, Frankfurt am Main.

Schweitzer, F./Müller, G. (neueste Auflage), ERP-Systeme: Lehrbuch für das Bachelorstudium an Berufsakademien und Dualen Hochschulen, Berlin.

VERTIEFENDE LITERATUR

ISO/IEC/IEEE 29148:2018

ISO/IEC 25010:2011

MARKTFORSCHUNG, KONSUMENTENVERHALTEN UND HANDELSMARKETING

In diesem Modul erhalten die Studierenden einen grundlegenden Einblick in die qualitative und quantitative Marktforschung. Die fallstudienspezifische Vermittlung der Inhalte ermöglicht es den Studierenden, Marktforschungsprojekte zu entwickeln, durchzuführen und auszuwerten, um bereits ergriffene Marketingmaßnahmen zu evaluieren bzw. den Einsatz neuer Marketingmaßnahmen auf Basis entsprechender Daten über das Konsumentenverhalten auszurichten. Dafür erlernen die Studierenden die Grundlagen der Entwicklung und Umsetzung strategischer Marketingkonzepte im Handels- und Dienstleistungssektor. Ebenso wird der Marketingmanagementprozess als systematischer Planungs- und Entscheidungsprozess zur Festlegung und Gestaltung von Marketingzielen, -strategien und -instrumenten vorgestellt und besprochen. Die Studierenden erhalten darüber hinaus Einblick in die grundlegenden Strukturen des Konsumentenverhaltens.

MODULCODE
3BW-MFKHM-20

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung BW-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftliches Arbeiten (3BW-WWWS-10)
- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

MARKTFORSCHUNG

- Grundlagen der Marktforschung (Begrifflichkeiten, Merkmale)

- Prozess der Marktforschung und Wahl des Forschungsansatzes (explorativ, deskriptiv, kausal)
- Wahl der Datenerhebungsmethoden (Sekundär- und Primärforschung)
- Konzeptualisierung und Operationalisierung sowie Stichprobenbildung
- Methoden der Datenanalyse und -auswertung
- Spezifische Methoden der Marktforschung im Handel

KONSUMENTENVERHALTEN UND HANDELSMARKETING

- **Marketing – Grundlagen:** Grundlagen des Marketings (Begrifflichkeiten, Merkmale, Entwicklungsphasen) – Unternehmen und Absatzmarkt (Marktabgrenzung und -segmentierung) – Besonderheiten des Handelsmarketings, insbes. am Point of Sale
- **Marketing – Ziele, Strategien und Instrumente:** Marketingmanagementprozess – Analyse der Ausgangssituation als Ausgangspunkt der Strategiebildung – Ökonomische und psychographische Marketingziele – Marketinginstrumente (Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Distributionspolitik)
- **Grundlagen des Konsumentenverhaltens:** Grundlagen des Konsumentenverhaltens (Begrifflichkeiten, Trends, Entwicklungsphasen) – Psychische Einflussgrößen, insbesondere aktivierende (Aktivierung, Emotion, Motivation), kognitive (Informationsaufnahme, -verarbeitung und -speicherung) sowie komplexe(re) Prozesse (Werte) – Sozio-kulturelle Einflüsse, insbesondere der näheren sozialen Umwelt (bspw. durch Meinungsführer, direkte Bezugsgruppen) und der weiteren sozialen Umwelt (bspw. Kultur)

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Marktforschung

Die Studierenden erhalten im Rahmen der Veranstaltung ein umfassendes Wissen hinsichtlich der Grundlagen und Methoden der Marktforschung, wobei ein zunehmendes Verständnis für die Zusammenhänge zwischen Datenerhebung, -analyse und -auswertung im Mittelpunkt der Wissensvermittlung steht. Nach Abschluss des Teilmoduls können die Studierenden beschreiben und erklären, was Marktforschung ist. Sie kennen und verstehen unterschiedliche qualitative und quantitative Methoden der Marktforschung, können diese erklären und anwenden. Sie verfügen über ein differenziertes Verständnis davon, an welchen Punkten des Marketingprozesses die verschiedenen Methoden der Marktforschung einzubinden sind, um auf deren Basis das Kundenverhalten zu analysieren und fundierte Marketingentscheidungen fällen zu können.

Handelsmarketing und Konsumentenverhalten

Die Studierenden erarbeiten sich ein breites und integriertes Wissen hinsichtlich der absatzwirtschaftlichen Prozesse, welches das Fundament für die umfassende Entwicklung von Marketingkonzepten – basierend auf Marketingzielen, -strategien und -instrumenten – darstellt. Darüber hinaus erhalten die Studierenden

Grundlagenwissen über die klassischen Marketinginstrumente im Allgemeinen und deren konkrete Ausgestaltungsmöglichkeiten im Handelskontext im Speziellen.

Weiterhin erarbeiten sich die Studierenden ein umfassendes Wissen hinsichtlich der Einflussgrößen des Konsumentenverhaltens, welches einerseits das Fundament für ein umfassendes Verständnis für komplexe Ursache-Wirkungsbeziehungen darstellt und andererseits das Verstehen der – im Handelskontext relevanten – Konsumententscheidungen und -handlungen erleichtert.

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden absatzwirtschaftliche Prozesse, grundlegende Marketinginstrumente, deren Ausgestaltungsmöglichkeiten im Handelskontext und grundsätzliche Einflussgrößen des Konsumentenverhaltens im Handelskontext benennen, beschreiben, erklären, analysieren und beurteilen

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein umfassendes Verständnis hinsichtlich des Zusammenspiels der Marketing- und Unternehmensziele im Handelskontext und entsprechende Kenntnisse und Fertigkeiten, eben diese Ziele mit Hilfe der Instrumente des Marketings zu realisieren, um ein Unternehmen erfolgreich am Markt zu positionieren. Dafür lernen die Studierenden, wie diese Ziele durch qualitative und quantitative Marktforschungsaktivitäten zielgenau geplant, umgesetzt und evaluiert werden können. Zudem verfügen die Studierenden über ein differenziertes Verständnis des Zusammenspiels der aktivierenden (Aktivierung, Konsumentenbedürfnisse und -motive, Emotionen), kognitiven (Informationsaufnahme, -verarbeitung und -speicherung) und komplexen Konstrukte (Werte) im Konsumentenverhalten. Die Studierenden können die Wirkung von im Handelskontext praktizierten und praktizierbaren Marketingmaßnahmen auf das Konsumentenverhalten einschätzen, analysieren und beurteilen. In diesem Zusammenhang verstehen sie, dass Konsumenten in ein soziales Netzwerk eingebettet sind, das Einfluss auf individuelle oder kollektive Konsumententscheidungen hat.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können auf Basis ihrer Kenntnisse über die einzelnen Schritte des Marktforschungsprozesses das Kundenverhalten sowie die Wirkung einzelner Marketingmaßnahmen auf die Kaufentscheidungen von Konsumenten analysieren. Dafür können sie situationsangemessen und zielorientiert geeignete Methoden der Datenerhebung und -auswertung wählen, ihre Auswahl begründen und schließlich umsetzen. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Aspekte praktischer Fragestellungen auf Basis der erlernten Marktforschungsmethoden zu bearbeiten und die Ergebnisse empirischer Studien zu interpretieren. Auf dieser Basis können sie zu einer auf die Zielgruppe zugeschnittenen Kampagnenplanung zur Erreichung der gesetzten Marketingziele und -strategien beitragen. Aufgrund ihrer umfassenden Kenntnisse über das Zusammenspiel der aktivierenden, kognitiven und komplexen Konstrukte, welche das Entscheidungsverhalten der (potentiellen) Konsumenten prägen, können die Studierenden Produkte und Marken so positionieren und von den Wettbewerbern abgrenzen, dass diese in einer Konsumsituation präferiert

werden. D. h., dass die Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis des Verhaltens der (potentiellen) Konsumenten insbesondere im Handelskontext haben und Maßnahmen konzipieren, umsetzen und evaluieren können, die geeignet sind, formulierte Marketingziele zu realisieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, begründet zu entscheiden, welches Analyseverfahren für ein konkretes Marktforschungsproblem am besten geeignet ist und wie erhobene Daten sinnvoll ausgewertet und interpretiert werden können. Darüber hinaus können sie die erworbenen Marktforschungskenntnisse auf praktische Problemstellungen im Branchenkontext übertragen, erhobene Daten analysieren, interpretieren und kritisch bewerten, um individuelle Maßnahmen zur Erreichung der Marketingziele ergreifen zu können. Ansätze, Methoden und Gütekriterien der Marktforschung können sie erläutern und kritisch beurteilen. Darüber hinaus können sie ihr erworbenes Wissen über das Konsumentenverhalten auf praktische Problemstellungen im Handelskontext übertragen, erhobene Daten analysieren, interpretieren und kritisch-reflexiv bewerten, um individuelle Maßnahmen zur Erreichung der Marketingziele ergreifen zu können.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden vertiefen die theoretischen Marktforschungsgrundlagen durch eigene Literaturrecherchen und -studien. Neben Vortrags- und Einzelarbeitsphasen lernen und arbeiten sie gemeinsam in Gruppen. Die Studierenden erwerben somit kommunikative Kompetenz in wissenschaftlicher sowie praktischer Hinsicht. Insbesondere bei der Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit werden konstruktive Mitarbeit, Argumentationsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Kritikfähigkeit entwickelt.

Sie beherrschen das Fachvokabular zur Erklärung des Konsumentenverhaltens und können die Zusammenhänge zwischen den psychologischen Grundlagen des Konsumentenverhaltens und den Einfluss auf das Handelsmarketing Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darlegen. Sie verfügen darüber hinaus über die Kompetenz, ihr Wissen und entwickelte Standpunkte über Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens strukturiert darzustellen und geeignete Handlungsempfehlungen zur Erreichung übergeordneter Marketingziele zu formulieren.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Marktforschung	Vorlesung/Übung/Workshop	30
	Projekt	18
Handelsmarketing und Konsumentenverhalten	Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72
ARBEITSAUFWAND GESAMT		240

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Zwei Präsentationen	30		Während der Theoriephase	je 50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Dr. Sophie Ruckau
sophie.ruckau@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Bruhn, M./Meffert, H./Hadwich, K. (neueste Auflage), Handbuch Dienstleistungsmarketing. Planung-Umsetzung-Kontrolle, Wiesbaden.

Fantapié Altobelli, C. (neueste Auflage), Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, München.

Homburg, C. (neueste Auflage), Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden.

Kreis, H./Wildner, R./Kuß, A. (neueste Auflage), Marktforschung. Datenerhebung und Datenanalyse, Wiesbaden.

Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (neueste Auflage), Konsumentenverhalten, München.

Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M./Eisenbeiß, M. (neueste Auflage), Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte–Instrumente–Praxisbeispiele, Wiesbaden.

Raab, G./Unger, A./Unger, F. (neueste Auflage), Methoden der Marketing-Forschung. Grundlagen und Praxisbeispiele, Wiesbaden.

Solomon, M. R./Schulz, U. (neueste Auflage), Konsumentenverhalten, Hallbergmoos.

VERTIEFENDE LITERATUR

- Döring, N./Bortz, J. (neueste Auflage), Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin/Heidelberg.
- Foscht, T./Swoboda, B./Schramm-Klein, H. (neueste Auflage), Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen, Wiesbaden.
- Gansser, O./Krol, B. (neueste Auflage), Moderne Methoden der Marktforschung. Kunden besser verstehen, Wiesbaden.
- Heinemann, G. (neueste Auflage), Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels. Kundenzentralität und ultimative Usability für Stadt und Handel der Zukunft, Wiesbaden.
- Heinemann, G./Gehrckens, M./Täuber, T. (neueste Auflage): Handel mit Mehrwert. Digitaler Wandel in Märkten, Geschäftsmodellen und Geschäftssystemen, Wiesbaden.
- Homburg, C. (neueste Auflage), Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden.
- Moser, K. (Hrsg.) (neueste Auflage), Wirtschaftspsychologie, Heidelberg.
- Naderer, G./Balzer, E. (Hrsg.) (neueste Auflage), Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. Grundlagen – Methoden – Anwendungen, Wiesbaden.
- Trommsdorff, V. (neueste Auflage), Konsumentenverhalten, Stuttgart.

NORMATIVES UND STRATEGISCHES MANAGEMENT DES HANDELSUNTERNEHMENS

Im Zentrum der Veranstaltung stehen wesentliche Inhalte, Theorien und Methoden der normativen und strategischen Führung von Handelsunternehmen, um Antworten auf die Frage vorzustellen und zu begründen, was unternommen werden kann, um ebendiese erfolgreich im Markt zu halten. Neben qualitativen normativen Steuerungsinstrumenten werden handelstypische Gesamtunternehmens- und Geschäftsfeldstrategien unter dem Aspekt der Unternehmenspositionierung und -profilierung besprochen. Unternehmensumwelt und Unternehmensressourcen werden als komplementäre, steuerungsrelevante Ansatzpunkte vorgestellt, differenziert und diskutiert. Die Vorlesung bildet eine verbindende Klammer um im weiteren Studienverlauf getrennt behandelte betriebswirtschaftliche Themen.

MODULCODE
3BW-NOSMH-20

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10) bzw. Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLG-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement (3BW-GMINM-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des ersten Praxismoduls über Managementphilosophie, Vision, Mission, Leitbild, Corporate Identity und Kultur ihres Unternehmens. Sie bringen die Strategie, Strategieentwicklung(sprozess), Instrumente der strategischen Planung und angestrebte(n) Wettbewerbsvorteil(e) ihres Partner-Unternehmens in Erfahrung.

LERNINHALTE

Ausgehend von der Frage, welchem Zweck die Auseinandersetzung mit der Führung von **Handels**unternehmen dient und welche Herangehensweisen an die Beantwortung der Frage möglich sind, fokussiert die Lehrveranstaltung insbesondere folgende Schwerpunkte:

- **Erfolgreiche Führung von Handelsunternehmen:** Erfolg und Erfolgspotentiale des Handelsunternehmens, unternehmensinterne und -externe Erfolgsursprünge: Market-Based-View und Resource-Based-View
- **Megatrends im (Handels-)Management:** Megatrend: Begriff, Konzept, Relevanz – Rahmenbedingungen des Managements von Handelsunternehmen: Risiko, Unsicherheit und Ungewissheit – Komplexität, Komplexitätstreiber im Handel – Schwarze Schwäne – Möglichkeiten und Grenzen strategischer (Handels-)Unternehmensplanung
- **Handelsunternehmen im frühen 21. Jahrhundert:** Digitalisierung und Datenökonomie – Konsum und Konsument in der Datenökonomie – Fallstudien und Szenarien
- **Unternehmensführung als Management der Unternehmensentwicklung in drei Dimensionen:** normative Unternehmensführung – strategische Unternehmensführung – operative Unternehmensführung
- **Normative Führung des Handelsunternehmens:** Unternehmensphilosophie – Unternehmensvision – Unternehmenspolitik – Unternehmensmission – Unternehmensleitbild – Unternehmenskultur
- **Strategische Führung des Handelsunternehmens:**
 - Strategische Planung und strategischer Planungsprozess – Makromodell der Unternehmensumwelt und Umweltanalyse – Wettbewerbsvorteile – Strategie und Strategieentwicklung – ausgewählte Werkzeuge der Strategieentwicklung: Szenario-Analyse, Five-Forces-Modell, Blue-Ocean-Strategie, Effectuation
 - Strategieentwicklung auf Gesamtunternehmensebene: Geschäftsfeldsegmentierung und Geschäftsfeldplanung – ausgewählte Aspekte der Diversifikation im Handel – ausgewählte Aspekte der Internationalisierung von Handelsunternehmen – ausgewählte Aspekte der vertikalen Integration und der Kooperation von Handelsunternehmen
 - Strategieentwicklung auf Geschäftsfeldebene: Wettbewerbsstrategien – Positionierung von Handelsunternehmen – Basisstrategien – spezifische Strategien – Multi- und Omnichannel-Strategien – Retail Branding als integrative Klammer unterschiedlicher Positionierungsstrategien – Strategien des Großhandels
 - Marktteilnehmerstrategien: Marktbearbeitung – Kundenstrategie - Verhaltensstrategien
 - Verweis auf Marketinginstrumentenstrategien: Leistung – Distribution – Kommunikation – Konditionen – Personal
 - Möglichkeiten der Strategiebewertung: Prämissen-, Durchführungs- und Ergebniskontrolle
- **Beschließende Überlegungen:** Strategie, Genie oder Zufall? Oder: Erfolgreich trotz eklatanter Erfolglosigkeit?

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls die Gestaltungsfelder des normativen und strategischen Managements von Handelsunternehmen nennen, beschreiben und erklären, klassische und zeitgenössische Inhalte, Theorien und Instrumente des normativen und strategischen Managements von Unternehmen unterscheiden, beschreiben, erklären und kritisch beurteilen. Sie sind in der Lage, die Ausgestaltung normativen und strategischen Managements eines Unternehmens zu diagnostizieren und hinsichtlich seiner betriebswirtschaftlichen Eignung zu beurteilen.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um die normative und strategische Führung von Unternehmen umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien des normativen und strategischen Managements von Unternehmen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Inhalte, Theorien und Instrumente des normativen und strategischen Managements auf Unternehmen zu übertragen, operationalisierbare Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln und umzusetzen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren akademischen und beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen bzw. Probleme einzustellen und kontextbezogen angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen dieser Fachdisziplin auszuwählen und selbständig zu erschließen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen der normativen und strategischen Steuerung von Unternehmen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Seminaristische Vorlesung	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Präsentation	30		Während der Theoriephase.	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Grassmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Abegglen, Ch./Bleicher, K. (neueste Auflage), Das Konzept integriertes Management. Visionen, Missionen – Programme, Frankfurt/New York.

Swoboda, B./Foscht, T./Schramm-Klein, H. (neueste Auflage), Handelsmanagement. Offline-, Online- und Omnichannel-Handel, München.

Müller, H.-E./Wrobel, M. (neueste Auflage), Unternehmensführung. Strategie – Management – Praxis, Berlin/Boston.

VERTIEFENDE LITERATUR

Becker, F. G. (neueste Auflage), Grundlagen der Unternehmensführung. Einführung in die Managementlehre, Berlin.

Dillerup, R./Stoi, R. (neueste Auflage), Unternehmensführung. Management & Leadership. Strategien – Werkzeuge – Praxis, München.

Grant, R. M. (neueste Auflage), Moderne Strategische Unternehmensführung: Konzepte, Analysen und Techniken, Weinheim.

Hungenberg, H./Wulf, T. (neueste Auflage), Grundlagen der Unternehmensführung. Einführung für Bachelorstudierende, Wiesbaden.

Nicolai, A./Kieser, A. (2002), Trotz eklatanter Erfolglosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs, in: DBW, Jahrgang 62, Heft 6, S. 579 - 596.

Porter, M. E. (neueste Auflage), Wettbewerbsstrategie. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, Frankfurt am Main.

Rust, H. (neueste Auflage), Strategie? Genie? Oder Zufall? Was wirklich hinter Managementenerfolgen steckt, Wiesbaden.

Schein, E. H. (neueste Auflage), Organisationskultur und Leadership, München.

PREIS- UND SORTIMENTSMANAGEMENT

In der Veranstaltung werden grundlegende und vertiefende Kenntnisse hinsichtlich der Konzeption und Anwendung des erfolgs- und wertorientierten Preismanagements unter besonderer Berücksichtigung von interdependenten Sortimentsentscheidungen im Handel besprochen.

MODULCODE
3BW-PuSM-30

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul »Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement« (3BW-GMINM-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Begriff und Funktion des Preises**
- **Preis als Gewinntreiber:** Wirkung und Bedeutung des Preises hinsichtlich des Gewinnziel im Vergleich zu anderen Gewinntreibern
- **Preis und Management:** Preis als Marketinginstrument – Verständnis der Rolle des Preises – Preismanagement als Prozess
- **Strategie des Preises:** insbes. Ziele und Preispositionierung
- **Ökonomie des Preises:** insbes. Analyse preisrelevanter Informationen, Preisabsatzfunktionen
- **Psychologie des Preises:** traditionelle Psychologie des Preises – Behavioral-Pricing
- **Grundzüge des Sortimentsmanagements:** Bedeutung und Grundlagen der Sortimentspolitik – sortimentspolitische Entscheidungsprobleme – Sortimentssteuerung – spezielle Problemstellungen im Rahmen der Sortimentsplanung

- **Optimale ein- und mehrdimensionale Preis- und Sortimentsentscheidungen:** insbes. Preisbildungsverfahren – Preisdifferenzierung – kurz- und langfristig optimale Preise
- **Preis- und Sortimentscontrolling**
- **Überblick über das Preismanagement für Konsum- und Industriegüter sowie Dienstleistungen**
- **Preismanagement im Handelsbetrieb**
- **Innovationen im Preismanagement:** z.B. Flatrates, Freemium, interaktive Preismodelle, Pay-per-Use, neue Preismetriken, zweiseitige Preissysteme, negative Preise, Grenzkosten von Null und Sharing-Economy, innovative Zahlungssysteme

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen traditionelle und innovative Instrumente des Preis- und Sortimentsmanagements und können diese bei der erfolgsorientierten Planung sowie deren Umsetzung und Kontrolle in Handelsunternehmen anwenden. Sie sind in der Lage, für unterschiedliche Problemsituationen selbstständig praxisgerechte Preis- und Sortimentsstrategien zu entwickeln und deren Umsetzung sicherzustellen.

Wissensvertiefung

Das Modul gewährleistet eine anwendungsorientierte Vertiefung der Kenntnisse über Methoden und Instrumente des Preis- und Sortimentsmanagements, welche u.a. eine Grundlage des Erfolgscontrollings bilden.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Preis- und Sortimentskonzeptionen für Unternehmen zu entwickeln und den Einsatz entsprechender Strategien zu planen. Praxisfälle bilden die Basis für die praxisgerechte Übertragbarkeit der vermittelten Lehrinhalte.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren akademischen und beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen bzw. Probleme einzustellen und angemessene Vorschläge zur Preis- und Sortimentsgestaltung zu entwickeln. Sie sind dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zur Preis- und Sortimentsgestaltung auszuwählen und selbstständig zu erschließen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, preis- und sortimentspolitische Entscheidungen zu formulieren und zu begründen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu verteidigen und Konzeptionen zu kritisieren.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Während der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Andreas Haaker, CIIA, CEFA, PD
andreas.haaker@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Ahlert, D./Kenning, P./Brock, Ch. (neueste Auflage), Handelsmarketing, Abschnitt 7 (Die Sortimentspolitik), Wiesbaden.

Simon, H./Fassnacht, M. (neueste Auflage), Preismanagement. Strategie – Analyse – Entscheidung - Umsetzung, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Ahlert, D. et al. (Hrsg.) (neueste Auflage), Sortimentsstrategien in Industrie und Handel, Frankfurt am Main.

Cöster, M. et al. (neueste Auflage), Strategic and Innovative Pricing. Price Models for a Digital Economy, New York/London.

Czech-Winkelmann, S. (neueste Auflage), Lexikon Sortimentspolitik. Gestaltung – Schnittstellen – Management – Kennzahlen, Frankfurt am Main.

Haaker, A. (2021), Gewinntreiberanalyse – Teil 1: Analyse der Wirkungskette der Gewinntreiber zur Fundierung von Ergebnisprognosen und Rechenschaft, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung (IRZ), 16. Jg., Heft 7/8, S. 313-317.

Haaker, A. (2021), Gewinntreiberanalyse – Teil 2: Anwendung anhand eines Fallbeispiels, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung (IRZ), 16. Jg., Heft 9, S. 373-380.

Simon, H. (neueste Auflage), Preisheiten – Alles, was Sie über Preise wissen müssen, Frankfurt/New York.

Simon, Hermann (neueste Auflage), Am Gewinn ist noch keine Firma kaputt gegangen, Frankfurt/New York.

LOGISTIKMANAGEMENT IM HANDEL: METHODEN UND SYSTEME

Gegenstand des Moduls ist die umfassende Einführung in die betriebswirtschaftliche Disziplin »Logistikmanagement«. Aufbauend auf der Definition fachspezifischer Begrifflichkeiten werden insbesondere wichtige Methoden und Systeme zur Umsetzung des Logistikmanagements im Kontext von Handelsunternehmen betrachtet. Die Wissensvermittlung erfolgt durch die Kombination von Vorlesung, Übung und Kolloquium. Bezüge zu aktuellen gesamtwirtschaftlichen Trends, wie die zunehmende Digitalisierung und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit, werden im Modul entsprechend hergestellt. Das Modul schließt mit einer Portfolioprüfung bestehend aus Hausarbeit und Referat ab.

MODULCODE
3BW-LMH-30

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10)
- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme des Handels (3BW-BISdH-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Definition der Begriffe »Logistik« und »Logistikmanagement«**
- **Abgrenzung des Logistikmanagements zu anderen Managementansätzen:** Abgrenzung zum Produktionsmanagement – Abgrenzung zum Supply Chain Management
- **Triebkräfte zur Entstehung und Weiterentwicklung des Logistikmanagements:** Individualisierung von Produkten und Dienstleistungen – Globalisierung des Handels und der Wertschöpfung – Demografischer Wandel und Fachkräftemangel – Ressourcenverknappung und Nachhaltigkeit

- **Netzwerkmodellierung im Logistikmanagement mit Handels-Fokus:** Typen und Eigenschaften von Netzwerken (insbes. Handelsnetzwerke) – Grundlagen zur Netzwerkmodellierung (insbes. Graphentheorie)
- **Methoden zur Standortplanung im Logistikmanagement mit Handels-Fokus:** Center-Probleme (Minimieren der maximalen Entfernung zum Kunden in Handelsnetzwerken) – Covering-Probleme (Einhalten geg. Maximalentfernungen zum Kunden in Handelsnetzwerken) – Median-Probleme (Minimieren von Transportkosten in Handelsnetzwerken)
- **Methoden zur Transport- und Zuordnungsplanung im Logistikmanagement mit Handels-Fokus:** Einstufige Transportprobleme (Auslieferung zum Kunden ohne Zwischenlagerstufe) – Mehrstufige Transportprobleme (Auslieferung zum Kunden mit Zwischenlagerstufe) – Klassische Zuordnungsprobleme (insbes. Personaleinsatzplanung im Handel)
- **Methoden zur Tourenplanung im Logistikmanagement mit Handels-Fokus:** Briefträgerprobleme (Kantenorientierte Touren in Handelsnetzwerken ohne Kapazitätsrestriktion) – Travelling Salesman Probleme (Knotenorientierte Touren in Handelsnetzwerken ohne Kapazitätsrestriktion) – Auslieferungsprobleme (Knotenorientierte Touren in Handelsnetzwerken mit Kapazitätsrestriktion)
- **Technische Systeme des Logistikmanagements mit Handels-Fokus:** Aufzeigen aktueller Entwicklungen (insbes. im Kontext der Digitalisierung) – Grundlagen zur Systembewertung und -auswahl
- **Ansätze zur systematischen Erfolgsmessung im Logistikmanagement:** Quantitative Erfolgsmessung (insbes. Kennzahlen des Logistikmanagements) – Qualitative Erfolgsmessung (insbes. Einfluss des Logistikmanagements auf das Image des Handelsunternehmens)
- **Bearbeiten und Präsentieren von komplexen Fallstudien zum Logistikmanagement**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, was unter »Logistikmanagement« zu verstehen ist. Sie haben verstanden, warum die betriebswirtschaftliche Disziplin Logistikmanagement existiert und welche Methoden und Systeme in dieser Fachrichtung, insbesondere im Handel, zum Einsatz kommen. Die Studierenden wissen, wie sich der Erfolg der im Logistikmanagement eingesetzten Methoden und Systeme sowohl qualitativ als auch quantitativ messen lässt. Durch die Vermittlung dieses Wissens wurde bei den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis darüber geschaffen, wie sich kontinuierliche Verbesserungsprozesse in Logistiksystemen etablieren lassen. Anhand der Bearbeitung und Präsentation komplexer Fallstudien haben die Studierenden praxisbezogene Problemstellungen kennengelernt und haben verstanden, wie sich diese Probleme mit dem im Modul vermittelten Fachwissen lösen lassen. Demnach wird durch dieses Modul das im Studium bereits aufgebaute Wissensfundament im Bereich der Betriebswirtschaftslehre um wichtiges und aktuelles Methoden- und Systemwissen verbreitert.

Wissensvertiefung

Durch den Abschluss dieses Moduls vertiefen die Studierenden ihre bisher im Studium erworbenen betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse, welche vorrangig auf die Lösung unternehmensinterner Problemstellungen zielen, um wichtiges Wissen zur systematischen Beantwortung von unternehmensübergreifenden Fragestellungen, die im Kontext der heute vorherrschenden globalen Wertschöpfungs- und Handelsnetzwerke für das einzelne Unternehmen gleichermaßen erfolgskritisch sind. Weiterführend wird das aufgebaute Wissen zur Organisation von Handelsunternehmen bezüglich der Organisation von logistischen Prozessketten vertieft. Das Wissen und Verstehen hinsichtlich der Bearbeitung komplexer Problemstellungen mit Fachmethoden der Betriebswirtschaftslehre erfährt durch die im Modul realisierte Fallstudienarbeit eine signifikante Vertiefung.

WISSEN UND VERSTEHEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Problemstellungen des Logistikmanagements erkennen, klassifizieren und analysieren sowie darauf aufbauend eine Problemlösung durch die systematische Auswahl und den Einsatz geeigneter Fachmethoden und -systeme herbeiführen. Weiterführend können die Studierenden den Erfolg ihrer Lösungsansätze anhand von qualitativen und quantitativen Messverfahren bewerten.

Systemische Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zum Logistikmanagement auszuwählen und selbständig zu erschließen. Die Studierenden sind somit in der Lage, fundierte Erkenntnisse und begründete Handlungsempfehlungen für unterschiedlichste Problemstellungen dieser Fachdisziplin im Kontext ihrer späteren beruflichen Tätigkeit zu erarbeiten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden komplexe Problemstellungen des Logistikmanagements gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzstudium	
Vorlesung/Übung/Kolloquium	64
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	28
Selbststudium (Praxisphase)	28
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Projektarbeit		5-10	Begleitend zur Theoriephase	50
Präsentation	30		Zum Ende der Theoriephase	50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Koether, R. (neuste Auflage), Distributionslogistik. Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, Wiesbaden.
Lasch, R. (neuste Auflage), Strategisches und operatives Logistikmanagement. Distribution, Wiesbaden.
Mattfeld, D./Vahrenkamp, R. (neuste Auflage), Logistiknetzwerke. Modelle für Standortwahl und Tourenplanung, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Haasis, H.-D. (neuste Auflage), Produktions- und Logistikmanagement. Planung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen, Wiesbaden.

Helber, S. (neuste Auflage), Operations Management Tutorial. Grundlagen der Modellierung und Analyse der betrieblichen Wertschöpfung, Hannover.

Zeitschriften wie »Industrie 4.0-Management« und »International Journal of Logistics Management«.

DIGITALE TRANSFORMATION UND HANDEL: VERSTEHEN UND GESTALTEN

Das Modul greift das Thema digital verursachter Veränderungen in der Makro- und Mikroumwelt von Unternehmen im Allgemeinen und von Unternehmen im Handel im Besonderen auf. Im ersten Teil des Moduls geht es um die Auseinandersetzung mit digitalisierungsinduzierten Veränderungen auf gesellschaftlicher, organisationaler und individueller Ebene und den durch sie bereits eingetretenen oder mutmaßlich eintreten werdenden handelsrelevanten Auswirkungen. In Anlehnung an gesellschaftliche Grundstrukturen, wie sie der französische Philosoph Comté-Sponville beschreibt, werden in einem werkstattorientierten Veranstaltungsformat Antworten auf die Fragen, „Was ist denkbar?“, „Was möglich?“, „Was ist erlaubt?“ und schließlich, „Wie sollte man handeln?“ gesucht.

Es lässt sich zeigen, dass die Grenzen zwischen physischem (stationären) und digitalem Handel zunehmend in Auflösung begriffen sind. Bspw. Automobilkonzerne setzen sich zum Ziel, einen großen Teil ihrer Fahrzeuge online zu verkaufen. Die Vorstellung von „dem Einen“ digitalen Verkaufskanal ist aber immer weniger zutreffend: Die Touchpoints gehen über den klassischen Web-Shop oder Amazon (Plattform(en)) längst hinaus. Bald könnte jeder alles an jedem Ort der Welt kaufen: via Social Media, in virtuellen Welten oder sinnesgesteuert. Deswegen lernen die Studierenden im zweiten Veranstaltungsteil diverse digitale Verkaufsschnittstellen kennen. Sie setzen sich damit auseinander, wie man ein Geschäftsmodell in digitale Verkaufskanäle übersetzen kann; wie und wo ein „Kunde der Gegenwart“ einkaufen will. Ziel ist es, einen gewählten digitalen Verkaufskanal nutzerzentriert zu konzipieren und dabei die Komplexität nutzerzentrierter Prozessgestaltung zu erfahren und zu begreifen.

MODULCODE
3BW-DTHVG-34

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. und 4. Semester

DAUER
2 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme des Handels (3BW-BISdH-10)
- Teilnahme am Modul: Normatives und strategisches Management des Handelsunternehmens (3BW-NOSMH-20).

- Teilnahme am Modul: Statistik, Big Data und Data Science in der Betriebswirtschaft (3BW-SBDDS-20)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Theorie (3BW-GMINM-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Anwendung (3BW-PRAX1-10)
- Teilnahme am Modul: Service Design (3BW-SEDE-30)
- Teilnahme am Modul: Marktforschung, Konsumentenverhalten und Handelsmarketing (3BW-MFKHM-20)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

DIGITALE TRANSFORMATION UND HANDEL

- **Digitalisierung und Digitale Transformation:** Digitalisierung: Begriff und Konzept – Digitale Transformation: Begriff und Konzept – Konzeptionelle Zugänge: Prozess oder Ergebnis, Technik oder Soziokultur, freiwillig oder unfreiwillig, strategisches oder generisches Konzept – Verstehen, was passiert: Digitalisierung als exogener Schock und disruptiver Vorgang – Revolution oder Evolution? – Ebenen Digitaler Transformation: Institutionelle Rahmenbedingungen, Organisation, Individuum – Komplementarität Digitaler und Kultureller Transformation
- **Ausgewählte Auslöser Digitaler Transformation: Digitalisierungstreiber:** Bausteine der Zukunft und benachbarte Möglichkeiten: Hardware – Software – Dienstleister – Plattformen – Diskussion von Beispielen, Anwendungsmöglichkeiten sowie deren Auswirkungen auf Handel und Handelsunternehmen: Internet – Big Data – Blockchain – 3D-Druck/Additive Fertigung – Internet der Dinge (IoT) – Künstliche Intelligenz (Machine Learning) – Cloud(-lösungen) – Smart Phone – weitere, neuere und Weiterentwicklungen
- **Ausgewählte Transformationswirkungen auf institutionelle Rahmenbedingungen:** Implizite und explizite institutionelle Rahmenbedingungen – Diskussion von Beispielen sowie deren Auswirkungen auf Handel und Handelsunternehmen: Rechtliche Rahmenbedingen (z. B. Daten, Datensicherheit, Datenschutz, Dateneigentum) – Volkswirtschaft (z. B. Superstar-Ökonomie, Share Economy, Reputationswirtschaft, Plattformökonomie) – Qualifikationsbedarf – Kompetenzen – Berufe und Berufsbilder – Bildung: Digital Literacy – Digitalisierung und Kulturwandel – weitere, neuere und Weiterentwicklungen
- **Ausgewählte Transformationswirkungen auf (Sozial-)Gesellschaftliche Rahmenbedingungen:** Diskussion von Beispielen sowie deren Auswirkungen auf Handel und Handelsunternehmen: Werte und Einstellungen – Lebensstil – Social Media – Arbeitseinstellungen – Statussymbole – weitere, neuere und Weiterentwicklungen
- **Ausgewählte Transformationswirkungen auf Handelsorganisation und -wertschöpfung:** Diskussion von Beispielen: Handel 4.0 – Arbeit 4.0 – Geschäftsmodelle – ausgewählte funktionsbereichs-

und tätigkeitsspezifische Entwicklungen – Das Ende des Konsums? – weitere, neuere und Weiterentwicklungen

- **Management von Digitalisierung und Digitaler Transformation im Handelsunternehmen:** Digitaler Reifegrad – Planung digitaler Transformation des Handelsunternehmens: Digitalisierungsstrategie – Bezüge zum Change Management

Um die Aktualität der Veranstaltungsinhalte zu gewährleisten, werden diese, abgesehen von einem begrifflichen und theoretisch-konzeptionellen Fundament der Auseinandersetzung, inhaltlich flexibel sein.

KONZEPTION NUTZERZENTRIERTER DIGITALER VERKAUFSKANÄLE

- Formen digitaler Verkaufskanäle (Ausprägungen, Erscheinungsformen) – absehbare Technologien – eCommerce Softwaresysteme (Standard-Software) – Methoden-Kanon und Phasen im Design Thinking – Grundlagen der nutzerzentrierten Gestaltung (DIN ISO 9241 Mensch-Maschine-Interaktion, Usability-Heuristiken nach Nielsen)
- Walkthrough durch einen digitalen Verkaufskanal (Customer Journey) – Features eines digitalen Verkaufskanals
- Gestaltungsgesetze und Usability-Heuristiken nach Nielsen – Verfahren zur Erhebung von Nutzergruppen und deren Bedürfnissen – Verfahren zur Ideenfindung – Verfahren zur Gestaltung von Prototypen und Wireframes
- ethische Aspekte des Wandels im digitalen Verkaufsraum – Erfolgsrelevanz ausgewählter Features für das eigene Geschäftsmodell – Auswahl einer geeigneten Softwarestrategie (Standardsoftware vs. Individualentwicklung)
- **Fallstudie:** Umsetzung nutzerzentrierter Gestaltung im Konzept (Prototyp, Wireframing)

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden den Unterschied zwischen Digitalisierung und Digitaler Transformation und können beide Konzepte differenziert erklären. Sie kennen die technischen Auslöser der Digitalen Transformation und deren Folgen auf gesellschaftlicher, organisatorischer und individueller Ebene. Vor diesem Hintergrund verstehen sie die betriebswirtschaftliche Notwendigkeit, die Digitale Transformation des eigenen Unternehmens strategisch zu planen. Sie verstehen, dass digitaler Handel nicht mehr in den analytischen Grenzen von E-Commerce oder Online-Shops gedacht werden kann. Auf der Suche nach erfolgskritischen wettbewerbsvorteilsheischenden Erfolgspotentialen ist es sinnvoll, die Perspektive auf „digitale Verkaufskanäle“ zu erweitern, in denen zunehmend digitale Güter gehandelt werden. Handel ist nicht mehr nur physisch oder phygital, sondern zunehmend ausschließlich digital. Diese Perspektive kennen die Studierenden und können sie sowohl beschreiben als auch erklären. Ihnen sind

geeignete Methoden und Heuristiken der Gestaltung digitaler Verkaufskanäle bekannt. Die können sie einerseits nennen, beschreiben, erklären und anwenden und andererseits aus verschiedenen Perspektiven beurteilen

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um Digitalisierung, Digitale Transformation, Transformationsfolgen und die anwendungsorientierte Gestaltung nutzerzentrierter Verkaufskanäle umzugehen. In Situationen bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen darüber zu gelangen, welche handelsrelevanten Entwicklungen möglich, realisierbar, rechtlich zulässig und moralisch wünschenswert sind. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten, Theorien und Heilsversprechen digitaler Entwicklungen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Kursteilnehmer in der Lage, die Auswirkungen von Digitalisierung und Digitaler Transformation auf ein (Handels-)Unternehmen zu analysieren und zu beurteilen und entwickeln auf dieser Grundlage Gestaltungsempfehlungen für einen in moralischer Verantwortung gestalteten, betriebswirtschaftlich geeigneten Digitalisierungs- und Transformationspfad. Sie können ein gedanklich durchdrungenes Geschäftsmodell in einen geeigneten digitalen Verkaufskanal übersetzen. Ausgangspunkt und konzeptioneller Bezugspunkt ihrer Überlegungen ist dabei jederzeit eine größtmögliche Nutzer- bzw. Kundenzentrierung.

Systemische Kompetenz

Aktuelle digitalisierungsinduzierte Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft können analysiert und beurteilt werden. Neue digitale Technologien und deren potentielle transformatorische Auswirkungen sind im Überblick bekannt, Zusammenhänge deutlich. Auf dieser Basis können die Studierenden gegenwärtige und künftige digitale Technologien hinsichtlich ihrer mutmaßlichen Handelsrelevanz im Kontext betriebswirtschaftlicher, rechtlicher und moralischer Kriterien aus unterschiedlichen Perspektiven beurteilen. Sie sind in der Lage, die verinnerlichten Veranstaltungsinhalte in ihren jeweiligen beruflichen Alltag zu integrieren und ihr Wissen jederzeit zur weiteren Vervollkommenheit ihrer Persönlichkeit eigeninitiativ zu erweitern. Sie wissen um die ethische Relevanz der Gestaltung digitaler Verkaufskanäle und nehmen – im doppeldeutigen Sinne – ihre Verantwortung bei der Gestaltung digital gestützter Verkaufsformate wahr. Sie wissen, dass nicht alles, was man realisieren kann, auch realisiert werden sollte.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Teilmoduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen von Digitalisierung, digitaler Transformation im Handel, Transformationsfolgen und nutzerzentrierter Gestaltung von digitalen Verkaufskanälen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar, widerspruchsfrei und stringent darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Digitale Transformation und Handel	seminaristische Vorlesung / Workshop	48
Konzeption nutzerzentrierter digitaler Verkaufskanäle	seminaristische Vorlesung / Workshop	22
	Projekt	26
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72
ARBEITSAUFWAND GESAMT		240

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
KE			Während der 4. Theoriephase	50
Präsentation		20	Während der 4. Theoriephase	50

Ein Konstruktionsentwurf (KE) umfasst die Bearbeitung einer Aufgabenstellung in konzeptioneller, konstruktiver, planerischer und/oder produktionsorientierter Sicht.

MODULVERANTWORTLICHE/R

Uwe Wetterau, M.A.
uwe.wetterau@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

Oculus Quest 2. 256 GB - Advanced All-In-One Virtual Reality Headset. (Demonstrationsexemplar) (ggf. in einigen Jahren aktuellen Standards anzupassen)

Microsoft HoloLens 2. Ergonomisches, kabelloses eigenständiges holografisches Gerät mit enterprise-fähigen Anwendungen, um die Genauigkeit und Leistung von Benutzern zu verbessern. (Demonstrationsexemplar). (ggf. in einigen Jahren aktuellen Standards anzupassen)

LITERATUR

BASISLITERATUR

Bosshart, D. et al. (aktuelle Auflage): Das Ende des Konsums. Wenn Daten den Handel überflüssig machen, herausgegeben vom GDI und KPMG, Rüschlikon/Zürich und Köln.

Deckert, R./Wohllebe, A. (neueste Auflage), Digitalisierung und Einzelhandel. Taktiken und Technologien, Praxisbeispiele und Herausforderungen, Wiesbaden.

Fenton, A. et al. (neueste Auflage), Strategic Digital Transformation. A Results-Driven Approach, London/New York.

Knoppe, M./Rock, S./Wild, M. (neueste Auflage), Der zukunftsfähige Handel. Neue online und offline Konzepte sowie digitale und KI-basierte Lösungen, Wiesbaden.

Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (Hrsg.) (neueste Auflage), Das Design Thinking Tool Book. Die besten Werkzeuge & Methoden, München/Zürich.

Lippold, D. (neueste Auflage), Digital (mit)denken – analog lenken. Eine Roadmap durch die digitale Transformation, Berlin/Boston.

Norman, D. (neueste Auflage), The Design of Everyday Things: Psychologie und Design der alltäglichen Dinge, München.

Quade, S./Schlüter, O. (neueste Auflage): DesignAgility – Toolbox Media Prototyping: Medienprodukte mit Design Thinking agil entwickeln, Stuttgart.

VERTIEFENDE LITERATUR

Anderson, C. (neueste Auflage): The Long Tail – Der lange Schwanz: Nischenprodukte statt Massenmarkt – Das Geschäft der Zukunft, Carl Hanser Verlag München.

Appelfeller, W./Feldmann, C. (neueste Auflage), Die digitale Transformation des Unternehmens. Systematischer Leitfaden mit zehn Elementen zur Strukturierung und Reifegradmessung, Wiesbaden.

Andree, M. (aktuelle Auflage), Atlas der digitalen Welt, Frankfurt a. M./New York.

Bosshart, D. et al. (aktuelle Auflage): Das Ende des Konsums. Wenn Daten den Handel überflüssig machen, herausgegeben vom GDI und KPMG, Rüschlikon/Zürich und Köln.

Galdis, R. (neueste Auflage), Karten, Konten & Kanäle. Wie wir in Zukunft bestellen und bezahlen, München.

Gerstbach, I./Gerstbach, P. (neueste Auflage), Design Thinking in IT-Projekten: Agile Problemlösungskompetenz in einer digitalen Welt, München.

Glässl, R. (neueste Auflage), Künstliche Intelligenz im Handel 1 – Überblick. Digitale Komplexität managen und Entscheidungen unterstützen, Wiesbaden.

Glässl, R. (neueste Auflage), Künstliche Intelligenz im Handel 2 – Anwendungen. Effizienz erhöhen und Kunden gewinnen, Wiesbaden.

Glässl, R./Leukert, B. (Hrsg.) (neueste Auflage), Handel 4.0. Die Digitalisierung des Handels. Strategien, Technologien, Transformation, Berlin/Heidelberg.

Gruhn, V./Hayn, A. v. (neueste Auflage), KI verändert die Spielregeln. Geschäftsmodelle, Kundenbeziehungen und Produkte neu denken, München.

Heimann, M./Schütz, M. (neueste Auflage), Wie Design wirkt. Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung, Bonn.

Heinemann, G. (neueste Auflage), Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce, Wiesbaden.

Kahn, B. E. (neueste Auflage), The Shopping Revolution. How Retailers Succeed in an Era of Endless Disruption accelerated by COVID-19, Philadelphia.

Nielsen, J. (neueste Auflage), Usability Engineering, Boston et al.

Offensive Mittelstand (Hrsg.) (aktuelle Auflage), Umsetzungshilfen Arbeit 4.0. Künstliche Intelligenz für die produktive und präventive Arbeitsgestaltung nutzen: Hintergrundwissen und Gestaltungsempfehlungen zur Einführung der 4.0-Technologien, Heidelberg, in: https://www.offensive-mittelstand.de/fileadmin/user_upload/pdf/uh40_2019/umsetzungshilfen_paperback_3103_web.pdf.

Ramge, Th. (aktuelle Auflage), Mensch und Maschine. Wie künstliche Intelligenz und Roboter das Leben verändern, Stuttgart.

Webb, A. (aktuelle Ausgabe), Die großen Neun. Wie wir die Tech-Titanen bändigen und eine künstliche Intelligenz zum Wohle aller entwickeln können, Kulmbach.

ORGANISATION DES HANDELSUNTERNEHMENS

Effizient gestaltete Unternehmensorganisation ist ein wesentlicher Einflussfaktor auf den Unternehmenserfolg. Sie beeinflusst bspw. Ressourcenverzehr, Reaktionsgeschwindigkeit, Flexibilität oder Entscheidungsgüte eines Unternehmens. Schlecht gestaltete Organisation mündet in Effizienzverluste. Vor diesem Hintergrund führt die Lehrveranstaltung in Gebiet, Entwicklung, Gestaltungsgegenstände und Gestaltungsmethoden der Unternehmensorganisation ein und berücksichtigt dabei insbesondere auch Fragen der Dienstleistungs- bzw. Handelsorganisation. Im Kontext von Digitalisierung, Digitaler Transformation, Komplexität und Nachhaltigkeit entstehende Organisationsformen werden besprochen. Organisatorischer Wandel und dessen maßgeschneidertes Management als Brücke aus der Gegenwart in die Zukunft runden die Veranstaltung ab.

MODULCODE
3BW-OdHU-40

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Theorie (3BW-GMINM-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Anwendung (3BW-PRAX1-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Grundlagen der Organisation:** Praxis der Unternehmensorganisation im Handel – Organisation: Konzept und Begriffe – Organisation und Handelsunternehmen – Organisation als Instrument der Unternehmensführung – Entwicklungslinien der Unternehmensorganisation: Historischer Abriss

- **Organisatorische Differenzierung und Integration:** Von der Gesamtaufgabe zur formalen Organisationsstruktur – Das Problem der Aufgaben- und Arbeitsverteilung – Bedeutung des Analyse-Synthesekonzeptes
- **Organisationseinheiten als Elemente der Aufbauorganisation:** Merkmale von Organisationseinheiten und organisatorisches Kongruenzprinzip – Arbeitsteilung – Arten von Organisationseinheiten: Stellen und Gremien – Konfiguration – Koordination – Formale Beziehungen – Informale Beziehungen
- **Organisationskonzepte:** Gestaltungsalternativen: Primär- und Sekundärorganisation – Anforderungen an Organisationskonzepte – Funktionale Organisation – Divisionale Organisation – Matrix- und Tensororganisation – Holdingorganisation – Formen der Sekundärorganisation – Projektorganisation: Begriff, Konzept, Ausblick – Prozessorganisation und -management: Begriff, Konzept, Ausblick
- **Ausgewählte Besonderheiten der Organisation von Handelsunternehmen:** Spezifische Typen der Primärorganisation im Handel (z. B. Stiftungen, Franchisesysteme und Verbundgruppen) – Zentralisierung und Verteilung von Entscheidungskompetenzen in Handelsunternehmen – Category Management – Vertriebskanäle und Handelsorganisation: Multiple-Channel Retailing, Multichannel Retailing, Cross-Channel Retailing, Omnichannel Retailing – Organisation im Omnichannel-Handelsunternehmen – Filialorganisation und Filialmanagement – aktuelle Entwicklungen
- **Organisatorischer Wandel und Wandlungsfähigkeit** Anlässe und Arten organisatorischen Wandels – Ursachen und Ziele organisatorischen Wandels – Ausgewählte Ansätze der Erklärung von Organisationsdynamik – Hemmnisse organisatorischen Wandels – Anreizkompatibles Management organisatorischen Wandels: Maßschneidern als Konzept – Organizational Slack und Wandlungsfähigkeit
- **Techniken der Organisationsgestaltung:** Überblick – Bedeutung und Grenzen – Techniken der Informationsgewinnung – Techniken der operativen Situationsanalyse – Techniken der Dokumentation
- **Workshop »Agile Unternehmensorganisation«:** Grundverständnis: Organisation neu denken – Projektmanagement-Frameworks speziell Scrum – Agile Werte/Mindset – Agile Prinzipien – Auswirkungen auf Organisations- und Prozessgestaltung – Agile Unternehmensentwicklung und Change Management

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls (Unternehmens-)Organisation als Managementfunktion im arbeitsteiligen Prozess, ihre Theoriengeschichte, ihre Bedeutung für den Unternehmenserfolg und die unterschiedlichen Organisationsbegriffe (be-)nennen, erklären und mit betriebswirtschaftlich relevanten Fragen der organisatorischen Gestaltung ihrer Partnerunternehmen in Verbindung bringen. Sie kennen die

grundlegenden Gestaltungsalternativen der Aufbau- und Ablauforganisation, können diese erklären und als Aufgaben- und Ablaufanalyse und schließlich -synthese praktizieren. Die jeweilige Eignung unterschiedlicher Gestaltungselemente bzw. Organisationsalternativen zur Integration arbeitsteiligen Handelns können sie beurteilen. Grundlagen des Prozessmanagements, der Organisationsgestaltung, der Organisationsanalyse, des organisatorischen Wandels und jeweils aktueller Entwicklungen der Organisationsgestaltung sind bekannt, können beschrieben, erklärt, angewandt und beurteilt werden.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um Unternehmensorganisation und deren Gestaltungs- und Veränderungsmöglichkeiten umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Ergebnissen und Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht auf geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die organisatorische Gestalt(-ung) von Unternehmen und deren kontinuierliche oder spontane Veränderung nach effektivitäts- und effizienzorientierten Maßstäben zu beschreiben, zu erklären, zu analysieren und zu begleiten. Sie können unter Rekurs auf Instrumente, Methoden und Modelle, die zur Bewältigung organisatorischer Probleme und Aufgabenstellungen beitragen, vorgefundene organisatorische Lösungen weiter- oder auch andersdenken oder erforderlichenfalls neue Lösungen entwickeln. Organisatorische Veränderung(en) begreifen sie als natürlichen Vorgang, den es überlegt zu managen gilt.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen (geänderte Unternehmensstrategie, überlegener Wettbewerber, fehlende Ressourcen usw.) einzustellen und situativ angemessene Organisationsansätze zu entwickeln. Entscheidungen fällen sie in dem Bewusstsein, dass das Unternehmen als immanenter Teil der Gesellschaft auch Verantwortung für seine Einwirkungen auf ebendiese Gesellschaft trägt.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden unternehmensorganisatorischen Belangen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden oder auch Experten des Fachgebietes schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
seminaristische Vorlesung	38
Workshop	10
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		12-15	Während des Theoriemoduls	100

Fachlich kritisch-reflexive Auseinandersetzung mit der Unternehmensorganisation des Partnerunternehmens.

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Christine Schmidt
christine.schmidt@ba-sachsen.de

Thomas Zinn, B.Sc.
thomas.zinn@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Klimmer, M. (aktuelle Ausgabe), Unternehmensorganisation. Eine kompakte und praxisnahe Einführung mit Online-Training inklusive, Herne.

Laloux, F. (neueste Auflage), Reinventing Organizations. Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, München.

Slogar, A. (neueste Auflage), Die agile Organisation. Wo anfangen? Wie Mitarbeiter und Führungskräfte begeistern? Wie Strukturen und Strategien anpassen?, München.

Vahs, D. (neueste Auflage), Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart.

VERTIEFENDE LITERATUR

Buchmann, Ch. M. (neueste Auflage), Strategische Gestaltungsfelder der Filialorganisation im Handel. Strategiebetrachtungen zur Ableitung organisatorischer Flexibilisierungsansätze, Wiesbaden.

Bea, F. X./Göbel, E. (neueste Auflage), Organisation. Theorie und Gestaltung, München.

Breisig, Th. (neueste Auflage), Betriebliche Organisation. Organisatorische Grundlagen und Managementkonzepte, Aufbau- und Prozessorganisation, Organisationswandel, Herne.

Jones, G./Bouncken, R. B. (neueste Auflage), Organisation. Theorie, Design und Wandel, München.

Nicolai, Ch. (neueste Auflage), Die Organisation der Zukunft. Neue Konzepte zur Organisationsgestaltung, München.

Oestereich, B./Schröder, C. (neueste Auflage), Agile Organisationsentwicklung. Handbuch zum Aufbau anpassungsfähiger Organisationen, München.

Petry, Th./Konz, Ch. (neueste Auflage), Agile Organisation. Methoden, Prozesse und Strukturen im digitalen VUCA-Zeitalter, Gießen.

Picot, A. et al. (neueste Auflage), Organisation, Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, Stuttgart.

Robertson, B. J. (neueste Auflage), Holacracy. Ein revolutionäres Management-System für eine volatile Welt, München.

Schreyögg, G. (neueste Auflage), Grundlagen der Organisation. Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden.

Sieroux, S./Roock, S./Wolf, H. (neueste Auflage), Agile Leadership. Führungsmodelle, Führungsstile und das richtige Handwerkszeug für die agile Arbeitswelt, Heidelberg.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IM HANDEL: METHODEN UND SYSTEME

Gegenstand des Moduls ist die umfassende Einführung in die betriebswirtschaftliche Disziplin »Supply Chain Management«. Aufbauend auf der Definition fachspezifischer Begrifflichkeiten werden insbesondere wichtige Methoden und Systeme zur Umsetzung des Supply Chain Managements im Kontext von Handelsunternehmen betrachtet. Die Wissensvermittlung erfolgt durch die Kombination von Vorlesung, Übung und Kolloquium. Bezüge zu aktuellen gesamtwirtschaftlichen Trends, wie die zunehmende Digitalisierung und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit, werden im Modul entsprechend hergestellt. Das Modul schließt mit einer Portfolioprüfung bestehend aus Referat und Klausur ab.

MODULCODE
3BW-SCMH-40

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Handel

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10)
- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme des Handels (3BW-BISiH-10)
- Teilnahme am Modul: Logistikmanagement im Handel (3BW-LMH-30)
- Vorlesungsbegleitende Fachlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Definition der Begriffe »Supply Chain« und »Supply Chain Management«**
- **Abgrenzung des Supply Chain Managements zu anderen Managementansätzen:** Quantitative Erfolgsmessung (insbes. Kennzahlen des Produktionsmanagements) – Qualitative Erfolgsmessung (insbes. Einfluss des Produktionsmanagements auf das Image des Industrieunternehmens)
- **Triebkräfte zur Entstehung und Weiterentwicklung des Supply Chain Managements:** Bullwhip-Effekt in Lieferketten – Serviceerwartung der Kunden – Maverick Buying in der Beschaffung

- **Versorgungsmethoden im Supply Chain Management mit Handels-Fokus:** Kooperationsstrategien zwischen Lieferanten und Kunden in Handelsnetzwerken – Überblick und Abgrenzung von Sourcing-Strategien in Handelsnetzwerken – Bestandsmanagement via Vendor Managed Inventory in Handelsnetzwerken – Warendistribution via Cross Docking in Handelsnetzwerken – Kombinieren von Massen- und Einzelfertigung von Handelsprodukten via Mass Customization und Postponement
- **Entsorgungsmethoden im Supply Chain Management mit Handels-Fokus:** Nachhaltigkeit in Handelsnetzwerken – Abgrenzung zwischen Entsorgung und Recycling von Handelsprodukten – Aufarbeitung und Aufbereitung von Handelsprodukten – Product Carbon Footprint und Product Water Footprint von Handelsprodukten
- **Technische Systeme des Supply Chain Managements mit Handels-Fokus:** Entwicklungsstufen von Softwaresystemen des SCM – Transparente Materialflüsse durch Tracking- und Tracing-Systeme – Aktuelle Technologietrends (insbes. IoT, Big Data, Blockchain, KI)
- **Ansätze zur systematischen Erfolgsmessung im Supply Chain Management:** Quantitative Erfolgsmessung (insbes. Kennzahlen des SCM) – Qualitative Erfolgsmessung (insbes. Einfluss des SCM auf das Image des Handelsunternehmens)
- **Bearbeiten und Präsentieren von komplexen Fallstudien zum Supply Chain Management**
- **Durchführen und Auswerten eines Planspiels zum Supply Chain Management im Handel**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, was unter einer »Supply Chain« und »Supply Chain Management« zu verstehen ist. Sie haben verstanden, warum die betriebswirtschaftliche Disziplin Supply Chain Management existiert und welche Methoden und Systeme in dieser Fachrichtung, insbesondere im Handel, zum Einsatz kommen. Die Studierenden wissen, wie sich der Erfolg der im Supply Chain Management eingesetzten Methoden und Systeme sowohl qualitativ als auch quantitativ messen lässt. Durch die Vermittlung dieses Wissens wurde bei den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis darüber geschaffen, wie sich kontinuierliche Verbesserungsprozesse in vernetzten Wertschöpfungs- und Lieferketten etablieren lassen. Anhand der Bearbeitung und Präsentation komplexer Fallstudien sowie durch die Durchführung und Auswertung eines Planspiels haben die Studierenden praxisbezogene Problemstellungen kennengelernt und haben verstanden, wie sich diese Probleme mit dem im Modul vermittelten Fachwissen lösen lassen. Demnach wird durch dieses Modul das im Studium bereits aufgebaute Wissensfundament im Bereich der Betriebswirtschaftslehre um wichtiges und aktuelles Methoden- und Systemwissen verbreitert.

Wissensvertiefung

Durch den Abschluss dieses Moduls vertiefen die Studierenden ihre bisher im Studium erworbenen betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse, welche vorrangig auf die Lösung unternehmensinterner Problem-

stellungen abstellen, um wichtiges Wissen zur systematischen Beantwortung von unternehmensübergreifenden Fragestellungen, die im Kontext der heute vorherrschenden globalen Wertschöpfungs- und Handelsnetzwerke für das einzelne Unternehmen gleichermaßen erfolgskritisch sind. Weiterführend wird das aufgebaute Wissen im Logistikmanagement des Handels, das sich vornehmlich auf die strategische Planung und grundlegende Konfiguration von Logistiksystemen konzentriert, bezüglich der operativen Steuerung dieser Logistiksysteme vertieft. Das Wissen und Verstehen hinsichtlich der Bearbeitung komplexer Problemstellungen mit Fachmethoden der Betriebswirtschaftslehre erfährt durch die im Modul realisierte Fallstudienarbeit und Planspieldurchführung eine signifikante Vertiefung.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Problemstellungen des Supply Chain Managements erkennen, klassifizieren und analysieren sowie, darauf aufbauend, eine Problemlösung durch die systematische Auswahl und den Einsatz geeigneter Fachmethoden und -systeme herbeiführen. Weiterführend können die Studierenden den Erfolg ihrer Lösungsansätze anhand von qualitativen und quantitativen Messverfahren bewerten.

Systemische Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zum Supply Chain Management auszuwählen und selbständig zu erschließen. Die Studierenden sind somit in der Lage, fundierte Erkenntnisse und begründete Handlungsempfehlungen für unterschiedlichste Problemstellungen dieser Fachdisziplin im Kontext ihrer späteren beruflichen Tätigkeit zu erarbeiten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden komplexe Problemstellungen des Supply Chain Managements gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzstudium	
Vorlesung/Übung/Kolloquium	58
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	32
Selbststudium (Praxisphase)	30
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Präsentation	30		Begleitend zur Theoriephase	25
Klausur	60		Zum Ende der Theoriephase	75

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wird durch Lehrende konkretisiert. Wenn vorhanden: »Reading Package« bzw. Semesterapparat, Skripte.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Corsten, H./ Gössinger, R. (neuste Auflage), Einführung in das Supply Chain Management, München/Wien.

Kurbel, K. (neuste Auflage), ERP und SCM. Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, Berlin.

Werner, H. (neuste Auflage), Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Corsten, D./ Gabriel, C. (neuste Auflage), Supply Chain Management erfolgreich umsetzen. Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin/Heidelberg.

Zeitschriften wie »Industrie 4.0-Management« und »Journal of Supply Chain Management«.

MULTISENSORIK IM HANDEL I: »RETAIL THEATER«

Im Kontext von Omni-Channel und Digitaler Transformation geht es in Verbindung mit aktuellen technischen Entwicklungen um die Diskussion von Erfolgspotentialen, Wettbewerbsvorteilen und konkreten Gestaltungsmöglichkeiten die helfen, den (Einzel-)Handel zu revitalisieren: Was ist denkbar, was ist zulässig und was ist möglich? Ausgehend von der Diskussion, welche Produkteigenschaften einen »stationären Handel« besonders wahrscheinlich machen, was überhaupt alles (stationäre) Leistung sein kann, wird besprochen, wie eine Szenerie geschaffen werden kann, in die sich die eigenen Leistungen „hineinverkaufen“ lassen. Dabei wird mit der Idee des »Retail-Theaters« bewusst die Theater-Metapher ins Zentrum der Veranstaltung gerückt, um Handelstätigkeit und Theater strategisch zu einer gelungenen »Retail Experience« zu verschmelzen. Im Ergebnis stehen Überlegungen zu einem phygitalen Handel, in dem körper-, raum-, technik- und leistungsbezogene Merkmale zu einer multisensorisch ganzheitlichen Erlebniswelt verknüpft werden.

MODULCODE
3BW-MSHRT-50

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
5. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-HD

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Theorie (3BW-GMINM-10)
- Teilnahme am Modul: Marktforschung, Konsumentenverhalten und Handelsmarketing (3BW-MFKHM-20)
- Teilnahme am Modul: Service Design (3BW-SEDE-30)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des vierten Praxismoduls darüber, ob in ihrem Partnerunternehmen bewusst sensorische Gestaltungsmittel eingesetzt werden, welche das sind, wie sie aufeinander abgestimmt sind, welchen Erfolg sie haben. Werden sensorische Gestaltungselemente nicht bewusst eingesetzt: Warum nicht? Welche Voraussetzungen müssten für den Einsatz gegeben sein? Ist der Einsatz geplant?

LERNINHALTE

- **Auf vielen Pfaden in die Digitalisierung:** Übergreifende Prozesse der Digitalisierung – Betriebliche Prozesse der Digitalisierung – Strukturwandel im Handel: Kurz-, mittel- und langfristige Entwicklungstrends – Wachstumsgrenzen im Onlinehandel?
- **Künftig online gehandelte und offline gehandelte Güter:** Informationsökonomische Überlegungen zum Nachfragerverhalten – Unsicherheitsproblem und Beurteilbarkeit von Leistungsangeboten aus Nachfragersicht: Sucheigenschaften, Erfahrungseigenschaften und Vertrauenseigenschaften von Gütern – Informationsökonomisches Dreieck und Positionierung von Kaufprozessen in der Omni-Channel-Welt: Was wird „offline“ bleiben? Was wird „offline“ bedeuten? – Zweckkauf, Erlebniskauf, Shopping – Offline-Handel attraktiv gestalten
- **Multisensorik im stationären Handel:** Begriff und Konzept – Sinne und Wahrnehmung – Wahrnehmung und Erfahrung – Sinneseindrücke gestalten, Wahrnehmung lenken, Erfahrung beeinflussen – Multisensorik und Semiotik: Index, Ikon, Symbol – Handelssemiotik: Form und Bedeutung – Produkt- und Raumsemantik: Materialien, Farben, Düfte, Geräusche, Gestalt(ung) – »Great Good Places«
- **Inszenierter Handel – multisensorische Gestaltung im „Retail Theater“:** Metapher: Begriff und Konzept – Theatermetapher und Handel: Stück (Geschichte) – Beabsichtigte Wirkung der Aufführung – Theatralischer Realismus: Publikum als Beobachter – Politischer Realismus: Publikum als Teilnehmer und Gutachter – Surrealismus: Angriff auf die Sinne – Skurriles Theater: Den Verstand herausfordern – Beabsichtigte Wirkung auf Kunden: Voyeur, „Spect-Actor“, „Sense-Ceptor“ und Connaisseur – Managementimplikationen: Dem Handel eine Bühne geben
- **»Neuromerchandising« – Produkte in Szenerien hineinverkaufen:** Spielzeiten – Inszenierung der Wahrnehmung – Gehen und Stehen – »Sinnenraum« – Geschlossene Vorstellung: Trennung von Außen- und Innenwelt – Musik und Geräusch – Beleuchtung – Mitarbeiter, Schauspieler, Statisten – Hinter den Kulissen: Daten – Inszenierte Öffentlichkeit: Sauber, Sicher, Öffentlich, Übergangszonen, Grenzen zum öffentlichen Raum, öffentliche Anliegen (Klimaschutz, Plastikmüll, Dekonsumkultur o. a.)
- **Technologieeinsatz im Verkauf des stationären Handels:** Phygitaler Handel: Begriff und Konzept – Künstliche Intelligenz – Mixed Reality – Digitalisierung am Point of Sale: Diskussion ausgewählter Beispiele (u.a. aus handel4punkt0) – Best-Practices Zukunft Handel
- **Auf leisen Sohlen ins Gehirn: Denkbar, möglich, erlaubt, wünschenswert?** Framing – Nudging – Manipulation
- **Projekt** Multisensorische Gestaltung phygitaler Handelswelten: Entwickeln und Umsetzen einer ganzheitlichen multisensorischen Konzeption für den jeweiligen Praxispartner

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls strategische Multisensorik als wettbewerbsvorteilsbegründendes Erfolgspotential im Handel beschreiben, erklären und kritisch beurteilen. Sie sind in der Lage, implementierte multisensorische Gestaltungsmittel zu erkennen, deren Wirksamkeit zu beurteilen und einfache strategische, ganzheitlich orientierte multisensorische Konzepte zu entwerfen. Sie verstehen den betriebswirtschaftlichen Nutzen der Theater-Metaphorik und können diese im Rahmen ihrer multisensorischen Konzeption(en) mehrwertstiftend anwenden.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Teilmoduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um strategische multisensorische Gestaltung umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbstständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien zur multisensorisch orientierten Ausgestaltung von Unternehmen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Inhalte, Theorien und Instrumente strategischer multisensorischer Gestaltung auf Handelsunternehmen zu übertragen, operationalisierbare Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln und umzusetzen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und situativ angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Teilmoduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen der strategischen multisensorischen Gestaltung von Handelsunternehmen und -tätigkeit(en) Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/ Übung/ Workshop	30
Projekt	18
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
KE			Während der Theoriephase	100

Ein Konstruktionsentwurf (KE) umfasst die Bearbeitung einer Aufgabenstellung in konzeptioneller, konstruktiver, planerischer und/oder produktionsorientierter Sicht.

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Grassmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Baron, S./Harris, K./Harris, R. (2001), Retail Theater. The "Intended Effect" of the Performance, in: Journal of Service Research, Vol. 4, No. 2, pp. 102-117.

Keim, G. (neueste Auflage), Magic Moments. Ethnographische Gänge in die Konsumwelt, Frankfurt am Main.

Mau, G./Oriet, Ch. (Hrsg.) (neueste Auflage), Multisensorik im stationären Handel. Grundlagen und Praxis der kundenorientierten Filialgestaltung, Wiesbaden.

Weiber, R. (2006), Was ist Marketing? Grundlagen des Marketing[sic!] und informationsökonomische Fundierung, Arbeitspapier zur Marketingtheorie Nr. 1, Trier, S. 89 - 135.

VERTIEFENDE LITERATUR

Brook, P. (neueste Auflage), Der leere Raum, Berlin.

Ellard, C. (neueste Auflage), Psycho-Geografie. Wie die Umgebung unser Verhalten und unsere Entscheidungen beeinflusst, München.

Gruber, E. (neueste Auflage), Die Attraktivität von Einkaufsstätten im Handel. Eine Analyse aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive, Wiesbaden.

Handelsverband Sachsen (Hrsg.) (neueste Auflage), Ideen-Handbuch. Kreative Konzepte aus Handel, Stadt und Land, Dresden.

Heimann, M./Schütz, M. (neueste Auflage), Wie Design wirkt: Prinzipien erfolgreicher Gestaltung. Werbe-Psychologie, visuelle Wahrnehmung, Kampagnen, Bonn.

Hellmann, K.-U./Schrage, D. (Hrsg.) (neueste Auflage), Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping, Wiesbaden.

Matz, C. (neueste Auflage), Warenwelten. Die Architektur des Konsums, Baden-Baden.

Miles, E. (neueste Auflage), Contemporary Retail Design. A Store Planners Handbook, Ramsbury.

Oldenburg, R. (neueste Auflage), The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community, New York.

Oldenburg, R. (neueste Auflage), Celebrating the Third Place: Inspiring Stories about the Great Good Places at the Heart of our Communities, New York.

Petermans, A./Kent, A. (eds.) (neueste Auflage), Retail Design. Theoretical Perspectives, London/New York.

Pine, B. J./Gilmore, J. H. (neueste Auflage), Erlebniseinkauf. Konsum als Ereignis, Business als Bühne, Arbeit als Theater, München.

Rushkoff, D. (neueste Auflage), Der Anschlag auf die Psyche, Stuttgart/München.

Spies, M./Wenger, K. (neueste Auflage), Branded Interactions. Lebendige Markenerlebnisse für eine neue Zeit, Mainz.

Wood, A. (neueste Auflage), Designed to Sell. The Evolution of Modern Merchandising and Display, London/New York.

Willems, H. (Hrsg.) (neueste Auflage), Theatralisierung der Gesellschaft. Soziologische Theorie und Zeitdiagnose, Band 1 und 2, Wiesbaden.

VERANTWORTLICH HANDELN IM HANDEL: WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSETHIK

Moralische Imperative richten sich an Kollektive. Moralisch entscheiden muss der Einzelne; und das auch in unterschiedlichen Rollen bzw. Positionen in Handelsunternehmen und Gesellschaft. Daher wird in der Veranstaltung die Auseinandersetzung mit Ethik und Moral auf gesellschaftlicher, Unternehmens- und Individualebene auf der Grundlage des methodologischen Individualismus entwickelt; ausgehend vom Einzelnen und auf den Einzelnen bezogen. Auf diese Weise wird berufliches Handeln in persönlicher Verantwortung als Teil gelungener Lebensführung eines jeden Menschen, tatsächlich: jedes Veranstaltungsteilnehmers, erleb- und begreifbar.

MODULCODE
3BW-WUUEH-60

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-HD

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10)
- Teilnahme am Modul: Normatives und strategisches Management des Handelsunternehmens (3BW-NOSMH-20)
- Teilnahme am Modul: Human Resource Management und Mitarbeiterführung (3BW-HRMMF-56)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des fünften Praxismoduls darüber, auf welche Weise im Partnerunternehmen verantwortungsbewusstes Handeln gefördert wird. Sie bringen in Erfahrung, ob und wenn ja, welche verantwortungsförderlichen Managementinstrumente im Unternehmen eingesetzt werden.

LERNINHALTE

Ausgehend von der Annahme, dass ethisch (heraus-)fordernde Situationen im Spannungsfeld von Wirtschaftlichkeit einerseits und ökologischer sowie sozialer Verantwortung andererseits unerwartet eintreffen und „einen treffen“, geht es um die Frage, wie der Mensch, wie das Individuum als Dreh- und Angelpunkt aller persönlich berührenden ethischen Überlegungen auf die Kant'sche Frage „Wie soll ich handeln?“ als Mitarbeiter im Handelsunternehmen oder in handelsnahen Dienstleistungen antworten kann.

- **Wirtschafts- und Unternehmensethik:** Anlässe zum Nachdenken über Wirtschafts- und Unternehmensethik im Handelsunternehmen und Im Handel
- **Persönliche Relevanz und Bedeutung individuell verantwortlichen Handelns:** Endlichkeit des Lebens – Sinnhaftigkeit des Lebens – »Möglichkeit einer Individualistischen Ethik«: Individualistische Ethik und ethische Tradition – Annahmen, Ableitung und Beurteilung individualistischer Ethik
- **Kausale Erklärung sozialer Vorgänge durch individuelles Handeln im Mikro-, Makromodell des methodologischen Individualismus:** Logik der Situation – Logik der Selektion – Logik der Aggregation – das repräsentative Individuum: Homo oeconomicus
- **Grundlegende Begriffe und Überlegungen:** Moral – Recht (Institutionen) – Ethos – Ethik – Wirtschafts- und Unternehmensethik – ethische Ansätze und Beurteilungsmaßstäbe: deskriptive Ethik – normative Ethik – deontologische Ethik – teleologische Ethik – moralische und pragmatische Urteile – Gute Gründe – moralische Dilemmata – Normen, Werte und ihre Begründungen – Die 10 Gebote – Grundordnungen nach Comté-Sponville
- **Betriebswirtschaftliche Relevanz:** Moral als Wettbewerbsvorteil? – Moral und Umsatz – Moral und Kosten – Moral und Transaktionskosten – Transaktionskosten, unvollständige Verträge und Vertrauen – Vertrauen und Digitalisierung – Vertrauen und Leistungsmotivation
- **Institutionen, Governance, Individuen und (Spiel-)Regeln:** Verhaltensmodell, individuell-verantwortliches Handeln und Institutionen – »A Layer Schema«: Individuen – Governance – Institutionelle Rahmenbedingungen – individuell-verantwortliches Handeln und Spielmetapher: Spielverständnis – Spielregeln – Spielzüge – Komplementarität: Individualistische Ethik und Institutionen
- **Vom individuellen Umgang mit ethischen Herausforderungen:** grundsätzliche und tagtägliche Entscheidungen im Gestalten, Entwickeln und Lenken von Handelsunternehmen
- **Überblick über Wurzelsünde als negative Archetype menschlichen Verhaltens und anthropologische Konstanten:** Begriff und Konzept – Ruhmsucht – Geiz – Verschwendung – Vergeltungssucht – Unmäßigkeit – Neid – Trägheit des Herzens und des Geistes – Bezug zu Institutionen in Gesellschaft und Unternehmen
- **Überblick über Tugenden:** Begriff und Konzept – Höflichkeit – Treue – Klugheit – Gerechtigkeit – Tapferkeit – Mäßigung – Glaube – Hoffnung – Liebe – Wahrhaftigkeit – tugendhaftes Handeln als individuell-verantwortliches Handeln in Handel und Handelsunternehmen
- **Governancethik als systematische Verbindung von Individualistischer Ethik und Institutionen, von Spieler, Spielregeln und Spielverständnis**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls potentielle Ursachen moralischen Fehlverhaltens und Voraussetzungen moralisch erwünschten Verhaltens auf der Grundlage des methodologischen Individualismus unterscheiden, beschreiben, erklären und kritisch beurteilen. Sie sind dazu in der Lage, die Ausgestaltung verantwortungsförderlicher Rahmenbedingungen in Unternehmen im Allgemeinen und in handelsaffinen Unternehmen im Besonderen zu diagnostizieren und hinsichtlich ihrer betriebswirtschaftlichen Eignung zu beurteilen.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um die moralische Führung von Unternehmen in ökologischer, sozialer und ökonomischer Verantwortung umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien zu den ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unternehmerischen Handelns und daraus abgeleiteten Managementempfehlungen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ausgewählte Inhalte, Theorien und Instrumente verantwortungsorientierten Managements auf Handelsunternehmen zu übertragen, operationalisierbare Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln und umzusetzen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und situativ angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen der verantwortungsorientierten Steuerung von Unternehmen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/ Übung/ Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		10-12	Während der Theoriephase.	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Beschorner, Th. et al. (Hrsg.) (neueste Auflage), Wirtschafts- und Unternehmensethik, Wiesbaden.

Deppert, W. (neueste Auflage), Individualistische Wirtschaftsethik (IWE). Anwendung der individualistischen Ethik auf das Gebiet der Wirtschaft, Wiesbaden.

Göbel, E. (neueste Auflage), Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart.

Suchanek, A. (neueste Auflage), Unternehmensethik. In Vertrauen investieren, Tübingen.

VERTIEFENDE LITERATUR

Bellebaum, A./Herbers, D. (Hrsg.) (neueste Auflage), Die sieben Todsünden. Über Laster und Tugenden in der modernen Gesellschaft, Münster.

Brohm, M. (neueste Auflage), Werte, Sinn und Tugenden als Steuerungsgrößen in Organisationen. Für Fach- und Führungskräfte, Wiesbaden.

Clausen, A. (neueste Auflage), Grundwissen Unternehmensethik. Ein Arbeitsbuch, Tübingen und Basel.

Deuser, H. (neueste Auflage), Die zehn Gebote. Kleine Einführung in die theologische Ethik, Stuttgart.

Ernst, H. (neueste Auflage), Wie uns der Teufel reitet. Von der Aktualität der 7 Todsünden, Berlin.

Homann, K./Blome-Drees, F. (neueste Auflage), Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen.

Küpper, H.-U. (neueste Auflage), Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, Stuttgart.

Ripperger, T. (neueste Auflage), Ökonomik des Vertrauens. Analyse eines Organisationsprinzips, Tübingen.

Suchanek, A. (neueste Auflage), Ökonomische Ethik, Tübingen.

Wieland, J. (neueste Auflage), Relational Economics. Ökonomische Theorie der Governance wirtschaftlicher Transaktionen, Marburg.

Wieland, J. (neueste Auflage), Die Ethik der Governance, Marburg.

CONTROLLING UND PERFORMANCE MANAGEMENT IM HANDEL

In der Veranstaltung werden grundlegende und vertiefende Kenntnisse hinsichtlich der Konzeption und Anwendung der erfolgs- und wertorientierten Steuerung von Unternehmen bzw. Geschäftsbereichen sowie der damit verbundenen Performance-Messung vermittelt. Diese werden u.a. im Rahmen einer fallstudienartigen Analyse der Steuerungspraxis von Handelsunternehmen angewendet.

MODULCODE
3BW-CPMH-60

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-HD

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Grundkenntnisse des internen und externen Rechnungswesens (3BW-EXRW-30 und 3BW-KLR-50) sowie der Investitionsrechnung (3BW-INV-40) und der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre (3BW-BWLGH-10).
- Die Studierenden informieren sich während des fünften Praxismoduls über Controlling und Performance-Management im Partnerunternehmen. Sie bringen in Erfahrung, welche Controllinginstrumente im Unternehmen eingesetzt und welche KPI's (Key Performance Indicators) wozu erhoben werden.
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Grundlagen des Controllings im Handelsbetrieb:** Planung – Kontrolle – Steuerung – Bezug zu den Systemen des Rechnungswesens
- **Begriffe des strategischen und operativen Controllings:** Begriffe und Zuordnung zu den interdependenten Oberzielen des Handelsunternehmens: Erfolgspotential – Erfolg – Liquidität

- **Erfolgssteuerung auf Basis der kurzfristigen Erfolgs- und Deckungsbeitragsrechnung im Handelsbetrieb:** insbes. Sortimentsentscheidungen und Kontrollen auf Basis der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung
- **Erfolgsmanagement im Handelsbetrieb:** funktionale Zusammenhänge der Gewinntrieber und deren Gewinnelastizitäten – Steuerung der interdependenten Gewinntrieber: Preis, Menge, variable und fixe Kosten im Hinblick auf das Erfolgsziel
- **Break-even-Analyse unter Berücksichtigung handelsbetrieblicher Besonderheiten:** Break-even-Analyse im Ein- und Mehrproduktunternehmen – Analyse von Preis-, Kosten-, Mengen- und Kapazitätsänderungen
- **Ergebnisabweichungsanalyse:** detaillierte Analyse von Erlös- und Kostenabweichungen
- **Anforderungen an die Performance-Messung:** Prinzipien der anreizkonformen Investitionssteuerung und Kontrolle als Beurteilungskriterium von Steuerungskennzahlen
- **Rentabilitäts- und wertorientierte Performance-Messung:** Ermittlung und Anwendung von betriebswirtschaftlichen Rentabilität-, Cashflow- und Übergewinnkonzepten in der Unternehmenssteuerung
- **Allgemeine und handelsspezifische Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators – KPIs) und Kennzahlen für die Performance-Messung und Steuerung:** beispielsweise finanzielle Kennzahlen wie Deckungsbeitrag je Flächeneinheit oder nicht finanzielle Kennzahlen zur Kundenzufriedenheit
- **Fallstudienartige Analyse und Kritik von Performance-Kennzahlen in Geschäftsberichten in der Berichts- und Steuerungspraxis von Handelsbetrieben:** z.B. kritische Untersuchung von ausgewählten Geschäfts- und Lageberichten

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen, dass das Rechnungswesen eine wesentliche Informationsquelle für interne Planungs- und Kontrollaufgaben des Unternehmens bildet. Sie sind in der Lage, mit Hilfe der erlernten Methoden Problemfelder des Controllings und der Performance-Messung zu erkennen, diese zu analysieren und zu strukturieren.

Wissensvertiefung

Es werden die bisherigen Kenntnisse im Bereich des Rechnungswesens, insbesondere die der Kosten- und Leistungsrechnung, hinsichtlich ihrer Anwendungsmöglichkeiten im Rahmen operativer Planungs- und Kontrollaufgaben sowie der Performance-Messung vertieft. Insofern verfügen die Studierenden über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Controllings und der Performance-Messung. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur, schließt aber zugleich

einige vertiefte Wissensbestände im Bereich Controlling und Performance-Messung ein. Die Studierenden sind in der Lage, Steuerungsprozesse kritisch zu beurteilen und Lösungen zu entwickeln.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können mit Hilfe der Instrumentarien des Controllings Unternehmensprozesse praxisnah planen, hinsichtlich der Zielerreichung überprüfen, die Leistung wertorientiert messen und etwaige Abweichungsursachen analysieren. Sie weisen in vielfältigen Anwendungsbeispielen nach, dass sie die Erfüllung erfolgsbezogener Ziele eines Unternehmens durch geeignete Steuerungsgrößen wirkungsvoll unterstützen können.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die bisher vermittelten Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre unter dem Aspekt einer erfolgsorientierten Planung, Steuerung und Kontrolle des Gesamtunternehmens und ausgewählter Funktionsbereiche zusammenzufassen und anzuwenden. Dies spiegelt sich in einem zielgerechten und praxisnahen Einsatz der Instrumentarien des Controllings wider.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden verfügen über die Kompetenz, die im Rahmen des Controllings analysierten Informationen strukturiert darzustellen, daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten und diese problemadäquat und verständlich zu kommunizieren. Sie erkennen Problemfelder des Unternehmens, können diese formulieren und Ansätze zu deren Bewältigung mitgestalten.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND

Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/ Übung/ Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)

Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Am Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Andreas Haaker, CIIA, CEFA, PD
andreas.haaker@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Coenenberg, A. G./Fischer, Th. M./Günther, Th. (neueste Auflage), Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart.

Fischer, Th. M./Möller, K./Schultze, W. (neueste Auflage), Controlling. Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Stuttgart.

VERTIEFENDE LITERATUR

Graumann, M. (neueste Auflage), Controlling. Begriff, Elemente, Methoden und Schnittstellen, Herne.

Harrauer, V. (neueste Auflage), Performance Measurement im Einzelhandel. Multiperspektivische Diskussion zur Implementierung und Verwendung von Erfolgskennzahlen auf der operativen Einzelhandelsebene, Frankfurt am Main.

Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (neueste Auflage), Controlling, München.

Hubert, B. (neueste Auflage), Grundlagen des operativen und strategischen Controllings: Konzeptionen, Instrumente und ihre Anwendung, Wiesbaden.

Schneider, D. (neueste Auflage), Betriebswirtschaftslehre, Band 2: Rechnungswesen, München/Wien.

Simon, H. (neueste Auflage), Am Gewinn ist noch keine Firma kaputt gegangen, Frankfurt/New York.

MULTISENSORIK IM HANDEL II: »STORYTELLING«

Kohärente Geschichten steigern den Wert eines Unternehmens und im Rahmen strategisch gestalteter Multisensorik sind kohärente Geschichten *ein* Weg, stationäre Handelsunternehmen in „Great Good Places“ zu verwandeln. Vor diesem Hintergrund geht es im zweiten Teil des Moduls »Multisensorik im Handel« um die Art und Weise, wie zur multisensorischen Unternehmensgestaltung passende Geschichten entwickelt werden, die unterhalten, informieren und überzeugen können. Geschichten werden insofern als Werkzeug charakterisiert, mit dessen Hilfe sich Information strukturieren und Kommunikation gestalten lässt. Sie helfen, Szenarien zu (er-)schaffen, die selbst schon Produkt sind, in die aber ebenso Produkte „hineinverkauft“ werden können. Die sprachliche Ausgestaltung des (Verkaufs-)Kontextes wird insofern als strategische Ressource, die es zu gestalten gilt, behandelt.

MODULCODE
3BW-MSHST-60

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Handel

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-HD

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10)
- Teilnahme am Modul: Multisensorik im Handel I: Retail Theater (3BW-MSHD-50)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des fünften Praxismoduls darüber, ob in ihrem Partnerunternehmen bewusst, vielleicht sogar systematisch, Gebrauch von „Geschichten“ zu betriebswirtschaftlichen Zwecken gemacht wird. Wird „Storytelling“ nicht als Instrument genutzt: Warum nicht? Welche Einsatzfelder wären denkbar? Welche Voraussetzungen müssten für den Einsatz gegeben sein? Ist der Einsatz geplant?

LERNINHALTE

GRUNDLAGEN DES STORYTELLING

- **Storytelling:** Begriff und Konzept – Wurzeln – Anwendungsbereiche – Narrative Wirtschaft und die „Unique Story“ als Wettbewerbsvorteil – Storytelling in Handel und Handelsunternehmen
- **Erzählen und Erzählung:** Was heißt erzählen? – Was ist eine Erzählung?
- **Elemente einer Geschichte: Überblick:** Semantischer Raum – narrative Figur – Sinnproduktion durch Basisoppositionen – Handlung durch Konflikt – Geschlossenheit durch Transformation der Basisopposition – Emotionalisierung der Erzählung – Wendepunkte – Kausalbeziehungen zur Verknüpfung von Handlung und Ereignis – narrative Struktur – Partizipation von Rezipienten

WIE EINE GESCHICHTE FUNKTIONIERT: NARRATIVE GESTALTUNGSSTRATEGIEN

- **Die narrative Figur:** Konzept – strukturalistische Aspekte – kulturanthropologische Aspekte – mimetische Aspekte – thematische Aspekte – Kunden oder Produkte als narrative Figur
- **Setting – Erzähler und erzählender Raum:** Semantischer Raum – Möglichkeiten der Raumerzählung – Raumerzählung im stationären und im digitalen Handel – »Great Good Places«
- **Narrative Basisopposition – Schaffung sinnstiftender Gegensätze:** Sinnhaftigkeit – Sinnproduktion – Idee vs. Konteridee – sinnstiftende Basisoppositionen im Handelskontext
- **Handlungszwänge:** Konflikt – Grundformen des Konfliktes – universelle Konflikte – Konflikttypen und Handlungstypen – handlungsförderliche Konflikttypen im Handelskontext
- **Transformation der Basisopposition:** Transformation – Geschlossenheit – zyklische Transformation – Beispiele der Transformation von Basisoppositionen im Handelskontext
- **Emotion und Emotionalisierung:** Emotionale Genres – Emotionale Progression – Emotionen und emotionale Progression in Kundenstorys, Produktstorys, Raumgestaltung
- **Wendepunkte:** Überraschung – Neugier – Einblick -Richtungswechsel
- **Narrative Struktur:** Dreiaktstruktur – Fünfsakstruktur – Heldenreise – mündliche Alltagserzählung
- **Kausalbeziehungen:** Ohne Kausalität keine Geschichte – Formen der Kausalität – non-kausales Erzählen
- **Rezipienten einbinden:** Gapping – Subtext – Spannung – »Participation Experience«

TRANSMEDIALES ERZÄHLEN

- **Stationärer Handel als Form interaktiver Erzählung**
- **Erzählmedium und Gestaltungsstrategie:** semiotische Zugänge – technologische Zugänge – kultureller Zugang – raumgestalterische Zugänge – architektonische Zugänge

- **Erzählmedien und Gestaltungsstrategie im Handelsunternehmen:** Patagonia – manufactum – Fairphone – weitere aktuelle Beispiele – Praxispartnerbesprechung
- **Objekte, die Geschichten erzählen:** Fiktionswerte – Inszenierungsfolgen – Situationsfaschismus – Konsumpolytheismus – Spiegelkonsumenten – Metaphernethik – Gewissenswohlstand – Konsumpoesie – Wertekapitalismus

PROJEKT »STORYTELLING ANGEWANDT«

Kohärente, konsistente und stringente Gestaltung einer Story; für Unternehmen, die jeweils an deren Beurteilung beteiligt werden.

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Teilmoduls Storytelling als wettbewerbsvorteilsbegründendes Erfolgspotential im Handel beschreiben, erklären und kritisch beurteilen. Sie sind in der Lage, »Storylines in betriebswirtschaftlicher Intention« zu erkennen, deren Wirksamkeit zu beurteilen und einfache, zum jeweiligen multisensorischen Kontext passende Geschichten zu konzipieren. Sie verstehen den betriebswirtschaftlichen Nutzen der Methode des „Geschichtenerzählens“ und können diese im Rahmen ihrer multisensorischen Konzeption(en) mehrwertstiftend anwenden.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Teilmoduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um die Methode des „Geschichtenerzählens“ (Storytelling) umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien des normativen und strategischen Managements von Unternehmen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Inhalte, Theorien und Gestaltungsmittel des Storytellings im Handelsunternehmen sinnvoll anzuwenden und operationalisierbare Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln und umzusetzen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und jeweils angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Teilmoduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen „der Methode des Geschichtenerzählens in wirtschaftlicher Absicht“ Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/ Übung/ Workshop	32
Projekt	16
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
KE			Während der Theoriephase	100

Ein Konstruktionsentwurf (KE) umfasst die Bearbeitung einer Aufgabenstellung in konzeptioneller, konstruktiver, planerischer und/oder produktionsorientierter Sicht.

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Cahill, J. (neueste Auflage), Making a Difference in Marketing. The Foundation of Competitive Advantage, London/New York.

Friedmann, J. (neueste Auflage), Storytelling. Einführung in Theorie und Praxis narrativer Gestaltung, München.

Ullrich, W. (neueste Auflage), Alles nur Konsum. Kritik der warenästhetischen Erziehung, Berlin.

VERTIEFENDE LITERATUR

Beyer, R./Gerlach, R. (neueste Auflage), Sprache und Denken, Wiesbaden.

Eicher, H. (neueste Auflage), Die verblüffende Macht der Sprache. Was Sie mit Worten auslösen oder verhindern und was Ihr Sprachverhalten verrät, Wiesbaden.

Erlach, Ch./Müller, M. (neueste Auflage), Narrative Organisation. Wie die Arbeit mit Geschichten Unternehmen zukunftsfähig macht, Berlin.

Etzold, V./Ramge, Th. (neueste Auflage), Equity Storytelling. Think – Tell – Sell: Mit der richtigen Story den Unternehmenswert erhöhen, Wiesbaden.

Flade, A. (neueste Auflage), Third Places – reale Inseln in der virtuellen Welt. Ausflüge in die Cyberpsychologie, Wiesbaden.

Heimann, M./Schütz, M. (neueste Auflage), Wie Design wirkt: Prinzipien erfolgreicher Gestaltung. Werbe-Psychologie, visuelle Wahrnehmung, Kampagnen, Bonn.

Lakoff, G./Johnson, M. (neueste Auflage), Leben in Metaphern. Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern, Heidelberg.

Lakoff, G./Wehling, E. (neueste Auflage), Auf leisen Sohlen ins Gehirn. Politische Sprache und ihre heimliche Macht, Heidelberg.

Oldenburg, R. (neueste Auflage), The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community, New York.

Oldenburg, R. (neueste Auflage), Celebrating the Third Place: Inspiring Stories about the Great Good Places at the Heart of our Communities, New York.

Shiller, R. (neueste Auflage), Narrative Wirtschaft. Wie Geschichten die Wirtschaft beeinflussen – ein revolutionärer Erklärungsansatz, Kulmbach.

Ullrich, W. (neueste Auflage), Habenwollen: Wie funktioniert die Konsumkultur?, Frankfurt am Main.

PFLICHTMODULE STUDIENRICHTUNG INDUSTRIE

GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTS- UND DER INDUSTRIEBETRIEBSLEHRE

Gegenstand der Vorlesung »Grundlagen der Betriebswirtschafts- und der Industriebetriebslehre« ist die Einführung in die Disziplin »Betriebswirtschaftslehre« im Allgemeinen und in die »Industriebetriebslehre« im Besonderen. Aufbauend auf der Definition fachspezifischer Begrifflichkeiten werden insbesondere wichtige Grundlagen zur Charakterisierung von Industrieunternehmen, zum industriellen Planungs- und Entscheidungsprozess sowie zur Material- und Produktionswirtschaft vermittelt. Die Anwendung dieser Grundlagen wird im Kontext betrieblicher Informationssysteme verdeutlicht. Die Wissensvermittlung erfolgt durch die Kombination von Vorlesung, Übung und Kolloquium. Bezüge zu aktuellen gesamtwirtschaftlichen Trends, wie die zunehmende Digitalisierung und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit, werden im Modul hergestellt. Das Modul schließt mit einer Klausur ab.

MODULCODE
3BW-BWLGI-10

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung BW-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

GRUNDLAGEN DER BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

- **Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre:** Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe – Teilgebiete der Betriebswirtschaftslehre – Prinzipien betriebswirtschaftlichen Handelns

- **Das Unternehmen und seine Umwelt:** Typologien von Unternehmen – Rechtsformen von Unternehmen – Verbindungen von Unternehmen
- **Einstieg in das Unternehmensmanagement:** Übersicht relevanter Managementfunktionen – Organisationseinheiten in Unternehmen

GRUNDLAGEN DER INDUSTRIEBETRIEBSLEHRE

- **Grundlagen der Materialwirtschaft:** Materialklassifizierung – Materialbeschaffung – Materiallagerung – Materialdisposition – Materialentsorgung
- **Grundlagen der Produktionswirtschaft:** Produktionsfaktoren – Produktionssysteme – Produktionslogistik – Produktionsplanung – Produktionssteuerung
- **Grundlagen betrieblicher Informationssysteme:** Überblick zur betrieblichen Systemlandschaft – Enterprise Resource Planning (ERP) – Aktuelle Trends in der Digitalisierung

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls kennen und verstehen die Studierenden die inhaltlichen und methodischen Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und der Industriebetriebslehre. Sie können die Teilgebiete und Aufgaben dieser wissenschaftlichen Disziplin unterscheiden, einordnen und charakterisieren. Die Studierenden wissen, wie sich betriebliche Planungs- und Entscheidungsprozesse in Unternehmen systematisch vollziehen. Sie haben sowohl die Grundlagen der Materialwirtschaft als auch Produktionswirtschaft verstanden sowie Einsatzmöglichkeiten betrieblicher Informationssysteme erlernt. Durch dieses Modul wird somit ein wichtiges Wissensfundament für weiterführende Studieninhalte geschaffen und damit ein signifikanter Beitrag zur Wissensverbreiterung geleistet.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage reflektiert mit ihrem Wissen zu grundlegenden Theorien, Prinzipien und ausgewählten Methoden der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und der Industriebetriebslehre umzugehen. Für diverse fachspezifische Problemstellungen können die Studierenden begründete und wissenschaftlich fundierte Lösungen erarbeiten und argumentativ verteidigen. Durch die Anwendung erlernter Theorien zur Beantwortung praktischer Fragestellungen im Industrieumfeld vertiefen die Studierenden ihr Wissen nachhaltig.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden konstitutive und operative Fragestellungen der Betriebswirtschaftslehre und Industriebetriebslehre erkennen, klassifizieren und analysieren. Auf dieser Grundlage sind sie in der Lage theoriebasierte, ggf. operationalisierbare Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Sie nutzen das „Handwerkszeug“ der Betriebswirtschaftslehre und der Industriebetriebslehre auch im Sinne der Erhebung und Interpretation betrieblicher Kennzahlen und der Entwicklung einfacher Planungs- und Zielsysteme.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext der Lehrveranstaltungen erworbenes Wissen in ihren akademischen und beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen bzw. Probleme einzustellen und kontextbezogen angemessene Lösungsvorschläge zu entwickeln. Sie sind dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen dieser Fachdisziplin auszuwählen und selbständig zu erschließen.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden grundlegende Problemstellungen der Betriebswirtschaftslehre und der Industriebetriebslehre gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Ende der Theoriephase	100%

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Gonschorek, T. (Hrsg.) (aktuelle Auflage), Betriebswirtschaftslehre für Ingenieure. Lehr- und Praxisbuch, München.

Oeldorf, G./Olfert, K. (aktuelle Auflage): Material-Logistik, Herne.

Thommen, J.-P./Achleitner, A.-K. (aktuelle Auflage): Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Wiesbaden.

Vahs, D./Schäfer-Kunz, J. (aktuelle Auflage), Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart.

VERTIEFENDE LITERATUR

Domschke, W./Scholl, A. (aktuelle Auflage): Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Eine Einführung aus entscheidungsorientierter Sicht, Berlin.

Kurbel, K. (aktuelle Auflage): ERP und SCM. Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, Berlin.

Obermaier, R. (Hrsg.) (aktuelle Auflage), Handbuch Industrie 4.0 und Digitale Transformation. Betriebswirtschaftliche, technische und rechtliche Herausforderungen, Wiesbaden.

Zeitschriften wie »WiST – Wirtschaftswissenschaftliches Studium« und »Journal of Business Economics (JBE)«.

BETRIEBLICHE INFORMATIONSSYSTEME DER INDUSTRIE

Das Modul liefert eine domänenorientierte Einführung in die Wirtschaftsinformatik. Den Zugang zum Modul liefern Best Practice Lösungen zu Informations- und Kommunikationssystemen (IKS) in der Industrie. Konzeption, Entwicklung und Wartung der Systeme werden angeschnitten. Der Schwerpunkt liegt auf der Einführung und Nutzung betrieblicher Anwendungssysteme.

MODULCODE
3BW-BISdI-10

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFTSINFORMATIK

- **Methoden, Erkenntnisobjekte und Nutzen der Wirtschaftsinformatik im betrieblichen Kontext**
- **Systembegriff der Informatik:** Trennung von soziotechnischem Informationssystem und betrieblichem Basissystem der Leistungserstellung – Trennung von Informations- und Anwendungssystem – Trennung von Informations- und Materialflüssen

ENTERPRISE RESOURCE PLANNING SYSTEME (ERP)

- **Arten und Aufbau von Informationssystemen:** Abgrenzung und Erläuterung von Enterprise Resource Planning (ERP), Produktionsplanungs- und Steuerungssystem (PPS), Warenwirtschaftssystem (WWS) und Kommunikationssystemen

- **Auswahl und Einführung:** Softwarelebenszyklus – Qualität von Software (z. B. nach ISO/IEC 25010:2011) – Spezifikation von Anforderungen (z.B. mit Lasten- oder Pflichtenheft oder nach IEEE 29148) – Projektmanagement zur Einführung von Informationssystemen (Ziele, Ablauf und Organisation der Projekte) – Bewertung von Kosten und Nutzen der Informationssysteme (z.B. durch Total Cost of Ownership und Nutzwertanalyse)
- **Systemlandschaft in der Produktion:** Maschinendatenerfassung (MDE) – Betriebsdatenerfassung (BDE) – Prozessleitsysteme – ERP-Systeme – Manufacturing Execution Systems (MES) – Beispiele und Zusammenspiel der Systeme
- **Architektur der Informationssysteme:** Verteilte und Zentralisierte Systeme – Cloud-Lösungen und On Premise
- **Information Security:** Identifikation und Evaluierung von Risiken, Maßnahmen und Monitoring von Aktivitäten – ausgewählte Technologien (z.B. Verschlüsselung oder Elektronische Signatur)

STRATEGISCHE BEDEUTUNG VON ERP

- **Big Data und Künstliche Intelligenz (BD und KI, Ausblick Modul 3BW-SBDDS-20):** MDE als Datenbasis – Wettbewerbsvorteile durch PPS
- **Digitale Transformation (DT, Ausblick Modul 3BW-DTHVG-34):** Digitale Wertschöpfungsketten in und außerhalb von Industrieunternehmen – Industrie 4.0 – ERP als realitätsnahes digitales Abbild der Wertschöpfung
- **Geschäftsprozessmanagement (GPM, Ausblick Modul 3BW-GPuQM-50):** Referenzmodelle im Handel – Rolle der HIS im Qualitätsmanagement von Handelsunternehmen (Herstellung des Bezugs zum Modul 3BW-GPuQM-50)

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ihr Systemverständnis um den Begriff des Soziotechnischen Informationssystems erweitert. Auf dieser Basis können sie den Aufbau von Enterprise Resource Planning Systemen erklären und haben deren Funktionsweise verstanden. Enterprise Resource Planning Systeme der betrieblichen Praxis können sie in das Spektrum der besprochenen Systemlandschaften einordnen. Darüber hinaus können sie situativ beurteilen, welchen mutmaßlichen Nutzen ein konkretes Enterprise Resource Planning System einem Unternehmen stiftet.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, bereits erlernte Unternehmensfunktionen einem Enterprise Resource Planning System zuzuordnen. Sie erkennen für bereits bekannte betriebswirtschaftliche Zusammenhänge die operative und strategische Bedeutung dieser Systeme. Neben der bloßen Kenntnis unterschiedlicher the-

matischer Aspekte der industriebetrieblchen Informationssysteme haben Sie ein vertieftes anwendungs-
bereites Verständnis um deren Auswahl, Einführung und Architektur. Die sog. Information Security identi-
fizieren sie als strategisch relevantes Handlungsfeld.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden kennen und verstehen einfache Methoden und Verfahren der Wirtschaftsinformatik. Sie sind dazu in der Lage, ihr Wissen zur Analyse und Auswahl situativ geeigneter betrieblicher Informationssysteme im Industrieunternehmen anzuwenden und ihre Entscheidung zu begründen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden kennen den Systembegriff der Informatik. Sie erkennen die Grenzen und Möglichkeiten bei der Gestaltung betrieblicher Informationssysteme in Industrieunternehmen. Sie kennen den Lebenszyklus von Informationssystemen und verstehen ihre fachlichen Aufgaben in dessen jeweiligen Phasen. Sie sind dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen auszuwählen und selbständig zu erschließen. Sie kennen angrenzende Handlungsfelder wie Big Data, künstliche Intelligenz oder digitale Transformation und verstehen die zugrundeliegenden gedanklichen Verbindungen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, sich mit Fachvertretern aus der Informatik über Eigenschaften und Anforderungen von soziotechnischen Informationssystemen auszutauschen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R				UNTERRICHTSSPRACHE	

Prof. Dr. Steffen Greiffenberg
steffen.greiffenberg@ba-sachsen.de

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN				ANGEBOTSFREQUENZ	
------------------------------------	--	--	--	-------------------------	--

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

jährlich

LITERATUR					
------------------	--	--	--	--	--

BASISLITERATUR

Ferstl, O. K./Sinz, E. J. (neueste Auflage), Grundlagen der Wirtschaftsinformatik, München.

Kurbel, K. (neueste Auflage), ERP und SCM. Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, Berlin.

Schweitzer, F./Müller, G. (neueste Auflage), ERP-Systeme: Lehrbuch für das Bachelorstudium an Berufsakademien und Dualen Hochschulen, Berlin.

BASISLITERATUR

bitkom, Die Zukunft von ERP im Kontext von Industrie 4.0, Positionspapier

ISO/IEC/IEEE 29148:2018

ISO/IEC 25010:2011

MARKTFORSCHUNG, KONSUMENTENVERHALTEN UND INDUSTRIEGÜTERMARKETING

In diesem Modul erhalten die Studierenden zunächst einen grundlegenden Einblick in die qualitative und quantitative Marktforschung. Die fallstudienspezifische Vermittlung der Inhalte ermöglicht es den Studierenden, Marktforschungsprojekte zu entwickeln, durchzuführen und auszuwerten, um bereits ergriffene Marketingmaßnahmen zu evaluieren oder den Einsatz neuer Marketingmaßnahmen auf Basis entsprechender Daten über das Konsumentenverhalten auszurichten. Dafür erlernen die Studierenden die Grundlagen der Entwicklung und Umsetzung strategischer Marketingkonzepte im industriellen Kontext. Der Marketingmanagementprozess wird als systematischer Planungs- und Entscheidungsprozess zur Festlegung und Gestaltung von Marketingzielen, -strategien und -instrumenten vorgestellt und besprochen. Dabei wird im Rahmen der Veranstaltung zuerst ein grundlegendes Verständnis erarbeitet, um dieses im zweiten Schritt auf die branchenspezifischen Besonderheiten anwenden zu können. Die Studierenden erhalten darüber hinaus einen Einblick in die grundlegenden Strukturen des Konsumentenverhaltens im Allgemeinen sowie die Bedeutung des Konsumentenverhaltens im industriellen Kontext im Besonderen.

MODULCODE
3BW-MFKIM-20

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung BW-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftliches Arbeiten (3BW-WWWS-10)
- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

MARKTFORSCHUNG

- Grundlagen der Marktforschung: Begrifflichkeiten, Merkmale
- Prozess der Marktforschung und Wahl des Forschungsansatzes (explorativ, deskriptiv, kausal)
- Wahl der Datenerhebungsmethoden: Sekundär- und Primärforschung
- Konzeptualisierung und Operationalisierung sowie Stichprobenbildung
- Methoden der Datenanalyse und -auswertung
- Spezifische Methoden der Marktforschung im B2B-Kontext

KONSUMENTENVERHALTEN UND INDUSTRIEGÜTERMARKETING

Marketing – Grundlagen

- Grundlagen des Marketings: Begrifflichkeiten, Merkmale, Entwicklungsphasen
- Unternehmen und Absatzmarkt: Marktabgrenzung und -segmentierung
- Besonderheiten des Industriegütermarketings: Buying Center und Selling Center, Relationship-Marketing

Marketing – Ziele, Strategien und Instrumente

- Marketingmanagementprozess
- Analyse der Ausgangssituation als Ausgangspunkt der Strategiebildung
- Ökonomische und psychographische Marketingziele
- Marketinginstrumente: Produkt-, Kommunikations-, Preis- und Distributionspolitik

Grundlagen des Konsumentenverhaltens

- Grundlagen des Konsumentenverhaltens: Begrifflichkeiten, Trends, Entwicklungsphasen
- Psychische Einflussgrößen, insbesondere aktivierende (Aktivierung, Emotion, Motivation), kognitive (Informationsaufnahme, -verarbeitung und -speicherung) sowie komplexe(re) Prozesse (Werte)
- Sozio-kulturelle Einflüsse, insbesondere der näheren sozialen Umwelt (bspw. durch Meinungsführer, direkte Bezugsgruppen) und der weiteren sozialen Umwelt (bspw. Kultur)
- Anwendung und Besonderheiten im B2B-Kontext

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Marktforschung

Die Studierenden erhalten im Rahmen der Veranstaltung ein umfassendes Wissen über die Grundlagen und Methoden der Marktforschung, wobei ein zunehmendes Verständnis für die Zusammenhänge zwischen Datenerhebung, -analyse und -auswertung im Mittelpunkt der Wissensvermittlung steht. Nach Abschluss des Teilmoduls können die Studierenden beschreiben und erklären, was Marktforschung ist. Sie kennen und verstehen unterschiedliche qualitative und quantitative Methoden der Marktforschung, können diese erklären und anwenden. Sie verfügen über ein differenziertes Verständnis davon, an welchen Punkten des Marketingprozesses die verschiedenen Methoden der Marktforschung einzubinden sind, um auf deren Basis das Kundenverhalten zu analysieren und fundierte Marketingentscheidungen fällen zu können.

Konsumentenverhalten und Industriegütermarketing

Die Studierenden erarbeiten sich ein breites und integriertes Wissen hinsichtlich der absatzwirtschaftlichen Prozesse, welches das Fundament für die umfassende Entwicklung von Marketingkonzepten – basierend auf Marketingzielen, -strategien und -instrumenten – darstellt. Darüber hinaus erhalten die Studierenden Grundlagenwissen über die klassischen Marketinginstrumente im Allgemeinen und deren konkrete Ausgestaltungsmöglichkeiten im industriellen Kontext im Besonderen.

Weiterhin erarbeiten sich die Studierenden ein umfassendes Wissen hinsichtlich der Einflussgrößen des Konsumentenverhaltens, welches einerseits das Fundament für ein umfassendes Verständnis für komplexe Ursache-Wirkungsbeziehungen darstellt und andererseits das Verstehen der – im industriellen Kontext relevanten – Konsumententscheidungen und -handlungen erleichtert.

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden absatzwirtschaftliche Prozesse, grundlegende Marketinginstrumente, deren Ausgestaltungsmöglichkeiten im industriellen Umfeld und grundsätzliche Einflussgrößen des Konsumentenverhaltens im industriellen Kontext benennen, beschreiben, erklären, analysieren und beurteilen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden verfügen über ein umfassendes Verständnis hinsichtlich des Zusammenspiels der Marketing- und Unternehmensziele im industriellen Kontext und entsprechende Kenntnisse und Fertigkeiten, ebendiese Ziele mit Hilfe der Instrumente des Marketings zu realisieren, um ein Unternehmen erfolgreich am Markt zu positionieren. Dafür lernen die Studierenden, wie diese Ziele durch qualitative und quantitative Marktforschungsaktivitäten zielgenau geplant, umgesetzt und evaluiert werden können. Zudem verfügen die Studierenden über ein differenziertes Verständnis des Zusammenspiels der aktivierenden (Aktivierung, Konsumentenbedürfnisse und -motive, Emotionen), kognitiven (Informationsaufnahme, -verarbeitung und -speicherung) und komplexen Konstrukte (Werte) im Konsumentenverhalten. Die Studierenden können die Wirkung von im industriellen Kontext praktizierten und praktizierbaren Marketingmaßnahmen auf das Kun-

denverhalten einschätzen, analysieren und beurteilen. In diesem Zusammenhang verstehen sie, dass Kunden in ein soziales Netzwerk eingebettet sind, das Einfluss auf individuelle oder kollektive Konsum- bzw. Einkaufsentscheidungen hat.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können auf Basis ihrer Kenntnisse über die einzelnen Schritte des Marktforschungsprozesses das Kundenverhalten sowie die Wirkung einzelner Marketingmaßnahmen auf die Kaufentscheidungen von Konsumenten analysieren. Dafür können sie situationsangemessen und zielorientiert geeignete Methoden der Datenerhebung und -auswertung wählen, ihre Auswahl begründen und schließlich umsetzen. Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Aspekte praktischer Fragestellungen auf Basis der erlernten Marktforschungsmethoden zu bearbeiten und die Ergebnisse empirischer Studien zu interpretieren. Auf dieser Basis können sie zu einer auf die Zielgruppe zugeschnittenen Kampagnenplanung zur Erreichung der gesetzten Marketingziele und -strategien beitragen. Aufgrund ihrer umfassenden Kenntnisse über das Zusammenspiel der aktivierenden, kognitiven und komplexen Konstrukte, welche das Entscheidungsverhalten der (potentiellen) Konsumenten prägen, können die Studierenden Produkte und Marken so positionieren und von den Wettbewerbern abgrenzen, dass diese bei einer Einkaufsentscheidung präferiert werden. D. h., dass die Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis des Verhaltens der (potentiellen) Konsumenten insbesondere im Handelskontext haben und Maßnahmen konzipieren, umsetzen und evaluieren können, die geeignet sind, formulierte Marketingziele zu realisieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, begründet zu entscheiden, welches Analyseverfahren für ein konkretes Marktforschungsproblem am besten geeignet ist und wie erhobene Daten sinnvoll ausgewertet und interpretiert werden können. Darüber hinaus können sie die erworbenen Marktforschungskenntnisse auf praktische Problemstellungen im Branchenkontext übertragen, erhobene Daten analysieren, interpretieren und kritisch bewerten, um individuelle Maßnahmen zur Erreichung der Marketingziele ergreifen zu können. Ansätze, Methoden und Gütekriterien der Marktforschung können sie erläutern und kritisch beurteilen. Darüber hinaus können sie ihr erworbenes Wissen über das Konsumentenverhalten auf praktische Problemstellungen im industriellen Kontext übertragen, erhobene Daten analysieren, interpretieren und kritisch-reflexiv bewerten, um individuelle Maßnahmen zur Erreichung von Marketingzielen ergreifen zu können.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden vertiefen die theoretischen Marktforschungsgrundlagen durch eigene Literaturrecherchen und -studien. Neben Vortrags- und Einzelarbeitsphasen lernen und arbeiten sie gemeinsam in Gruppen. Die Studierenden erwerben somit kommunikative Kompetenz in wissenschaftlicher sowie praktischer Hinsicht. Insbesondere bei der Bearbeitung von Fallstudien in Gruppenarbeit werden konstruktive Mitarbeit, Argumentationsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Kritikfähigkeit entwickelt.

Sie beherrschen das Fachvokabular zur Erklärung des Kundenverhaltens und können die Zusammenhänge zwischen den psychologischen Grundlagen des Konsumentenverhaltens und dem Einfluss auf das

Handelsmarketing Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darlegen. Sie verfügen darüber hinaus über die Kompetenz, ihr Wissen und entwickelte Standpunkte über Einflussfaktoren des Konsumentenverhaltens strukturiert darzustellen und geeignete Handlungsempfehlungen zur Erreichung übergeordneter Marketingziele zu formulieren.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Marktforschung	Vorlesung/Übung/Workshop	30
	Projekt	18
Industriemarketing und Konsumentenverhalten	Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72
ARBEITSAUFWAND GESAMT		240

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Zwei Prä-sentationen	30		Während der Theoriephase	je 50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Dr. Sophie Ruckau
sophie.ruckau@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

- Backhaus, K./Voeth, M. (neueste Auflage). Industriegütermarketing. Grundlagen des Business-to-Business Marketings, München.
- Fantapié Altobelli, C. (neueste Auflage), Marktforschung: Methoden – Anwendungen – Praxisbeispiele, München.
- Homburg, C. (neueste Auflage), Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden.
- Kreis, H./Wildner, R./Kuß, A. (neueste Auflage), Marktforschung. Datenerhebung und Datenanalyse, Wiesbaden.
- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A. (neueste Auflage), Konsumentenverhalten, München.
- Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M./Eisenbeiß, M. (neueste Auflage), Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte–Instrumente–Praxisbeispiele, Wiesbaden.
- Raab, G./Unger, A./Unger, F. (neueste Auflage), Methoden der Marketing-Forschung. Grundlagen und Praxisbeispiele, Wiesbaden.
- Solomon, M. R./Schulz, U. (neueste Auflage), Konsumentenverhalten, Hallbergmoos.

VERTIEFENDE LITERATUR

- Baumgarth, C. (neueste Auflage), B-to-B-Markenführung. Grundlagen – Konzepte – Best Practice, Wiesbaden.
- Döring, N./Bortz, J. (neueste Auflage), Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin/Heidelberg.
- Foscht, T./Swoboda, B./Schramm-Klein, H. (neueste Auflage), Käuferverhalten. Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen, Wiesbaden.
- Gansser, O./Krol, B. (neueste Auflage), Moderne Methoden der Marktforschung. Kunden besser verstehen, Wiesbaden.
- Homburg, C. (neueste Auflage), Grundlagen des Marketingmanagements. Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden.
- Kleinaltenkamp, M./Saab, S. (neueste Auflage), Technischer Vertrieb. Eine praxisorientierte Einführung in das Business-to-Business-Marketing, Wiesbaden.
- Naderer, G./Balzer, E. (Hrsg.) (neueste Auflage), Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis. Grundlagen – Methoden – Anwendungen, Wiesbaden.
- Trommsdorff, V. (neueste Auflage), Konsumentenverhalten, Stuttgart.

NORMATIVES UND STRATEGISCHES MANAGEMENT DES INDUSTRIEUNTERNEHMENS

Im Zentrum der Veranstaltung stehen wesentliche Inhalte, Theorien und Methoden der normativen und strategischen Führung von Industrieunternehmen, um Antworten auf die Frage vorzustellen und zu begründen, was unternommen werden kann, um ebendiese erfolgreich im Markt zu halten. Neben qualitativen normativen Steuerungsinstrumenten werden industrietypische Gesamtunternehmens- und Geschäftsfeldstrategien unter dem Aspekt der Unternehmenspositionierung und -profilierung besprochen. Unternehmensumwelt und Unternehmensressourcen werden als komplementäre, steuerungsrelevante Ansatzpunkte vorgestellt, differenziert und diskutiert. Die Vorlesung bildet eine verbindende Klammer um im weiteren Studienverlauf getrennt behandelte betriebswirtschaftliche Themen.

MODULCODE
3BW-NOSMI-20

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des vierten Praxismoduls über Managementphilosophie, Vision, Mission, Leitbild, Corporate Identity und Kultur ihres Unternehmens. Sie bringen die Strategie, Strategieentwicklung(sprozess), Instrumente der strategischen Planung und angestrebte(n) Wettbewerbsvorteil(e) ihres Partner-Unternehmens in Erfahrung.

LERNINHALTE

Ausgehend von der Frage, welchem Zweck die Auseinandersetzung mit der Führung von **Industrieunternehmen** dient und welche Herangehensweisen an die Beantwortung der Frage möglich sind, fokussiert die Lehrveranstaltung insbesondere folgende Schwerpunkte:

- **Erfolgreiche Führung von Industrieunternehmen:** Erfolg und Erfolgspotentiale des Industrieunternehmens, unternehmensinterne und -externe Erfolgsursprünge: Market-Based-View und Resource-Based-View
- **Megatrends im (Industrie-)Management:** Megatrend: Begriff, Konzept, Relevanz – Rahmenbedingungen des Managements von Industrieunternehmen: Risiko, Unsicherheit und Ungewissheit – Komplexität, Komplexitätstreiber in der Industrie – Schwarze Schwäne – Möglichkeiten und Grenzen strategischer (Industrie-)Unternehmensplanung
- **Industrieunternehmen im frühen 21. Jahrhundert:** Wandlungsfähige, menschenzentrierte Strukturen in Fabriken – Ein Zukunftsbild in 10 Charakteristika – Digitale Fabrik
- **Unternehmensführung als Management der Unternehmensentwicklung** in drei Dimensionen: normative Unternehmensführung – strategische Unternehmensführung – operative Unternehmensführung
- **Normative Führung des Industrieunternehmens:** Unternehmensphilosophie – Unternehmensvision – Unternehmenspolitik – Unternehmensmission – Unternehmensleitbild – Unternehmenskultur
- **Strategische Führung des Industrieunternehmens:**
 - Strategische Planung und strategischer Planungsprozess – Makromodell der Unternehmensumwelt und Umweltanalyse – Ausgewählte Werkzeuge der Umweltanalyse – Wettbewerbsvorteile – Strategie und Strategieentwicklung – ausgewählte Werkzeuge der Strategieentwicklung
 - Strategieentwicklung auf Gesamtunternehmensebene: Geschäftsfeldsegmentierung und Geschäftsfeldplanung – ausgewählte Aspekte der Diversifikation in der Industrie – ausgewählte Aspekte der Internationalisierung von Industrieunternehmen – ausgewählte Aspekte der vertikalen Integration und der Kooperation von Industrieunternehmen
 - Strategieentwicklung auf Geschäftsfeldebene: Wettbewerbsstrategien – strategische Geschäftsfelder – Marktfeldstrategie – Wettbewerbsvorteilsstrategie – Marktabdeckungsstrategie – Timingstrategie
 - Marktteilnehmerstrategien: Marktbearbeitung – Kundenstrategie - Verhaltensstrategien
 - Verweis auf Marketinginstrumentenstrategien: Leistung – Distribution – Kommunikation – Konditionen – Personal
 - Möglichkeiten der Strategiebewertung: Prämissen-, Durchführungs- und Ergebniskontrolle
- **Beschließende Überlegungen:** Strategie, Genie oder Zufall? Oder: Erfolgreich trotz eklatanter Erfolglosigkeit?

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls klassische und zeitgenössische Inhalte, Theorien und Instrumente des normativen und strategischen Managements von Unternehmen unterscheiden, beschreiben, erklären und kritisch beurteilen. Sie sind in der Lage, die Ausgestaltung normativen und strategischen Managements eines Unternehmens zu diagnostizieren und hinsichtlich seiner betriebswirtschaftlichen Eignung zu beurteilen.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um die normative und strategische Führung von Unternehmen umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien des normativen und strategischen Managements von Unternehmen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, Inhalte, Theorien und Instrumente des normativen und strategischen Managements auf Unternehmen zu übertragen, operationalisierbare Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln und umzusetzen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und situativ angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen der normativen und strategischen Steuerung von Unternehmen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Seminaristische Vorlesung	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Präsentation	30		Während der Theoriephase.	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR
BASISLITERATUR

Abegglen, Ch./Bleicher, K. (neueste Auflage), Das Konzept integriertes Management. Visionen, Missionen – Programme, Frankfurt/New York.

Lanza, G. et al. (2018), Wandlungsfähige, menschenzentrierte Strukturen in Fabriken und Netzwerken der Industrie 4.0, München.

Müller, H.-E./Wrobel, M. (neueste Auflage), Unternehmensführung. Strategie – Management – Praxis, Berlin/Boston.

VERTIEFENDE LITERATUR

- Becker, F. G. (neueste Auflage), Grundlagen der Unternehmensführung. Einführung in die Managementlehre, Berlin.
- Dillerup, R./Stoi, R. (neueste Auflage), Unternehmensführung. Management & Leadership. Strategien – Werkzeuge – Praxis, München.
- Grant, R. M. (neueste Auflage), Moderne Strategische Unternehmensführung: Konzepte, Analysen und Techniken, Weinheim.
- Hungenberg, H./Wulf, T. (neueste Auflage), Grundlagen der Unternehmensführung. Einführung für Bachelorstudierende, Wiesbaden.
- Nicolai, A./Kieser, A. (2002), Trotz eklatanter Erfolglosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs, in: DBW, Jahrgang 62, Heft 6, S. 579 - 596.
- Plattform Industrie 4.0 und dort angegebene Veröffentlichungen: <https://www.plattform-i40.de/IP/Navigation/DE/Home/home.html>.
- Porter, M. E. (neueste Auflage), Wettbewerbsstrategie. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, Frankfurt am Main.
- Rust, H. (neueste Auflage), Strategie? Genie? Oder Zufall? Was wirklich hinter Managementenerfolgen steckt, Wiesbaden.
- Schein, E. H. (neueste Auflage), Organisationskultur und Leadership, München.

PREIS- UND PORTFOLIOMANAGEMENT

In der Veranstaltung werden grundlegende und vertiefende Kenntnisse hinsichtlich der Konzeption und Anwendung des erfolgs- und wertorientierten Preismanagements unter besonderer Berücksichtigung von interdependenten Entscheidungen über das Produktportfolio von Industrieunternehmen besprochen.

MODULCODE
3BW-PuPM-30

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- Begriff und Funktion des Preises**
- Preis als Gewinntreiber:** Wirkung und Bedeutung des Preises hinsichtlich des Gewinnziel im Vergleich zu anderen Gewinntreibern
- Preis und Management:** Preis als Marketinginstrument – Verständnis der Rolle des Preises – Preismanagement als Prozess
- Strategie des Preises:** insbes. Ziele und Preispositionierung
- Ökonomie des Preises:** insbes. Analyse preisrelevanter Informationen – Preisabsatzfunktionen
- Psychologie des Preises:** traditionelle Psychologie des Preises – Behavioral-Pricing

- **Grundzüge des Produktportfolio-Managements:** Bedeutung und Grundlagen des Produktportfolio-Managements – Portfolio-Entscheidungen – spezielle Problemstellungen im Rahmen der Planung des Produktportfolios
- **optimale ein- und mehrdimensionale Preis- und Portfolioentscheidungen:** insbes. Preisbildungsverfahren – Preisdifferenzierung – kurz- und langfristig optimale Preise
- **Preis- und Produktportfolio-Controlling**
- **Überblick über das Preismanagement für Konsum- und Industriegüter sowie Dienstleistungen**
- **Preismanagement im Industriebetrieb**
- **Innovationen im Preismanagement** z.B. Flatrates, Freemium, interaktive Preismodelle, Pay-per-Use, neue Preismetriken, zweiseitige Preissysteme, negative Preise, Grenzkosten von Null und Sharing-Economy, innovative Zahlungssysteme

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen traditionelle und innovative Instrumente des Preis- und Portfoliomanagements und können diese bei der erfolgsorientierten Planung sowie deren Umsetzung und Kontrolle in Industrieunternehmen anwenden. Sie sind in der Lage, für unterschiedliche Problemsituationen selbstständig praxisgerechte Preis- und Portfoliostrategien zu entwickeln und deren Umsetzung sicherzustellen.

Wissensvertiefung

Das Modul gewährleistet eine anwendungsorientierte Vertiefung der Kenntnisse über Methoden und Instrumente des Preis- und Portfoliomanagements, welche u.a. eine Grundlage des Erfolgscontrollings bilden.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, selbständig Preis- und Portfoliokonzeptionen für Unternehmen zu entwickeln und den Einsatz entsprechender Strategien zu planen. Praxisfälle bilden die Basis für die praxisgerechte Übertragbarkeit der vermittelten Lehrinhalte.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren akademischen und beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen bzw. Probleme einzustellen und angemessene

Vorschläge zur Preis- und Portfoliogestaltung zu entwickeln. Sie sind dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zum Preis- und Portfoliomanagement auszuwählen und selbständig zu erschließen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, preis- und portfoliopolitische Entscheidungen zu formulieren und zu begründen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu verteidigen und Konzeptionen zu kritisieren.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Während der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Andreas Haaker, CIIA, CEFA, PD
andreas.haaker@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Ahlert, D./Kenning, P./Brock, Ch. (neueste Auflage), Handelsmarketing, Abschnitt 7 (Die Sortimentspolitik), Wiesbaden.

Simon, H./Fassnacht, M. (neueste Auflage), Preismanagement. Strategie – Analyse – Entscheidung - Umsetzung, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Ahlert, D. et al. (Hrsg.) (neueste Auflage), Sortimentsstrategien in Industrie und Handel, Frankfurt am Main.

Clausen, G. et al. (neueste Auflage), 250 Keywords Preis- und Produktpolitik. Grundwissen für Manager, herausgegeben von Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.

Cöster, M. et al. (neueste Auflage), Strategic and Innovative Pricing. Price Models for a Digital Economy, New York/London.

Haaker, A. (2021), Gewinntreiberanalyse – Teil 1: Analyse der Wirkungskette der Gewinntreiber zur Fundierung von Ergebnisprognosen und Rechenschaft, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung (IRZ), 16. Jg., Heft 7/8, S. 313-317.

Haaker, A. (2021), Gewinntreiberanalyse – Teil 2: Anwendung anhand eines Fallbeispiels, in: Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung (IRZ), 16. Jg., Heft 9, S. 373-380.

Schicker, G./Strassl, J. (neueste Auflage), Produktportfolio-Management im Zeitalter der Digitalisierung, Weidener Diskussionspapiere Nr. 69, August 2019, Weiden.

Simon, H. (neueste Auflage), Preisheiten – Alles, was Sie über Preise wissen müssen, Frankfurt/New York.

Simon, Hermann (neueste Auflage), Am Gewinn ist noch keine Firma kaputt gegangen, Frankfurt/New York.

LOGISTIKMANAGEMENT IN DER INDUSTRIE: METHODEN UND SYSTEME

Gegenstand des Moduls ist die umfassende Einführung in die betriebswirtschaftliche Disziplin »Logistikmanagement«. Aufbauend auf der Definition fachspezifischer Begrifflichkeiten werden insbesondere wichtige Methoden und Systeme zur Umsetzung des Logistikmanagements im Kontext von Industrieunternehmen betrachtet. Die Wissensvermittlung erfolgt durch die Kombination von Vorlesung, Übung und Kolloquium. Bezüge zu aktuellen gesamtwirtschaftlichen Trends, wie die zunehmende Digitalisierung und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit, werden im Modul entsprechend hergestellt. Das Modul schließt mit einer Portfolioprüfung bestehend aus Hausarbeit und Referat ab.

MODULCODE
3BW-LMI-30

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme der Industrie (3BW-BISdI-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Definition der Begriffe »Logistik« und »Logistikmanagement«**
- **Abgrenzung des Logistikmanagements zu anderen Managementansätzen:** Abgrenzung zum Produktionsmanagement – Abgrenzung zum Supply Chain Management.
- **Triebkräfte zur Entstehung und Weiterentwicklung des Logistikmanagements:** Individualisierung von Produkten und Dienstleistungen – Globalisierung des Handels und der Wertschöpfung – Demografischer Wandel und Fachkräftemangel – Ressourcenverknappung und Nachhaltigkeit

- **Netzwerkmodellierung im Logistikmanagement mit Industrie-Fokus:** Typen und Eigenschaften von Netzwerken (insbes. Industrienetzwerke) – Grundlagen zur Netzwerkmodellierung (insbes. Graphentheorie)
- **Methoden zur Standortplanung im Logistikmanagement mit Industrie-Fokus:** Center-Probleme (Minimieren der maximalen Entfernung zum Partner in Industrienetzwerken) – Covering-Probleme (Einhalten geg. Maximalentfernungen zum Partner in Industrienetzwerken) – Median-Probleme (Minimieren von Transportkosten in Industrienetzwerken)
- **Methoden zur Transport- und Zuordnungsplanung im Logistikmanagement mit Industrie-Fokus:** Einstufige Transportprobleme (Auslieferung zum Wertschöpfungspartner ohne Zwischenlagerstufe) – Mehrstufige Transportprobleme (Auslieferung zum Wertschöpfungspartner mit Zwischenlagerstufe) – Klassische Zuordnungsprobleme (insbes. Personaleinsatzplanung in der Industrie)
- **Methoden zur Tourenplanung im Logistikmanagement mit Industrie-Fokus:** Briefträgerprobleme (Kantenorientierte Touren in Industrienetzwerken ohne Kapazitätsrestriktion) – Travelling Salesman Probleme (Knotenorientierte Touren in Industrienetzwerken ohne Kapazitätsrestriktion) – Auslieferungsprobleme (Knotenorientierte Touren in Industrienetzwerken mit Kapazitätsrestriktion)
- **Technische Systeme des Logistikmanagements mit Industrie-Fokus:** Aufzeigen aktueller Entwicklungen (insbes. im Kontext der Digitalisierung) – Grundlagen zur Systembewertung und -auswahl
- **Ansätze zur systematischen Erfolgsmessung im Logistikmanagement:** Quantitative Erfolgsmessung (insbes. Kennzahlen des Logistikmanagements) – Qualitative Erfolgsmessung (insbes. Einfluss des Logistikmanagements auf das Image des Industrieunternehmens)
- **Bearbeiten und Präsentieren von komplexen Fallstudien zum Logistikmanagement**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden was unter »Logistikmanagement« zu verstehen ist. Sie haben verstanden, warum die betriebswirtschaftliche Disziplin Logistikmanagement existiert und welche Methoden und Systeme in dieser Fachrichtung, insbesondere in der Industrie, zum Einsatz kommen. Die Studierenden wissen, wie sich der Erfolg der im Logistikmanagement eingesetzten Methoden und Systeme sowohl qualitativ als auch quantitativ messen lässt. Durch die Vermittlung dieses Wissens wurde bei den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis darüber geschaffen, wie sich kontinuierliche Verbesserungsprozesse in Logistiksystemen etablieren lassen. Anhand der Bearbeitung und Präsentation komplexer Fallstudien haben die Studierenden praxisbezogene Problemstellungen kennengelernt und haben verstanden, wie sich diese Probleme mit dem im Modul vermittelten Fachwissen lösen lassen. Demnach wird durch dieses Modul das im Studium bereits aufgebaute Wissensfundament im Bereich der Betriebswirtschaftslehre um wichtiges und aktuelles Methoden- und Systemwissen verbreitert.

Wissensvertiefung

Durch den Abschluss dieses Moduls vertiefen die Studierenden ihr bisher im Studium erworbenen betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse, welche vorrangig auf die Lösung unternehmensinterner Problemstellungen abstellen, um wichtiges Wissen zur systematischen Beantwortung von unternehmensübergreifenden

Fragestellungen, die im Kontext der heute vorherrschenden globalen Wertschöpfungs- und Industrienetzwerke für das einzelne Unternehmen gleichermaßen erfolgskritisch sind. Weiterführend wird das aufgebaute Wissen zur Organisation von Industrieunternehmen bezüglich der Organisation von logistischen Prozessketten vertieft. Das Wissen und Verstehen hinsichtlich der Bearbeitung komplexer Problemstellungen mit Fachmethoden der Betriebswirtschaftslehre erfährt durch die im Modul realisierte Fallstudienarbeit eine signifikante Vertiefung.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Problemstellungen des Logistikmanagements erkennen, klassifizieren und analysieren sowie darauf aufbauend eine Problemlösung durch die systematische Auswahl und den Einsatz geeigneter Fachmethoden und -systeme herbeiführen. Weiterführend können die Studierenden den Erfolg ihrer Lösungsansätze anhand von qualitativen und quantitativen Messverfahren bewerten.

Systemische Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zum Logistikmanagement auszuwählen und selbständig zu erschließen. Die Studierenden sind somit in der Lage, fundierte Erkenntnisse und begründete Handlungsempfehlungen für unterschiedlichste Problemstellungen dieser Fachdisziplin im Kontext ihrer späteren beruflichen Tätigkeit zu erarbeiten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden komplexe Problemstellungen des Logistikmanagements gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzstudium	
Vorlesung/Übung/Kolloquium	64
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	28
Selbststudium (Praxisphase)	28
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Projektarbeit		5-10	Begleitend zur Theoriephase	50
Präsentation	30		Zum Ende der Theoriephase	50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL)..

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Koether, R. (neuste Auflage), Distributionslogistik. Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, Wiesbaden.
Lasch, R. (neuste Auflage), Strategisches und operatives Logistikmanagement. Distribution, Wiesbaden.
Mattfeld, D./Vahrenkamp, R. (neuste Auflage), Logistiknetzwerke. Modelle für Standortwahl und Tourenplanung, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Haasis, H.-D. (neuste Auflage), Produktions- und Logistikmanagement. Planung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen, Wiesbaden.

Helber, S. (neuste Auflage), Operations Management Tutorial. Grundlagen der Modellierung und Analyse der betrieblichen Wertschöpfung, Hannover.

Zeitschriften wie »Industrie 4.0-Management« und »International Journal of Logistics Management«.

DIGITALE TRANSFORMATION UND INDUSTRIE: VERSTEHEN UND GESTALTEN

Das Modul greift das Thema digital verursachter Veränderungen in der Makro- und Mikroumwelt von Unternehmen im Allgemeinen und von Industrieunternehmen im Besonderen auf. Im ersten Teil des Moduls geht es um die Auseinandersetzung mit digitalisierungsinduzierten Veränderungen auf gesellschaftlicher, organisationaler und individueller Ebene und den durch sie bereits eingetreten oder mutmaßlich eintreten werdenden industrierelevanten Auswirkungen. In Anlehnung an gesellschaftliche Grundstrukturen, wie sie der französische Philosoph Comté-Sponville beschreibt, werden in einem werkstatorientierten Veranstaltungsformat Antworten auf die Fragen, „Was ist denkbar?“, „Was möglich?“, „Was ist erlaubt?“ und schließlich, „Wie sollte gehandelt werden?“ gesucht.

Es lässt sich zeigen, dass die Grenzen zwischen physischem und digitalem Handel zunehmend in Auflösung begriffen sind. Automobilkonzerne setzen sich zum Ziel, einen großen Teil ihrer Fahrzeuge online zu verkaufen. Die Vorstellung von „dem Einen“ digitalen Verkaufskanal ist aber immer weniger zutreffend: Die Touchpoints gehen über den klassischen Web-Shop oder Amazon (Plattform(en)) längst hinaus. Bald könnte jeder alles an jedem Ort der Welt kaufen: via Social Media, in virtuellen Welten oder einfach sinnesgesteuert. Deswegen lernen die Studierenden im zweiten Veranstaltungsteil diverse digitale Vertriebschnittstellen kennen. Sie setzen sich damit auseinander, wie man ein Geschäftsmodell in digitale Vertriebskanäle übersetzen kann; wie und wo ein „Kunde der Gegenwart“ einkaufen will. Ziel ist es, einen gewählten digitalen Vertriebskanal nutzerzentriert zu konzipieren und dabei die Komplexität nutzerzentrierter Prozessgestaltung zu erfahren und zu begreifen.

MODULCODE
3BW-DTIVG-34

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. und 4. Semester

DAUER
2 Semester

CREDITS
8

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme der Industrie (3BW-BISdl-10)

- Teilnahme am Modul: Normatives und strategisches Management des Industrieunternehmens (3BW-NOSMI-20).
- Teilnahme am Modul: Statistik, Big Data und Data Science in der Betriebswirtschaft (3BW-SBDDS-20)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Theorie (3BW-GMINM-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Anwendung (3BW-PRAX1-10)
- Teilnahme am Modul: Service Design (3BW-SEDE-30)
- Teilnahme am Modul: Marktforschung, Konsumentenverhalten und Industriegütermarketing (3BW-MFKHM-20)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

DIGITALE TRANSFORMATION UND INDUSTRIE

- **Digitalisierung und Digitale Transformation:** Digitalisierung: Begriff und Konzept – Digitale Transformation: Begriff und Konzept – Konzeptionelle Zugänge: Prozess oder Ergebnis, Technik oder Soziokultur, freiwillig oder unfreiwillig, strategisches oder generisches Konzept – Verstehen, was passiert: Digitalisierung als exogener Schock und disruptiver Vorgang – Ebenen Digitaler Transformation: Institutionelle Rahmenbedingungen, Organisation, Individuum – Komplementarität Digitaler und Kultureller Transformation
- **Ausgewählte Auslöser Digitaler Transformation: Digitalisierungstreiber:** Bausteine der Zukunft und benachbarte Möglichkeiten: Hardware – Software – Dienstleister – Plattformen – Diskussion von Beispielen und deren Auswirkungen auf industrielle Fertigung und Industrieunternehmen: Internet – Big Data – Blockchain – 3D-Druck/Additive Fertigung – Internet der Dinge (IoT) – Künstliche Intelligenz (Machine Learning) – Cloud(-lösungen) – Smart Phone – weitere, neuere und Weiterentwicklungen
- **Ausgewählte Transformationswirkungen auf institutionelle Rahmenbedingungen:** Implizite und explizite institutionelle Rahmenbedingungen – Diskussion von Beispielen sowie deren Auswirkungen auf industrielle Fertigung und Industrieunternehmen: Rechtliche Rahmenbedingen (z. B. Daten, Datensicherheit, Datenschutz, Dateneigentum) – Volkswirtschaft (z. B. Superstar-Ökonomie, Share Economy, Reputationswirtschaft, Plattformökonomie) – Qualifikationsbedarf – Kompetenzen – Berufe und Berufsbilder – Bildung: Digital Literacy – Digitalisierung und Kulturwandel – weitere, neuere und Weiterentwicklungen
- **Ausgewählte Transformationswirkungen auf (Sozial-)Gesellschaftliche Rahmenbedingungen:** Diskussion von Beispielen sowie deren Auswirkungen auf industrielle Fertigung und Industrieunternehmen: Werte und Einstellungen – Lebensstil – Arbeitseinstellungen – Statussymbole – weitere, neuere und Weiterentwicklungen

- **Ausgewählte Transformationswirkungen auf industrielle Organisation und Wertschöpfung:** Diskussion von Beispielen: Industrie 4.0 – Arbeit 4.0 – Geschäftsmodelle – ausgewählte funktionsbereichs- und tätigkeitsspezifische Entwicklungen – Fabrik der Zukunft – weitere, neuere und Weiterentwicklungen
- **Management von Digitalisierung und Digitaler Transformation im Industrieunternehmen:** Digitaler Reifegrad • Planung digitaler Transformation des Industrieunternehmens: Digitalisierungsstrategie – Bezüge zum Change Management

Um die Aktualität der Veranstaltungsinhalte zu gewährleisten, werden diese, abgesehen von einem begrifflichen und theoretisch-konzeptionellen Fundament der Auseinandersetzung, inhaltlich flexibel sein.

KONZEPTION NUTZERZENTRIERTER DIGITALER VERTRIEBSKANÄLE

- Formen digitaler Vertriebskanäle (Ausprägungen, Erscheinungsformen) – absehbare Technologien – eCommerce Softwaresysteme (Standard-Software) – Methoden-Kanon und Phasen im Design Thinking – Grundlagen der nutzerzentrierten Gestaltung (DIN ISO 9241 Mensch-Maschine-Interaktion, Usability-Heuristiken nach Nielsen)
- Walkthrough durch einen digitalen Verkaufskanal (Customer Journey) – Features eines digitalen Verkaufskanals
- Gestaltgesetze und Usability-Heuristiken nach Nielsen – Verfahren zur Erhebung von Nutzergruppen und deren Bedürfnissen – Verfahren zur Ideenfindung – Verfahren zur Gestaltung von Prototypen und Wireframes
- ethische Aspekte des Wandels im digitalen Verkaufsraum – Erfolgsrelevanz ausgewählter Features für das eigene Geschäftsmodell – Auswahl einer geeigneten Softwarestrategie (Standardsoftware vs. Individualentwicklung)
- Fallstudie: Umsetzung nutzerzentrierter Gestaltung im Konzept (Prototyp, Wireframing)

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden den Unterschied zwischen Digitalisierung und Digitaler Transformation und können beide Konzepte differenziert erklären. Sie kennen die technischen Auslöser der Digitalen Transformation und deren Folgen auf gesellschaftlicher, organisatorischer und individueller Ebene. Vor diesem Hintergrund verstehen sie die betriebswirtschaftliche Notwendigkeit, die Digitale Transformation des eigenen Unternehmens strategisch zu planen. Sie verstehen, dass digitaler Vertrieb nicht mehr in den analytischen Grenzen von E-Commerce oder Online-Shops gedacht werden kann. Auf der Suche nach erfolgskritischen wettbewerbsvorteilsheischenden Erfolgspotentialen ist es sinnvoll, die Perspektive auf „digitale Vertriebskanäle“ zu erweitern, in denen zunehmend auch digitale Güter gehandelt

werden. Vertrieb ist nicht mehr nur physisch oder phygital, sondern zunehmend ausschließlich digital. Diese Perspektive kennen die Studierenden und können sie sowohl beschreiben als auch erklären. Ihnen sind geeignete Methoden und Heuristiken der Gestaltung digitaler Vertriebskanäle bekannt. Die können sie einerseits nennen, beschreiben, erklären und anwenden und andererseits aus verschiedenen Perspektiven beurteilen

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um Digitalisierung, Digitale Transformation, Transformationsfolgen und die anwendungsorientierte Gestaltung nutzerzentrierter Vertriebskanäle umzugehen. In Situationen bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen darüber zu gelangen, welche industrierelevanten Entwicklungen möglich, realisierbar, rechtlich zulässig und moralisch wünschenswert sind. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten, Theorien und Heilsversprechen digitaler Entwicklungen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Kursteilnehmer in der Lage, die Auswirkungen von Digitalisierung und Digitaler Transformation auf ein (Industrie-)Unternehmen zu analysieren und zu beurteilen und entwickeln auf dieser Grundlage Gestaltungsempfehlungen für einen in moralischer Verantwortung gestalteten, betriebswirtschaftlich geeigneten Digitalisierungs- und Transformationspfad. Sie können ein gedanklich durchdrungenes Geschäftsmodell in einen geeigneten digitalen Vertriebskanal zu übersetzen. Ausgangspunkt und konzeptioneller Bezugspunkt ihrer Überlegungen ist dabei jederzeit eine größtmögliche Nutzer- bzw. Kundenzentrierung.

Systemische Kompetenz

Aktuelle digitalisierungsinduzierte Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft können analysiert und beurteilt werden. Neue digitale Technologien und deren potentielle transformatorische Auswirkungen sind im Überblick bekannt, Zusammenhänge deutlich. Auf dieser Basis können die Studierenden gegenwärtige und künftige digitale Technologien hinsichtlich ihrer mutmaßlichen Relevanz für „die Industrie“ im Kontext betriebswirtschaftlicher, rechtlicher und moralischer Kriterien aus unterschiedlichen Perspektiven beurteilen. Sie sind in der Lage, die verinnerlichten Veranstaltungsinhalte in ihren jeweiligen beruflichen Alltag zu integrieren und ihr Wissen jederzeit zur weiteren Vervollkommenheit ihrer Persönlichkeit eigeninitiativ zu erweitern. Sie wissen um die ethische Relevanz der Gestaltung digitaler Vertriebskanäle und nehmen – im doppeldeutigen Sinne – ihre Verantwortung bei der Gestaltung digital gestützter Vertriebsformate wahr. Sie wissen, dass nicht alles, was man realisieren kann, auch realisiert werden sollte.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Teilmoduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen von Digitalisierung, digitaler Transformation in der Industrie, Transformationsfolgen und nutzerzentrierter Gestaltung von digitalen Vertriebskanälen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar, widerspruchsfrei und stringent darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND		
Lehr- und Lernformen		Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen		
Digitale Transformation und Industrie	seminaristische Vorlesung / Workshop	48
Konzeption nutzerzentrierter digitaler Vertriebskanäle	seminaristische Vorlesung / Übung / Workshop	22
	Projekt	26
Eigenverantwortliches Lernen		
Selbststudium (Theoriephase)		72
Selbststudium (Praxisphase)		72
ARBEITSAUFWAND GESAMT		240

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
KE			Während der 4. Theoriephase	50
Präsentation		20	Während der 4. Theoriephase	50

Ein Konstruktionsentwurf (KE) umfasst die Bearbeitung einer Aufgabenstellung in konzeptioneller, konstruktiver, planerischer und/oder produktionsorientierter Sicht.

MODULVERANTWORTLICHE/R

Uwe Wetterau, M.A.
uwe.wetterau@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

Oculus Quest 2. 256 GB - Advanced All-In-One Virtual Reality Headset. (Demonstrationsexemplar) (ggf. in einigen Jahren aktuellen Standards anzupassen)

Microsoft HoloLens 2. Ergonomisches, kabelloses eigenständiges holografisches Gerät mit enterprise-fähigen Anwendungen, um die Genauigkeit und Leistung von Benutzern zu verbessern. (Demonstrationsexemplar). (ggf. in einigen Jahren aktuellen Standards anzupassen)

LITERATUR

BASISLITERATUR

Appelfeller, W./Feldmann, C. (neueste Auflage), Die digitale Transformation des Unternehmens. Systematischer Leitfaden mit zehn Elementen zur Strukturierung und Reifegradmessung, Wiesbaden.

Fenton, A. et al. (neueste Auflage), Strategic Digital Transformation. A Results-Driven Approach, London/New York.

Lewrick, M./Link, P./Leifer, L. (Hrsg.) (neueste Auflage), Das Design Thinking Tool Book. Die besten Werkzeuge & Methoden, München/Zürich.

Lippold, D. (neueste Auflage), Digital (mit)denken – analog lenken. Eine Roadmap durch die digitale Transformation, Berlin/Boston.

Norman, D. (neueste Auflage), The Design of Everyday Things: Psychologie und Design der alltäglichen Dinge, München.

Pistorius, J. (neueste Auflage), Industrie 4.0 – Schlüsseltechnologien für die Produktion. Grundlagen, Potenziale, Anwendungen, Berlin/Heidelberg.

Quade, S./ Schlüter, O. (neueste Auflage): DesignAgility – Toolbox Media Prototyping: Medienprodukte mit Design Thinking agil entwickeln, Stuttgart.

VERTIEFENDE LITERATUR

Anderson, C. (neueste Auflage): The Long Tail – Der lange Schwanz: Nischenprodukte statt Massenmarkt – Das Geschäft der Zukunft, Carl Hanser Verlag München.

Andree, M. (aktuelle Auflage), Atlas der digitalen Welt, Frankfurt a. M./New York.

Gerstbach, I/ Gerstbach, P. (neueste Auflage), Design Thinking in IT-Projekten: Agile Problemlösungskompetenz in einer digitalen Welt, München.

Gruhn, V./Hayn, A. v. (neueste Auflage), KI verändert die Spielregeln. Geschäftsmodelle, Kundenbeziehungen und Produkte neu denken, München.

Heimann, M./Schütz, M. (neueste Auflage), Wie Design wirkt. Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung, Bonn.

Heinemann, G. (neueste Auflage), Der neue Online-Handel: Geschäftsmodelle, Geschäftssysteme und Benchmarks im E-Commerce, Wiesbaden.

Lanza, G. et al. (2018), Wandlungsfähige, menschenzentrierte Strukturen in Fabriken und Netzwerken der Industrie 4.0, München.

Nielsen, J. (neueste Auflage), Usability Engineering, Bosten et al.

Offensive Mittelstand (Hrsg.) (aktuelle Auflage), Umsetzungshilfen Arbeit 4.0. Künstliche Intelligenz für die produktive und präventive Arbeitsgestaltung nutzen: Hintergrundwissen und Gestaltungsempfehlungen zur Einführung der 4.0-Technologien, Heidelberg, in: https://www.offensive-mittelstand.de/fileadmin/user_upload/pdf/uh40_2019/umsetzungshilfen_paperback_3103_web.pdf.

Obermaier, R. (Hrsg.) (neueste Auflage), Handbuch Industrie 4.0 und Digitale Transformation. Betriebswirtschaftliche, technische, rechtliche Herausforderungen, Wiesbaden.

Ramge, Th. (aktuelle Auflage), Mensch und Maschine. Wie künstliche Intelligenz und Roboter das Leben verändern, Stuttgart.

Webb, A. (aktuelle Ausgabe), Die großen Neun. Wie wir die Tech-Titanen bändigen und eine künstliche Intelligenz zum Wohle aller entwickeln können, Kulmbach.

ORGANISATION DES INDUSTRIEUNTERNEHMENS

Effizient gestaltete Unternehmensorganisation ist ein wesentlicher Einflussfaktor auf den Unternehmenserfolg. Sie beeinflusst bspw. Ressourcenverzehr, Reaktionsgeschwindigkeit, Flexibilität oder Entscheidungsgüte eines Unternehmens. Schlecht gestaltete Organisation mündet in Effizienzverluste. Vor diesem Hintergrund führt die Lehrveranstaltung in Gebiet, Entwicklung, Gestaltungsgegenstände und Gestaltungsmethoden der Unternehmensorganisation ein und berücksichtigt dabei insbesondere auch Fragen der Organisation industrieller Fertigung bzw. von Industrieunternehmen. Im Kontext von Digitalisierung, Digitaler Transformation, Komplexität und Nachhaltigkeit entstehende Organisationsformen werden besprochen. Organisatorischer Wandel und dessen maßgeschneidertes Management als Brücke aus der Gegenwart in die Zukunft runden die Veranstaltung ab.

MODULCODE
3BW-OdIU-40

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLG1-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Theorie (3BW-GMINM-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Anwendung (3BW-PRAX1-10)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Grundlagen der Organisation:** Praxis industrieller Organisation – Ausgewählte Weltbilder industrieller Produktion – Organisation: Konzept und Begriffe – Organisation und Industrieunternehmen – Organisation als Instrument der Unternehmensführung – Entwicklungslinien der Unternehmensorganisation: Historischer Abriss
- **Organisatorische Differenzierung und Integration:** Von der Gesamtaufgabe zur formalen Organisationsstruktur – Das Problem der Aufgaben- und Arbeitsverteilung – Bedeutung des Analyse-Synthesekonzeptes
- **Organisationseinheiten als Elemente der Aufbauorganisation:** Merkmale von Organisationseinheiten und organisatorisches Kongruenzprinzip – Arbeitsteilung – Arten von Organisationseinheiten: Stellen und Gremien – Konfiguration – Koordination – Formale Beziehungen – Informale Beziehungen
- **Organisationskonzepte:** Gestaltungsalternativen: Primär- und Sekundärorganisation – Anforderungen an Organisationskonzepte – Funktionale Organisation – Divisionale Organisation – Matrix- und Tensororganisation – Holdingorganisation – Formen der Sekundärorganisation – Projektorganisation: Begriff, Konzept, Ausblick - Prozessorganisation und -management: Begriff, Konzept, Ausblick
- **Ausgewählte Besonderheiten der Organisation von Produktion und Produktionssystemen:** Fertigungsarten und Fertigungsprinzipien – Technik der Produktionssysteme – Montagekonzepte – Organisation durch schlanke Produktionssysteme: Toyota Produktionssystem nach Taiichi Ohno und Lean Management – Management ganzheitlicher Produktionssysteme – Humanzentrierte Erklärungsansätze – Hilfsbetriebe der Produktion – Standortplanung und Unternehmensorganisation – Mensch-Roboter-Kollaboration – Modulare, rekonfigurierbare Organisationsstrukturen – aktuelle Entwicklungen
- **Organisatorischer Wandel und Wandlungsfähigkeit:** Anlässe und Arten organisatorischen Wandels – Ursachen und Ziele organisatorischen Wandels – Ausgewählte Ansätze der Erklärung von Organisationsdynamik – Hemmnisse organisatorischen Wandels - Anreizkompatibles Management organisatorischen Wandels: Maßschneidern als Konzept – Organizational Slack und Wandlungsfähigkeit
- **Techniken der Organisationsgestaltung:** Überblick – Bedeutung und Grenzen – Techniken der Informationsgewinnung – Techniken der operativen Situationsanalyse – Techniken der Dokumentation
- **Workshop »Agile Unternehmensorganisation«:** Grundverständnis: Organisation neu denken – Projektmanagement-Frameworks speziell Scrum - Agile Werte/Mindset - Agile Prinzipien - Auswirkungen auf Organisations- und Prozessgestaltung – Agile Unternehmensentwicklung und Change Management

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls (Unternehmens-)Organisation als Managementfunktion im arbeitsteiligen Prozess, ihre Theoriengeschichte, ihre Bedeutung für den Unternehmenserfolg und die unterschiedlichen Organisationsbegriffe (be-)nennen, erklären und mit betriebswirtschaftlich relevanten Fragen der organisatorischen Gestaltung ihrer Partnerunternehmen in Verbindung bringen. Sie kennen die grundlegenden Gestaltungsalternativen der Aufbau- und Ablauforganisation, können diese erklären und als Aufgaben- und Ablaufanalyse und schließlich -synthese praktizieren. Die jeweilige Eignung unterschiedlicher Gestaltungselemente bzw. Organisationsalternativen zur Integration arbeitsteiligen Handelns können sie beurteilen. Grundlagen des Prozessmanagements, der Organisationsgestaltung, der Organisationsanalyse, des organisatorischen Wandels und jeweils aktueller Entwicklungen der Organisationsgestaltung sind bekannt, können beschrieben, erklärt, angewandt und beurteilt werden.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um Unternehmensorganisation und deren Gestaltungs- und Veränderungsmöglichkeiten umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Ergebnissen und Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, die organisatorische Gestalt(-ung) von Industrieunternehmen und deren kontinuierliche oder spontane Veränderung nach effektivitäts- und effizienzorientierten Maßstäben zu beschreiben, zu erklären, zu analysieren und zu begleiten. Sie können unter Rekurs auf Instrumente, Methoden und Modelle, die zur Bewältigung organisatorischer Probleme und Aufgabenstellungen beitragen, vorgefundene organisatorische Lösungen Weiter- oder auch Andersdenken oder erforderlichenfalls neue Lösungen entwickeln. Organisatorische Veränderung(en) begreifen sie als natürlichen Vorgang, den es überlegt zu managen gilt.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen (geänderte Unternehmensstrategie, überlegener Wettbewerber, fehlende Ressourcen usw.) einzustellen und situativ angemessene Organisationsansätze zu entwickeln. Entscheidungen fällen sie in dem Bewusstsein, dass das Unternehmen als immanenter Teil der Gesellschaft auch Verantwortung für seine Einwirkungen auf ebendiese Gesellschaft trägt.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden unternehmensorganisatorischen Belangen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden oder auch Experten des Fachgebietes schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
seminaristische Vorlesung/Übung	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		12-15	Während des Theoriemoduls	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Christine Schmidt
christine.schmidt@ba-sachsen.de

Thomas Zinn, B.Sc.
thomas.zinn@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

Jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Klimmer, M. (neueste Auflage), Unternehmensorganisation. Eine kompakte und praxisnahe Einführung mit Online-Training inklusive, Herne.

Laloux, F. (neueste Auflage), Reinventing Organizations. Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit, München.

Vahs, D. (neueste Auflage), Organisation. Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart.

Westkämper, E. (neueste Auflage), Einführung in die Organisation der Produktion, Berlin/Heidelberg.

VERTIEFENDE LITERATUR

Bea, F. X./Göbel, E. (neueste Auflage), Organisation. Theorie und Gestaltung, München.

Breisig, Th. (neueste Auflage), Betriebliche Organisation. Organisatorische Grundlagen und Managementkonzepte, Aufbau- und Prozessorganisation, Organisationswandel, Herne.

Jones, G./Bouncken, R. B. (neueste Auflage), Organisation. Theorie, Design und Wandel, München.

Nicolai, Ch. (neueste Auflage), Die Organisation der Zukunft. Neue Konzepte zur Organisationsgestaltung, München.

Oestereich, B./Schröder, C. (neueste Auflage), Agile Organisationsentwicklung. Handbuch zum Aufbau anpassungsfähiger Organisationen, München.

Petry, Th./Konz, Ch. (neueste Auflage), Agile Organisation. Methoden, Prozesse und Strukturen im digitalen VUCA-Zeitalter, Gießen.

Picot, A. et al. (neueste Auflage), Organisation. Theorie und Praxis aus ökonomischer Sicht, Stuttgart.

Picot, A./Freudenberg, H./Gaßner, W. (neueste Auflage), Management von Reorganisationen. Maßschneidern als Konzept für den Wandel, Wiesbaden.

Robertson, B. J. (neueste Auflage), Holacracy. Ein revolutionäres Management-System für eine volatile Welt, München.

Schreyögg, G. (neueste Auflage), Grundlagen der Organisation. Basiswissen für Studium und Praxis, Wiesbaden.

Sieroux, S./Roock, S./Wolf, H. (neueste Auflage), Agile Leadership. Führungsmodelle, Führungsstile und das richtige Handwerkszeug für die agile Arbeitswelt, Heidelberg.

Slogar, A. (neueste Auflage), Die agile Organisation. Wo anfangen? Wie Mitarbeiter und Führungskräfte begeistern? Wie Strukturen und Strategien anpassen?, München.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN DER INDUSTRIE: METHODEN UND SYSTEME

Gegenstand des Moduls ist die umfassende Einführung in die betriebswirtschaftliche Disziplin »Supply Chain Management«. Aufbauend auf der Definition fachspezifischer Begrifflichkeiten werden insbesondere wichtige Methoden und Systeme zur Umsetzung des Supply Chain Managements im Kontext von Industrieunternehmen betrachtet. Die Wissensvermittlung erfolgt durch die Kombination von Vorlesung, Übung und Kolloquium. Bezüge zu aktuellen gesamtwirtschaftlichen Trends, wie die zunehmende Digitalisierung und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit, werden im Modul entsprechend hergestellt. Das Modul schließt mit einer Portfoliomanagement bestehend aus Referat und Klausur ab.

MODULCODE
3BW-SCMI-40

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme der Industrie (3BW-BISdI-10)
- Teilnahme am Modul: Logistikmanagement in der Industrie (3BW-LMI-30)
- Vorlesungsbegleitende Fachlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Definition der Begriffe »Supply Chain« und »Supply Chain Management«**
- **Abgrenzung des Supply Chain Managements zu anderen Managementansätzen:** Abgrenzung zum Produktionsmanagement – Abgrenzung zum Logistikmanagement

- **Triebkräfte zur Entstehung und Weiterentwicklung des Supply Chain Managements:** Bullwhip-Effekt in Lieferketten – Serviceerwartung der Kunden – Maverick Buying in der Beschaffung
- **Versorgungsmethoden im Supply Chain Management mit Industrie-Fokus:** Kooperationsstrategien zwischen Lieferanten und Kunden in Industrienetzwerken – Überblick und Abgrenzung von Sourcing-Strategien in Industrienetzwerken – Bestandsmanagement via Vendor Managed Inventory in Industrienetzwerken – Materialdistribution via Cross Docking in Industrienetzwerken – Kombinieren von industrieller Massen- und Einzelfertigung via Mass Customization und Postponement
- **Entsorgungsmethoden im Supply Chain Management mit Industrie-Fokus:** Nachhaltigkeit in Industrienetzwerken – Abgrenzung zwischen Entsorgung und Recycling von Industrieprodukten – Aufarbeitung und Aufbereitung von Industrieprodukten – Product Carbon Footprint und Product Water Footprint von Industrieprodukten
- **Technische Systeme des Supply Chain Managements mit Industrie-Fokus:** Entwicklungsstufen von Softwaresystemen des SCM – Transparente Materialflüsse durch Tracking- und Tracing-Systeme – Aktuelle Technologietrends (insbes. IoT, Big Data, Blockchain, KI)
- **Ansätze zur systematischen Erfolgsmessung im Supply Chain Management:** Quantitative Erfolgsmessung (insbes. Kennzahlen des SCM) – Qualitative Erfolgsmessung (insbes. Einfluss des SCM auf das Image des Industrieunternehmens)
- **Bearbeiten und Präsentieren von komplexen Fallstudien zum Supply Chain Management**
- **Durchführen und Auswerten eines Planspiels zum Supply Chain Management in der Industrie**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden was unter einer »Supply Chain« und »Supply Chain Management« zu verstehen ist. Sie haben verstanden, warum die betriebswirtschaftliche Disziplin Supply Chain Management existiert und welche Methoden und Systeme in dieser Fachrichtung, insbesondere in der Industrie, zum Einsatz kommen. Die Studierenden wissen, wie sich der Erfolg der im Supply Chain Management eingesetzten Methoden und Systeme sowohl qualitativ als auch quantitativ messen lässt. Durch die Vermittlung dieses Wissens wurde bei den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis darüber geschaffen, wie sich kontinuierliche Verbesserungsprozesse in vernetzten Wertschöpfungs- und Lieferketten etablieren lassen. Anhand der Bearbeitung und Präsentation komplexer Fallstudien sowie durch die Durchführung und Auswertung eines Planspiels haben die Studierenden praxisbezogene Problemstellungen kennengelernt und haben verstanden, wie sich diese Probleme mit dem im Modul vermittelten Fachwissen lösen lassen. Demnach wird durch dieses Modul das im Studium bereits aufgebaute Wissensfundament im Bereich der Betriebswirtschaftslehre um wichtiges und aktuelles Methoden- und Systemwissen verbreitert.

Wissensvertiefung

Durch den Abschluss dieses Moduls vertiefen die Studierenden ihr bisher im Studium erworbenen betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse, welche vorrangig auf die Lösung unternehmensinterner Problemstellungen abstellen, um wichtiges Wissen zur systematischen Beantwortung von unternehmensübergreifenden Fragestellungen, die im Kontext der heute vorherrschenden globalen Wertschöpfungs- und Industriennetze für das einzelne Unternehmen gleichermaßen erfolgskritisch sind. Weiterführend wird das aufgebaute Wissen im Logistikmanagement der Industrie, das sich vornehmlich auf die strategische Planung und grundlegende Konfiguration von Logistiksystemen konzentriert, bezüglich der operativen Steuerung dieser Logistiksysteme vertieft. Das Wissen und Verstehen hinsichtlich der Bearbeitung komplexer Problemstellungen mit Fachmethoden der Betriebswirtschaftslehre erfährt durch die im Modul realisierte Fallstudienarbeit und Planspieldurchführung eine signifikante Vertiefung.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Problemstellungen des Supply Chain Managements erkennen, klassifizieren und analysieren sowie darauf aufbauend eine Problemlösung durch die systematische Auswahl und den Einsatz geeigneter Fachmethoden und -systeme herbeiführen. Weiterführend können die Studierenden den Erfolg ihrer Lösungsansätze anhand von qualitativen und quantitativen Messverfahren bewerten.

Systemische Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zum Supply Chain Management auszuwählen und selbständig zu erschließen. Die Studierenden sind somit in der Lage, fundierte Erkenntnisse und begründete Handlungsempfehlungen für unterschiedlichste Problemstellungen dieser Fachdisziplin im Kontext ihrer späteren beruflichen Tätigkeit zu erarbeiten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden komplexe Problemstellungen des Supply Chain Managements gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzstudium	
Vorlesung/Übung/Kolloquium	58
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	32
Selbststudium (Praxisphase)	30
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Präsentation	30		Begleitend zur Theoriephase	25
Klausur	60		Zum Ende der Theoriephase	75

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Corsten, H./Gössinger, R. (neuste Auflage), Einführung in das Supply Chain Management, München/Wien.
Kurbel, K. (neuste Auflage), ERP und SCM. Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, Berlin.
Werner, H. (neuste Auflage), Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Corsten, D./Gabriel, C. (neuste Auflage), Supply Chain Management erfolgreich umsetzen. Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin/Heidelberg.

Corsten, D./Gabriel, C. (neuste Auflage), Supply Chain Management erfolgreich umsetzen. Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin/Heidelberg.

Zeitschriften wie »Industrie 4.0-Management« und »Journal of Supply Chain Management«.

PRODUKTIONSMANAGEMENT IN DER INDUSTRIE: METHODEN UND SYSTEME

Gegenstand des Moduls ist die umfassende Einführung in die betriebswirtschaftliche Disziplin »Produktionsmanagement«. Aufbauend auf der Definition fachspezifischer Begrifflichkeiten werden insbesondere wichtige Methoden und Systeme zur Umsetzung des Produktionsmanagements im Kontext von Industrieunternehmen betrachtet. Die Wissensvermittlung erfolgt durch die Kombination von Vorlesung, Übung und Kolloquium. Bezüge zu aktuellen gesamtwirtschaftlichen Trends, wie die zunehmende Digitalisierung und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit, werden im Modul entsprechend hergestellt. Das Modul schließt mit einer Portfolioprüfung bestehend aus Hausarbeit und Referat ab.

MODULCODE
3BW-PMI-50

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
5. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme der Industrie (3BW-BISdl-10)
- Teilnahme am Modul: Logistikmanagement in der Industrie (3BW-LMI-30)
- Teilnahme am Modul: Supply Chain Management in der Industrie (3BW-SCMI-40)
- Vorlesungsbegleitende Fachlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Definition der Begriffe »Produktion« und »Produktionsmanagement«**
- **Abgrenzung des Produktionsmanagements zu anderen Managementansätzen:** Abgrenzung zum Logistikmanagement – Abgrenzung zum Supply Chain Management
- **Triebkräfte zur Entstehung und Weiterentwicklung des Produktionsmanagements:** Wettbewerbsfaktoren (z.B. Durchlaufzeit, Termintreue, Fertigungskosten) – Kapazitätsrestriktionen (Arbeitsplatz, Werkzeug und Personal) – Materialverfügbarkeit (Menge und Zeitpunkt) – Komplexitätszunahme (insbes. Variantenkomplexität, Zielkomplexität)
- **Methoden zur Produktionsprogrammplanung im Produktionsmanagement:** Prognoseverfahren bei unterschiedlichen Bedarfsverläufen (z.B. konstantes Niveau, Trend- und Saisoneinfluss) – Berücksichtigung von Kapazitätsrestriktionen in der Produktionsprogrammplanung
- **Methoden zur Materialbedarfsplanung im Produktionsmanagement:** Abgrenzung unterschiedlicher Materialbedarfstypen (insbes. Primär- und Sekundärbedarf, Brutto- und Nettobedarf) – Materialbedarfsrechnung auf Basis von Stücklisten
- **Methoden zur Losgrößenplanung im Produktionsmanagement:** Losgrößenplanung bei konstanten und dynamischen Bedarfsmengen – Zusammenhang zwischen Losgrößenplanung und Materialbedarfsrechnung
- **Methoden zur Termin- und Kapazitätsplanung im Produktionsmanagement:** Abgrenzung unterschiedlicher Terminierungsarten (Vorwärtsterminierung, Rückwärtsterminierung, Engpassterminierung) – Terminierung mittels Gantt-Diagramm und Netzplan
- **Methoden zur Auftragsreihenfolgesteuerung im Produktionsmanagement:** Servicegradorientierte Reihenfolgeregeln – Leistungsorientierte Reihenfolgeregeln – Methoden zur Auftragsfortschrittsüberwachung im Produktionsmanagement: Abgrenzung unterschiedlicher Rückmeldearten (Start-, Ende-, Teil- und Unterbrochen-Rückmeldung) – Betriebsdatenerfassung (BDE) und Maschinendatenerfassung (MDE)
- **Technische Systeme des Produktionsmanagements:** Advanced Planning and Scheduling (APS) Systeme – Manufacturing Execution Systeme (MES)
- **Ansätze zur systematischen Erfolgsmessung im Produktionsmanagement:** Quantitative Erfolgsmessung (insbes. Kennzahlen des Produktionsmanagements) – Qualitative Erfolgsmessung (insbes. Einfluss des Produktionsmanagements auf das Image des Industrieunternehmens)
- **Bearbeiten und Präsentieren von komplexen Fallstudien zum Produktionsmanagement**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden was unter »Produktionsmanagement« zu verstehen ist. Sie haben verstanden, warum die betriebswirtschaftliche Disziplin Produktionsmanagement existiert und welche Methoden und Systeme in dieser Fachrichtung, insbesondere in der Industrie, zum Einsatz kommen. Die Studierenden wissen, wie sich der Erfolg der im Produktionsmanagement eingesetzten Methoden und Systeme sowohl qualitativ als auch quantitativ messen lässt. Durch die Vermittlung dieses Wissens wurde bei den Studierenden ein tiefgreifendes Verständnis darüber geschaffen, wie sich kontinuierliche Verbesserungsprozesse in Produktionssystemen etablieren lassen. Anhand der Bearbeitung und Präsentation komplexer Fallstudien haben die Studierenden praxisbezogene Problemstellungen kennengelernt und haben verstanden, wie sich diese Probleme mit dem im Modul vermittelten Fachwissen lösen lassen. Demnach wird durch dieses Modul das im Studium bereits aufgebaute Wissensfundament im Bereich der Betriebswirtschaftslehre, dem Logistikmanagement und dem Supply Chain Management um wichtiges und aktuelles Methoden- und Systemwissen verbreitert.

Wissensvertiefung

Durch den Abschluss dieses Moduls vertiefen die Studierenden ihr bisher im Studium erworbenen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse um wichtiges Wissen zur systematischen Planung und Steuerung industrieller Produktionssysteme. Durch die anhaltende Steigerung der Produktvariantenvielfalt in Verbindung mit Globalisierung und Digitalisierung sowie zunehmender Ressourcenverknappung ist dem effektiven und effizienten Management von Produktionssystemen und damit der im Modul erzielten Wissensvertiefung eine hohe Bedeutung beizumessen. Weiterführend wird das aufgebaute Wissen zur Organisation von Industrieunternehmen und logistischen Prozessketten bezüglich der funktionellen Integration von industriellen Produktionssystemen in die Gesamtorganisation vertieft. Das Wissen und Verstehen hinsichtlich der Bearbeitung komplexer Problemstellungen mit Fachmethoden der Betriebswirtschaftslehre erfährt durch die im Modul realisierte Fallstudienarbeit eine signifikante Vertiefung.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Problemstellungen des Produktionsmanagements erkennen, klassifizieren und analysieren sowie darauf aufbauend eine Problemlösung durch die systematische Auswahl und den Einsatz geeigneter Fachmethoden und -systeme herbeiführen. Weiterführend können die Studierenden den Erfolg ihrer Lösungsansätze anhand von qualitativen und quantitativen Messverfahren bewerten.

Systemische Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zum Produktionsmanagement auszuwählen und selbständig zu erschließen. Die Studierenden sind somit in der Lage, fundierte Erkenntnisse und begründete Handlungsempfehlungen für unterschiedlichste Problemstellungen dieser Fachdisziplin im Kontext ihrer späteren beruflichen Tätigkeit zu erarbeiten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden komplexe Problemstellungen des Produktionsmanagements gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Kolloquium	64
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	28
Selbststudium (Praxisphase)	28
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Projektarbeit		5-10	Begleitend zur Theoriephase	50
Präsentation	30		Zum Ende der Theoriephase	50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

ITERATUR

BASISLITERATUR

Adam, D. (neuste Auflage), Produktions-Management, Wiesbaden.

Günther, H.-O./Tempelmeier, H. (neuste Auflage), Produktion und Logistik, Berlin/Heidelberg.

Lödding, H. (neuste Auflage), Verfahren der Fertigungssteuerung. Grundlagen, Beschreibung, Konfiguration, Berlin/Heidelberg.

VERTIEFENDE LITERATUR

Haasis, H.-D. (neuste Auflage), Produktions- und Logistikmanagement. Planung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen, Wiesbaden.

Helber, S. (neuste Auflage), Operations Management Tutorial. Grundlagen der Modellierung und Analyse der betrieblichen Wertschöpfung, Hannover.

Tempelmeier, H. (neuste Auflage), Materiallogistik. Modelle und Algorithmen für die Produktionsplanung und -steuerung in Advanced-Planning-Systemen, Berlin/Heidelberg.

Zeitschriften wie »Industrie 4.0-Management« und »Flexible Services and Manufacturing Journal«.

VERANTWORTLICH HANDELN IN DER INDUSTRIE: WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSETHIK

Moralische Imperative richten sich an Kollektive. Moralisch entscheiden muss der Einzelne; und das auch in unterschiedlichen Rollen bzw. Positionen im industriell fertigen Unternehmen und Gesellschaft. Daher wird in der Veranstaltung die Auseinandersetzung mit Ethik und Moral auf gesellschaftlicher, Unternehmens- und Individualebene auf der Grundlage des methodologischen Individualismus entwickelt; ausgehend vom Einzelnen und auf den Einzelnen bezogen. Auf diese Weise wird berufliches Handeln in persönlicher Verantwortung als Teil gelungener Lebensführung eines jeden Menschen, tatsächlich: jedes Veranstaltungsteilnehmers, erleb- und begreifbar.

MODULCODE
3BW-WUUEI-60

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-ID

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Normatives und strategisches Management des Industrieunternehmens (3BW-NOSMI-20)
- Teilnahme am Modul: Human Resource Management und Mitarbeiterführung (3BW-HRMMF-56)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des fünften Praxismoduls darüber, auf welche Weise im Partnerunternehmen verantwortungsbewusstes Handeln gefördert wird. Sie bringen in Erfahrung, ob und wenn ja, welche verantwortungsförderlichen Managementinstrumente im Unternehmen eingesetzt werden.

LERNINHALTE

Ausgehend von der Annahme, dass ethisch (heraus-)fordernde Situationen im Spannungsfeld von Wirtschaftlichkeit einerseits und ökologischer sowie sozialer Verantwortung andererseits unerwartet eintreffen und „einen treffen“, geht es um die Frage, wie der Mensch, wie das Individuum als Dreh- und Angelpunkt aller persönlich berührenden ethischen Überlegungen auf die Kant'sche Frage „Wie soll ich handeln?“ als Mitarbeiter im Industrieunternehmen oder in industrienahen Dienstleistungen antworten kann.

- **Wirtschafts- und Unternehmensethik:** Anlässe zum Nachdenken über Wirtschafts- und Unternehmensethik im Industrieunternehmen und in der Industrie
- **Persönliche Relevanz und Bedeutung individuell verantwortlichen Handelns:** Endlichkeit des Lebens – Sinnhaftigkeit des Lebens – »Möglichkeit einer Individualistischen Ethik«: Individualistische Ethik und ethische Tradition – Annahmen, Ableitung und Beurteilung individualistischer Ethik
- **Kausale Erklärung sozialer Vorgänge durch individuelles Handeln im Mikro-, Makromodell des methodologischen Individualismus:** Logik der Situation – Logik der Selektion – Logik der Aggregation – das repräsentative Individuum: Homo oeconomicus
- **Grundlegende Begriffe und Überlegungen:** Moral – Recht (Institutionen) – Ethos – Ethik – Wirtschafts- und Unternehmensethik – ethische Ansätze und Beurteilungsmaßstäbe: deskriptive Ethik – normative Ethik – deontologische Ethik – teleologische Ethik – moralische und pragmatische Urteile – Gute Gründe – moralische Dilemmata – Normen, Werte und ihre Begründungen – Die 10 Gebote – Grundordnungen nach Comté-Sponville
- **Betriebswirtschaftliche Relevanz:** Moral als Wettbewerbsvorteil? – Moral und Umsatz – Moral und Kosten – Moral und Transaktionskosten – Transaktionskosten, unvollständige Verträge und Vertrauen – Vertrauen und Digitalisierung – Vertrauen und Leistungsmotivation
- **Institutionen, Governance, Individuen und (Spiel-)Regeln:** Verhaltensmodell, individuell-verantwortliches Handeln und Institutionen – »A Layer Schema«: Individuen – Governance – Institutionelle Rahmenbedingungen – individuell-verantwortliches Handeln und Spielmetapher: Spielverständnis – Spielregeln – Spielzüge – Komplementarität: Individualistische Ethik und Institutionen
- **Vom individuellen Umgang mit ethischen Herausforderungen:** grundsätzliche und tagtägliche Entscheidungen im Gestalten, Entwickeln und Lenken von Industrieunternehmen
- **Überblick über Wurzelsünde als negative Archetype menschlichen Verhaltens und anthropologische Konstanten:** Begriff und Konzept – Ruhmsucht – Geiz – Verschwendung – Vergeltungssucht – Unmäßigkeit – Neid – Trägheit des Herzens und des Geistes – Bezug zu Institutionen in Gesellschaft und Unternehmen
- **Überblick über Tugenden:** Begriff und Konzept – Höflichkeit – Treue – Klugheit – Gerechtigkeit – Tapferkeit – Mäßigung – Glaube – Hoffnung – Liebe – Wahrhaftigkeit – tugendhaftes Handeln als individuell-verantwortliches Handeln in Industrie und Industrieunternehmen
- **Governancethik als systematische Verbindung von Individualistischer Ethik und Institutionen, von Spieler, Spielregeln und Spielverständnis**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls potenzielle Ursachen moralischen Fehlverhaltens und Voraussetzungen moralisch erwünschten Verhaltens auf der Grundlage des methodologischen Individualismus unterscheiden, beschreiben, erklären und kritisch beurteilen. Sie sind dazu in der Lage, die Ausgestaltung verantwortungsförderlicher Rahmenbedingungen in Unternehmen im Allgemeinen und in **industri**eaffinen Unternehmen im Besonderen zu diagnostizieren und hinsichtlich ihrer betriebswirtschaftlichen Eignung zu beurteilen.

Wissensvertiefung

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu in der Lage, kritisch-reflexiv mit ihrem Wissen um die moralische Führung von Unternehmen in ökologischer, sozialer und ökonomischer Verantwortung umzugehen. In Situationen des bewussten Unwissens mit schlecht definierbaren, unklaren Problemen sind sie dazu in der Lage und vor allem bereit, über schematische Denkroutinen hinauszugehen, um zu begründeten, auf den jeweils verfügbaren Informationen aufbauenden Schlussfolgerungen zu gelangen. Sie denken selbständig, selbstüberwacht und selbstkorrigiert. Im Umgang mit Fakten, Daten und Theorien zu den ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unternehmerischen Handelns und daraus abgeleiteten Managementempfehlungen haben sie eine von Genauigkeit, Sorgfalt und Umsicht geprägte Geisteshaltung entwickelt, deren hervorstechendes argumentatives Merkmal die Begründung, mindestens aber die begründete Vermutung ist.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage ausgewählte Inhalte, Theorien und Instrumente verantwortungsorientierten Managements auf Industrieunternehmen zu übertragen, operationalisierbare Gestaltungsempfehlungen zu entwickeln und umzusetzen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihr im Kontext mit der Lehrveranstaltung erworbenes Wissen in ihren beruflichen Alltag zu integrieren. Dabei vermögen sie es, sich flexibel auf veränderte bzw. unbekannte Situationen einzustellen und situativ angemessene Gestaltungsvorschläge zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, ihre Überlegungen oder deren Ergebnisse in grundlegenden Fragen der verantwortungsorientierten Steuerung von Unternehmen Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden schriftlich oder mündlich nachvollziehbar darzulegen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/ Übung/ Workshop	48
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		12-15	Während der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Grassmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Beschorner, Th. et al. (Hrsg.) (neueste Auflage), Wirtschafts- und Unternehmensethik, Wiesbaden.

Deppert, W. (neueste Auflage), Individualistische Wirtschaftsethik (IWE). Anwendung der individualistischen Ethik auf das Gebiet der Wirtschaft, Wiesbaden.

Göbel, E. (neueste Auflage), Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart.

Suchanek, A. (neueste Auflage), Unternehmensethik. In Vertrauen investieren, Tübingen.

VERTIEFENDE LITERATUR

- Bellebaum, A./Herbers, D. (Hrsg.) (neueste Auflage), Die sieben Todsünden. Über Laster und Tugenden in der modernen Gesellschaft, Münster.
- Brohm, M. (neueste Auflage), Werte, Sinn und Tugenden als Steuerungsgrößen in Organisationen. Für Fach- und Führungskräfte, Wiesbaden.
- Clausen, A. (neueste Auflage), Grundwissen Unternehmensethik. Ein Arbeitsbuch, Tübingen und Basel.
- Deuser, H. (neueste Auflage), Die zehn Gebote. Kleine Einführung in die theologische Ethik, Stuttgart.
- Ernst, H. (neueste Auflage), Wie uns der Teufel reitet. Von der Aktualität der 7 Todsünden, Berlin.
- Homann, K./Blome-Drees, F. (neueste Auflage), Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen.
- Küpper, H.-U. (neueste Auflage), Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, Stuttgart.
- Ripperger, T. (neueste Auflage), Ökonomik des Vertrauens. Analyse eines Organisationsprinzips, Tübingen.
- Suchanek, A. (neueste Auflage), Ökonomische Ethik, Tübingen.
- Wieland, J. (neueste Auflage), Relational Economics. Ökonomische Theorie der Governance wirtschaftlicher Transaktionen, Marburg.
- Wieland, J. (neueste Auflage), Die Ethik der Governance, Marburg.

CONTROLLING UND PERFORMANCE MANAGEMENT IN DER INDUSTRIE

In der Veranstaltung werden grundlegende und vertiefende Kenntnisse hinsichtlich der Konzeption und Anwendung der erfolgs- und wertorientierten Steuerung von Unternehmen bzw. Geschäftsbereichen sowie der damit verbundenen Performance-Messung im Industriebetrieb vermittelt. Diese werden u. a. im Rahmen einer fallstudienartigen Analyse der Steuerungspraxis von Industriebetrieben angewendet.

MODULCODE
3BW-CPMI-60

MODULTYP
Pflichtmodul Studienrichtung BW-Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-ID

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Betriebswirtschaft- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Externes Rechnungswesen (3BW-EXRW-30)
- Teilnahme am Modul: Investition und Finanzierung (3BW-INVF-40)
- Teilnahme am Modul: Kosten- und Leistungsrechnung (3BW-KLR-50)
- Vorlesungsbegleitende Fachtextlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen
- Die Studierenden informieren sich während des fünften Praxismoduls über Controlling und Performance-Management im Partnerunternehmen. Sie bringen in Erfahrung, welche Controllinginstrumente im Unternehmen eingesetzt und welche KPI's (Key Performance Indicators) wozu erhoben werden.

LERNINHALTE

- **Grundlagen des Controllings im Industriebetrieb:** Planung – Kontrolle – Steuerung – Bezug zu den Systemen des Rechnungswesens

- **Begriffe des strategischen und operativen Controllings:** Begriffe und Zuordnung zu den interdependenten Oberzielen des Unternehmens: Erfolgspotenzial, Erfolg und Liquidität
- **Erfolgssteuerung auf Basis der kurzfristigen Erfolgs- und Deckungsbeitragsrechnung im Industriebetrieb:** insbes. Programmentscheidungen und Kontrollen auf Basis der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung)
- **Erfolgsmanagement im Industriebetrieb:** funktionale Zusammenhänge der Gewinntreiber und deren Gewinnelastizitäten – Steuerung der interdependenten Gewinntreiber: Preis, Menge, variable und fixe Kosten im Hinblick auf das Erfolgsziel
- **Break-even-Analyse im Industriebetrieb:** Break-even-Analyse im Ein- und Mehrproduktunternehmen – Analyse von Preis-, Kosten-, Mengen- und Kapazitätsänderungen
- **Ergebnisabweichungsanalyse im Industriebetrieb:** detaillierte Analyse von Erlös- und Kostenabweichungen
- **Anforderungen an die Performance-Messung:** Prinzipien der anreizkonformen Investitionssteuerung und Kontrolle als Beurteilungskriterium von Steuerungskennzahlen
- **Rentabilitäts- und wertorientierte Performance-Messung:** Ermittlung und Anwendung von betriebswirtschaftlichen Rentabilität-, Cashflow- und Übergewinnkonzepten in der Unternehmenssteuerung
- **allgemeine und industriespezifische Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators – KPIs) und Kennzahlen für die Performance-Messung und Steuerung:** beispielsweise finanzielle Kennzahlen wie Deckungsbeitrag je Engpasseinheit, Materialproduktivität etc. oder nicht finanzielle Kennzahlen zur Qualität und zum Service
- **fallstudienartige Analyse und Kritik von Performance-Kennzahlen in der in der Berichts- und Steuerungspraxis von Industriebetrieben:** z.B. kritische Untersuchung von ausgewählten Geschäfts- und Lageberichten

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen, dass das Rechnungswesen eine wesentliche Informationsquelle für interne Planungs- und Kontrollaufgaben des Unternehmens bildet. Sie sind in der Lage, mit Hilfe der erlernten Methoden Problemfelder des Controllings und der Performance-Messung zu erkennen, diese zu analysieren und zu strukturieren.

Wissensvertiefung

Es werden die bisherigen Kenntnisse im Bereich des Rechnungswesens, insbesondere die der Kosten- und Leistungsrechnung, hinsichtlich ihrer Anwendungsmöglichkeiten im Rahmen operativer Planungs- und

Kontrollaufgaben sowie der Performance-Messung vertieft. Insofern verfügen die Studierenden über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Controllings und der Performance-Messung. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der Fachliteratur, schließt aber zugleich einige vertiefte Wissensbestände im Bereich Controlling und Performance-Messung ein. Die Studierenden sind in der Lage, Steuerungsprozesse kritisch zu beurteilen und Lösungen zu entwickeln.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können mit Hilfe der Instrumentarien des Controllings Unternehmensprozesse praxisnah planen, hinsichtlich der Zielerreichung überprüfen, die Leistung wertorientiert messen und etwaige Abweichungsursachen analysieren. Sie weisen in vielfältigen Anwendungsbeispielen nach, dass sie die Erfüllung erfolgsbezogener Ziele eines Unternehmens durch geeignete Steuerungsgrößen wirkungsvoll unterstützen können.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, die bisher vermittelten Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre unter dem Aspekt einer erfolgsorientierten Planung, Steuerung und Kontrolle des Gesamtunternehmens und ausgewählter Funktionsbereiche zusammenzufassen und anzuwenden. Dies spiegelt sich in einem zielgerechten und praxisnahen Einsatz der Instrumentarien des Controllings wider.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden verfügen über die Kompetenz, die im Rahmen des Controllings analysierten Informationen strukturiert darzustellen, daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten und diese problemadäquat und verständlich zu kommunizieren. Sie erkennen Problemfelder des Unternehmens, können diese formulieren und Ansätze zu deren Bewältigung mitgestalten.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND

Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/ Übung/ Workshop	48
Projekt	
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	36
Selbststudium (Praxisphase)	36
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Klausur	90		Am Ende der Theoriephase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Andreas Haaker, CIIA, CEFA, PD
andreas.haaker@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Coenenberg, A. G./Fischer, Th. M./Günther, Th. (neueste Auflage), Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart.

Fischer, Th. M./Möller, K./Schultze, W. (neueste Auflage), Controlling. Grundlagen, Instrumente und Entwicklungsperspektiven, Stuttgart.

BASISLITERATUR

Graumann, M. (neueste Auflage), Controlling. Begriff, Elemente, Methoden und Schnittstellen, Herne.

Horváth, P./Gleich, R./Seiter, M. (neueste Auflage), Controlling, München.

Hubert, B. (neueste Auflage), Grundlagen des operativen und strategischen Controllings: Konzeptionen, Instrumente und ihre Anwendung, Wiesbaden.

Schneider, D. (neueste Auflage), Betriebswirtschaftslehre, Band 2: Rechnungswesen, München/Wien.

Simon, H. (neueste Auflage), Am Gewinn ist noch keine Firma kaputt gegangen, Frankfurt/New York.

PROJEKTWERKSTATT ZUR INDUSTRIE: WISSEN ANWENDEN UND VERTIEFEN

Gegenstand des Moduls ist das im Studium bisher aufgebaute Wissen anhand von Projektarbeiten anzuwenden und zu vertiefen. Die Projektarbeiten befassen sich mit aktuellen und zugleich relevanten Problemstellungen aus den Bereichen Produktions- und Logistikmanagement sowie Supply Chain Management. Gegenwärtige gesamtwirtschaftliche Trends, wie die zunehmende Digitalisierung und die Fokussierung auf Nachhaltigkeit, werden bei der Projektdefinition entsprechend berücksichtigt. Die Bearbeitung der Projekte erfolgt in kleinen Studierendenteams. In Abhängigkeit vom Projektthema ist die Einbindung von Unternehmen, Forschungseinrichtungen oder anderen Hochschulen als sogenannte »Projektpartner« möglich. Diese Partner bringen sich in die Projektdefinition ein, übernehmen eine beratende Rolle oder sind direkt in die Bearbeitung der Projekte eingebunden. Die Wissensvermittlung erfolgt durch die Kombination von Seminaren und Kolloquien. Das Modul schließt mit einer Portfolioprüfung bestehend aus Hausarbeit und Referat ab.

MODULCODE
3BW-PWI-60

MODULTYP
Wahlpflichtmodul Studienrichtung Industrie

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
4

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Betriebswirtschaft-Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLGI-10)
- Teilnahme am Modul: Betriebliche Informationssysteme der Industrie (3BW-BISdl-10)
- Teilnahme am Modul: Logistikmanagement in der Industrie (3BW-LMI-30)
- Teilnahme am Modul: Supply Chain Management in der Industrie (3BW-SCMI-40)
- Teilnahme am Modul: Produktionsmanagement in der Industrie (3BW-PMI-50)
- Vorlesungsbegleitende Fachlektüre mit aktiver Veranstaltungsteilnahme und eigeninitiativer Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen

LERNINHALTE

- **Definition des Begriffes »Projektwerkstatt«**
- **Kennenlernen von aktuellen und relevanten Problemstellungen zum Produktionsmanagement sowie Anwenden von Methoden und Systemen zur Problemlösung:** Produktionsplanung im Industrieumfeld – Produktionssteuerung im Industrieumfeld – Einfluss aktueller Trends (z.B. Smart Factory)
- **Kennenlernen von aktuellen und relevanten Problemstellungen zum Logistikmanagement sowie Anwenden von Methoden und Systemen zur Problemlösung:** Standortplanung in Industrienetzwerken – Transport- und Zuordnungsplanung in Industrienetzwerken – Tourenplanung in Industrienetzwerken – Einfluss aktueller Trends (z.B. Smart Logistics)
- **Kennenlernen von aktuellen und relevanten Problemstellungen zum Supply Chain Management sowie Anwenden von Methoden und Systemen zur Problemlösung:** Versorgung in Industrienetzwerken – Entsorgung und Recycling in Industrienetzwerken – Einfluss aktueller Trends (z.B. Green Supply Chains)
- **Anwenden von Methoden und Systemen zum Projektmanagement und zur Teamorganisation:** Rollen und Aufgaben – Termine und Kapazitäten – Dokumentation und Steuerung
- **Aufbereiten, Präsentieren und Verteidigen von Lösungen für komplexe Problemstellungen**

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Nach Abschluss des Moduls wissen die Studierenden was unter einer »Projektwerkstatt« zu verstehen ist. Sie haben verstanden, wie sich aktuelle und relevante Problemstellungen aus den Fachbereichen Produktions- und Logistikmanagement sowie Supply Chain Management mit Methoden und Systemen dieser drei genannten Fachdisziplinen lösen lassen. Sie wissen überdies, wie man komplexe Problemstellungen im Team analysiert, strukturiert und bearbeitet. Die Studierenden haben verstanden, wie komplexe Sachverhalte vor Dritten präsentiert und Lösungsansätze im kritischen Diskurs verteidigt werden. Demnach wird durch dieses Modul das im Studium bereits aufgebaute Theoriewissen um wichtiges Anwendungswissen verbreitert.

Wissensvertiefung

Durch den Abschluss dieses anwendungsorientierten Moduls vertiefen und verstetigen die Studierenden ihre bisher im Studium erworbenen Kenntnisse in den Fachbereichen Produktions- und Logistikmanagement sowie Supply Chain Management. Diese Wissensvertiefung wird insbesondere durch die eigenverantwortliche Projektarbeit in kleinen Studierendenteams unter Anleitung von Dozierenden und externen Fachexperten erzielt. Im Rahmen dieser Projekte bringen die Studierenden ihr vorhandenes Methoden- und Systemwissen zur praktischen Anwendung.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden wichtige Problemstellungen des Produktions- und Logistikmanagements sowie Supply Chain Managements selbstständig analysieren und strukturieren sowie darauf aufbauend eine Problemlösung durch die systematische Auswahl und den Einsatz geeigneter Fachmethoden und -systeme herbeiführen. Sie können Projekte, die durch kleine Teams eigenverantwortlich bearbeitet werden müssen, strukturieren und lenken.

Systemische Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden dazu befähigt, geeignete weiterführende Informationsquellen zum Produktions- und Logistikmanagement sowie Supply Chain Management auszuwählen und selbstständig zu erschließen. Die Studierenden sind somit in der Lage, fundierte Erkenntnisse und begründete Handlungsempfehlungen für unterschiedlichste Problemstellungen dieser Fachdisziplinen im Kontext ihrer späteren beruflichen Tätigkeit zu erarbeiten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden komplexe Problemstellungen des Produktions- und Logistikmanagements sowie Supply Chain Managements gegenüber Dritten nachvollziehbar erläutern, den Weg zur begründeten Konzeption einer Problemlösung darlegen sowie diese Lösung im kritischen Diskurs argumentativ verteidigen. Dies gilt für die schriftliche und mündliche Kommunikation gleichermaßen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Vorlesung/Übung/Kolloquium	44
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Theoriephase)	38
Selbststudium (Praxisphase)	38
ARBEITSAUFWAND GESAMT	120

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Projektarbeit		5-10	Begleitend zur Theoriephase	50
Präsentation	30		Zum Ende der Theoriephase	50

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Wenn vorhanden Foliensatz, Skript, »Reading Package« bzw. Semesterapparat sowie Lernmanagementsysteme (insbes. OPAL).

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Adam, D. (neuste Auflage), Produktions-Management, Wiesbaden.

Corsten, H./ Gössinger, R. (neuste Auflage), Einführung in das Supply Chain Management, München/Wien.

Günther, H.-O./Tempelmeier, H. (neuste Auflage), Produktion und Logistik, Berlin/Heidelberg.

Koether, R. (neuste Auflage), Distributionslogistik. Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit, Wiesbaden.

Kurbel, K. (neuste Auflage), ERP und SCM. Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie, Berlin.

Lasch, R. (neuste Auflage), Strategisches und operatives Logistikmanagement. Distribution, Wiesbaden.

Lödding, H. (neuste Auflage), Verfahren der Fertigungssteuerung. Grundlagen, Beschreibung, Konfiguration, Berlin/Heidelberg.

Mattfeld, D./Vahrenkamp, R. (neuste Auflage), Logistiknetzwerke. Modelle für Standortwahl und Tourenplanung, Wiesbaden.

Werner, H. (neuste Auflage), Supply Chain Management. Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden.

VERTIEFENDE LITERATUR

Corsten, D./ Gabriel, C. (neuste Auflage), Supply Chain Management erfolgreich umsetzen. Grundlagen, Realisierung und Fallstudien, Berlin/Heidelberg.

Haasis, H.-D. (neuste Auflage), Produktions- und Logistikmanagement. Planung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen, Wiesbaden.

Helber, S. (neuste Auflage), Operations Management Tutorial. Grundlagen der Modellierung und Analyse der betrieblichen Wertschöpfung, Hannover.

Tempelmeier, H. (neuste Auflage), Materiallogistik. Modelle und Algorithmen für die Produktionsplanung und -steuerung in Advanced-Planning-Systemen, Berlin/Heidelberg.

Zeitschriften wie »Industrie 4.0-Management«, »Flexible Services and Manufacturing Journal«, »International Journal of Logistics Management« und »Journal of Supply Chain Management«.

PRAXISMODULE STUDIENGANG BETRIEBSWIRTSCHAFT

GESCHÄFTSMODELL- UND INNOVATIONSMANAGEMENT: ANWENDUNG

Im ersten Praxismodul geht es darum, die Inhalte des theoretischen Teils des ersten Fachsemesters mit Leben zu füllen. Ziel ist es, dass die Studenten die primären und sekundären Aktivitäten der Wertschöpfungskette ihres Unternehmens kennenlernen, das Unternehmen in sein globales Umfeld und sein Interaktionsumfeld einordnen und deren relevante Komponenten benennen und erklären können sowie die Funktionsbereiche des Unternehmens und deren Tätigkeiten kennenlernen. Mit ihrer noch nicht von Routinen getriebenen Perspektive sollen sie unvoreingenommen Möglichkeiten der unternehmerischen Weiter- oder Andersentwicklung sondieren, beschreiben und erklären.

MODULCODE
3BW-PRAX1-10

MODULTYP
Praxismodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
1. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
6

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Handel Studienrichtung Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre des Handels (3BW-BWLGH-10) bzw. Grundlagen der Betriebswirtschafts- und Industriebetriebslehre (3BW-BWLG1-10)
- Teilnahme am Modul: Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Theorie (3BW-GMINM-10)
- Rechtzeitige Abstimmung der Modulinhalte mit dem Partner-Unternehmen.

LERNINHALTE

- Geschäftsmodell des Partnerunternehmens und dessen denkbare, mögliche und (ggf.) wünschenswerte Weiterentwicklungsmöglichkeiten
- primäre und sekundäre Aktivitäten in der Wertschöpfungskette des Partnerunternehmens
- Globales Umfeld und Interaktionsumfeld des Partnerunternehmens

- Strukturen (Aufbau, Abläufe/Prozesse) des Partnerunternehmens
- Vision, Leitbild, Ziele, Strategie(n) ... des Partnerunternehmens
- Kunden und Nutzenversprechen des Partnerunternehmens

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Wissen aus den theoretischen Abschnitten des ersten Fachsemesters wird aktiv in Beziehung zum Erleben und Arbeiten im Praxismodul gesetzt. Der Transfer theoretischer Inhalte in den Arbeitsalltag befähigt die Studenten Erfahrungen als solche erkennen, bewerten und einordnen zu können. Die Studenten kennen ihr Partnerunternehmen und können es in seiner Singularität beschreiben und erklären. Zugleich begreifen die Studenten ihr Unternehmen als repräsentativen Vertreter ihrer Branchen- bzw. Tätigkeitsvertiefung.

Wissensvertiefung

Die Studenten vertiefen ihr in den Theoriemodulen erworbenes Wissen indem sie sich forschend lernend mit ihren Unternehmen vertraut machen und deren Anatomie ergründen. Im Vordergrund steht die Frage nach dem Geschäftsmodell des Unternehmens, das in Gestalt eines Fallbeispiels (Case Study Research) zu erarbeiten und zu diskutieren ist. In kritischer Reflexion und noch nicht von betrieblichen Routinen verinnahmt entwickeln die Studenten begründete Ideen für denkbare Weiterentwicklungen der Geschäftsmodelle ihrer Partner-Unternehmen.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

In Verbindung mit ihren Kenntnissen über die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre übertragen die Studenten ihr Wissen um Geschäftsmodelle und deren (Weiter-)Entwicklung auf ihre betriebliche Praxis. Auf diese Weise üben sie sich im Durchdenken und Beurteilen betrieblicher Abläufe, Problem- und Zielstellungen.

Systemische Kompetenz

Die Studenten nehmen neugierig, offen und interessiert am betrieblichen Alltag teil. Sie erkennen ihre Partnerunternehmen als lebendige und aktive Teilnehmer am Wirtschaftsprozess. Sie begreifen Unternehmen als Ursprung betriebswirtschaftlicher Problem- und Fragestellungen, als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Debatten und als Zielpunkt betriebswirtschaftlicher Gestaltungsempfehlungen. Sie verinnerlichen die Idee von Betriebswirtschaftslehre als einer Disziplin, die sich im Interesse unternehmensindividueller Zielstellungen dort die Erkenntnisse sämtlicher Wissenschaftsgebiete zu eigen macht, wo sie der Verwirklichung ebendieser Ziele dienen.

Kommunikative Kompetenz

Die Studenten sind dazu in der Lage, interessierten Laien und Experten fachkundig die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Geschäftsmodell ihres Partnerunternehmens zu beschreiben, zu begründen und zu erklären. Auf die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells gerichtete Gestaltungsempfehlungen können sie auf nachvollziehbare Weise verargumentieren und ihren Standpunkt verdeutlichen; ggf. auch verteidigen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Kolloquien	30
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium in der Praxis (Betriebliche Erfahrung)	150
ARBEITSAUFWAND GESAMT	180

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		12-15	Während der Praxisphase	50
Präsentation	30		Zum Ende der Praxisphase	50

Die Ergebnisse der Auseinandersetzung mit dem Geschäftsmodell des Partner-Unternehmens werden im Rahmen einer Präsentation vor einem Plenum aus Vertretern der Partner-Unternehmen und den Kursteilnehmern vorgestellt.

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Grassmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Zusätzlich zu den Unterlagen der relevanten Theoriemodule des ersten Fachsemesters mindestens Unterlagen des Partner-Unternehmens.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Vergleiche Literaturhinweise der Theoriemodule des ersten Fachsemesters, insbes. des Moduls »Geschäftsmodell- und Innovationsmanagement: Theorie« (3BW-GMINM-10) sowie des Moduls »Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftliches Arbeiten« (3BW-WWWS-10)

Darüber hinaus:

Yin, R. K. (neueste Auflage), Case Study Research and Applications: Design and Methods, Los Angeles et al.

VERTIEFENDE LITERATUR

Kruse, O. (neueste Auflage), Kritisches Denken und Argumentieren. Eine Einführung für Studierende, Konstanz.

Kruse, O. (neueste Auflage), Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium, Stuttgart.

Kruse, O. (neueste Auflage), Keine Angst vor dem leeren Blatt. Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt am Main/New York.

Schütz, M./Röbken, H. (neueste Auflage), Projekt- und Abschlussarbeiten in Organisationen. Eine betriebliche Arbeit verfassen für Bachelor, Master und Praktikum, Wiesbaden.

BETRIEBLICHE FORSCHUNGSFALLSTUDIE: AUFGABENFELD A

Vordergründiges Anliegen des Moduls ist der systematische Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis. Die Studierenden übernehmen Arbeitsaufgaben in enger Abstimmung mit den Partnerunternehmen. Der Idee forschenden Lernens bzw. angewandter Forschung folgend, arbeiten die Studenten die ihnen übertragene Arbeitsaufgabe im Rahmen einer Forschungsfallstudie auf. Bei der übertragenen Aufgabe darf es sich nicht (ausschließlich) um eine arbeitsalltägliche betriebliche Routineaufgabe handeln. Vielmehr sollen den Studenten anspruchsvollere konzeptionelle Aufgaben übertragen werden, die sie theoriegeleitet lösen.

MODULCODE
3BW-PRAX2-20

MODULTYP
Praxismodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
2. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
6

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Handel Studienrichtung Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Rechtzeitige Abstimmung der Modulinhalte mit dem Partner-Unternehmen.

LERNINHALTE

Die Praxismodule sind Teil eines wissenschaftsbasierten Studienprogramms. Insofern bearbeiten die Studierenden Aufgaben, in deren Rahmen arbeitsalltägliche Fragen oder Vorgänge vor dem Hintergrund bzw. im Kontext grundsätzlicher fachlicher Fragestellungen methodisch beantwortet bzw. begleitet werden. Die Arbeitsaufgabe soll dabei einen Schwierigkeitsgrad erreichen, der für Studienprogramme auf Bachelorniveau angemessen ist.

Die Studierenden dürfen im Verlauf ihres Studiums jedem Funktionsbereich nur einmal zugeordnet werden. Entsprechend dürfen in funktional wenig oder gar nicht differenzierten kleinen bzw. Kleinunternehmen funktionsbereichsbezogene Themen nur einmal bearbeitet werden. Inhaltlich über mehrere Semester verkettete Aufgaben sind nicht zulässig.

Die Arbeitsaufgabe kann einen Gegenstand oder Inhalt betreffen, der sich thematisch einem oder mehreren Theoriemodulen des 1. und 2. Fachsemesters zuordnen lässt, insbes. aber:

METHODEN

- Fragen der Marktforschung

DAS UNTERNEHMEN IN SEINEM UMFELD

- Fragen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre,
- Fragen des Handelsmanagements oder der Industriebetriebslehre
- volkswirtschaftliche, insbes. mikroökonomische Probleme mit Relevanz für den Unternehmensalltag

DAS UNTERNEHMEN GESTALTEN, LENKEN UND ENTWICKELN

- Geschäftsmodellentwicklung und -gestaltung,
- Fragen des Innovationsmanagements,
- Fragen der normativen Unternehmenssteuerung,
- Fragen der strategischen Unternehmenssteuerung,
- Fragen des Konsumentenverhaltens
- Fragen des Handels- oder Industriegütermarketings

RECHNUNGSWESEN & CONTROLLING

- Fragen der Buchführung
- Grundlegende Fragen der Unternehmensbesteuerung

DIGITALISIERUNG & DIGITALE TRANSFORMATION

- Fragen Betrieblicher Informationssysteme des Handels oder der Industrie
- Fragen der Statistik und des Data Science

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Im Ergebnis des Praxismoduls hat sich die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln verringert; aus Leistungspotential wird Arbeitsleistung. Im Rahmen des Praxismoduls erweitern die Studierenden ihre professionelle Kompetenz zur Bewältigung des betrieblichen Alltags.

Wissensvertiefung

Die Studierenden reflektieren und evaluieren sowohl das eigene professionelle Handeln als auch dessen theoretische und methodische Grundlagen kritisch distanziert. Auf diese Weise entwickeln sie in der aktiven selbständigen Auseinandersetzung mit den Anforderungen der Praxis und deren „Praxistheorien“ und der Relationierung von Theorie und Praxis einen professionellen Habitus.

WISSEN UND VERSTEHEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, im Feld der arbeitsaufgabenbezogenen Theoriemodule verstandenes Wissen erklärend auf konkrete Praxissituationen zu beziehen. Sie können theoriegeleitet problemlösungsorientierte Interventionen planen, begründen, durchführen und evaluieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können selbständig relevante Informationen über den jeweiligen Funktionsbereich sammeln, bewerten und interpretieren. Sie können aus der Analyse dieser Informationen strategische und operative Entscheidungen für relevante Aufgaben in diesem Funktionsbereich vorbereiten. Sie sind in der Lage, selbständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ihre Fähigkeit, sich fachlich oder informell mit Experten und Leistungsadressaten außerhalb und innerhalb des Partnerunternehmens auszutauschen, weiter professionalisiert. Unterschiedliche Kommunikationsformate wie bspw. (Fach-)Vorträge, Pitches, Mitarbeiter-Vorgesetzten-Gespräche, Verhandlungen, Vorträge, Bewerbungsgespräche, Beurteilungsgespräche, Kunden- bzw. Verkaufsgespräche und deren Kommunikationserfordernisse sind ihnen geläufig und vertraut.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Kolloquium	20
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	160
ARBEITSAUFWAND GESAMT	180

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		12-15	Während des Praxismoduls	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Zusätzlich zu den Unterlagen der relevanten Theoriemodule des ersten und des zweiten Fachsemesters mindestens Unterlagen des Partner-Unternehmens.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Vergleiche bspw. Literaturhinweise der themenrelevanten Theoriemodule des ersten und des zweiten Fachsemesters und Hinweise des Modul-Coaches.

Darüber hinaus:

Yin, R. K. (neueste Auflage), Case Study Research and Applications: Design and Methods, Los Angeles et al.

VERTIEFENDE LITERATUR

Kruse, O. (neueste Auflage), Kritisches Denken und Argumentieren. Eine Einführung für Studierende, Konstanz.

Kruse, O. (neueste Auflage), Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium, Stuttgart.

Kruse, O. (neueste Auflage), Keine Angst vor dem leeren Blatt. Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt am Main/New York.

Schütz, M./Röbken, H. (neueste Auflage), Projekt- und Abschlussarbeiten in Organisationen. Eine betriebliche Arbeit verfassen für Bachelor, Master und Praktikum, Wiesbaden.

BETRIEBLICHE FORSCHUNGSFALLSTUDIE: AUFGABENFELD B

Vordergründiges Anliegen des Moduls ist der systematische Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis. Die Studierenden übernehmen Arbeitsaufgaben in enger Abstimmung mit den Partnerunternehmen. Der Idee forschenden Lernens bzw. angewandter Forschung folgend, arbeiten die Studenten die ihnen übertragene Arbeitsaufgabe im Rahmen einer Forschungsfallstudie auf. Bei der übertragenen Aufgabe darf es sich nicht (ausschließlich) um eine arbeitsalltägliche betriebliche Routineaufgabe handeln. Vielmehr sollen den Studenten anspruchsvollere konzeptionelle Aufgaben übertragen werden, die sie theoriegeleitet lösen.

MODULCODE
3BW-PRAX3-30

MODULTYP
Praxismodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
3. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
6

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Handel Studienrichtung Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftliches Arbeiten (3BW-WWWS-10)
- Rechtzeitige Abstimmung der Modulinhalte mit dem Partner-Unternehmen.

LERNINHALTE

Die Praxismodule sind Teil eines wissenschaftsbasierten Studienprogramms. Insofern bearbeiten die Studierenden Aufgaben, in deren Rahmen arbeitsalltägliche Fragen oder Vorgänge vor dem Hintergrund bzw. im Kontext grundsätzlicher fachlicher Fragestellungen methodisch beantwortet bzw. begleitet werden. Die Arbeitsaufgabe soll dabei einen Schwierigkeitsgrad erreichen, der für Studienprogramme auf Bachelorniveau angemessen ist.

Die Studierenden dürfen im Verlauf ihres Studiums jedem Funktionsbereich nur einmal zugeordnet werden. Entsprechend dürfen in funktional wenig oder gar nicht differenzierten kleinen bzw. Kleinunternehmen

funktionsbereichsbezogene Themen nur einmal bearbeitet werden. Inhaltlich über mehrere Semester verkettete Aufgaben sind nicht zulässig.

Die Arbeitsaufgabe kann einen Gegenstand oder Inhalt betreffen, der sich thematisch einem oder mehreren Theoriemodulen des 1., 2. oder 3. Fachsemesters zuordnen lässt, insbes. aber:

METHODEN

- Fragen der Marktforschung,
- Fragen der Servicegestaltung (des Service Designs),

DAS UNTERNEHMEN IN SEINEM UMFELD

- Fragen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre,
- Fragen des Handelsmanagements oder der Industriebetriebslehre
- volkswirtschaftliche, insbes. mikroökonomische Probleme mit Relevanz für den Unternehmensalltag
- volkswirtschaftliche, insbes. makroökonomische Probleme mit Relevanz für den Unternehmensalltag

DAS UNTERNEHMEN GESTALTEN, LENKEN UND ENTWICKELN

- Geschäftsmodellentwicklung und -gestaltung,
- Fragen des Innovations- und Erfahrungsmanagements,
- Fragen der normativen Unternehmenssteuerung,
- Fragen der strategischen Unternehmenssteuerung,
- Fragen des Preis- und Sortiments- bzw. Portfoliomanagements,
- Fragen des Logistikmanagements,
- Fragen des Konsumentenverhaltens,
- Fragen des Handels- oder Industriegütermarketings

RECHNUNGSWESEN & CONTROLLING

- Fragen der Buchführung
- Grundlegende Fragen der Unternehmensbesteuerung,
- Fragen des Externen Rechnungswesens

DIGITALISIERUNG & DIGITALE TRANSFORMATION

- Fragen Betrieblicher Informationssysteme des Handels oder der Industrie
- Fragen der Statistik und des Data Science,
- Fragen der datengetriebenen Wirtschaft in Handel oder Industrie,
- Fragen der Digitalen Transformation im Handels- oder Industrieunternehmen

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Im Ergebnis des Praxismoduls hat sich die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln verringert; aus Leistungspotential wird Arbeitsleistung. Im Rahmen des Praxismoduls erweitern die Studierenden ihre professionelle Kompetenz zur Bewältigung des betrieblichen Alltags.

Wissensvertiefung

Die Studierenden reflektieren und evaluieren sowohl das eigene professionelle Handeln als auch dessen theoretische und methodische Grundlagen kritisch distanziert. Auf diese Weise entwickeln sie in der aktiven selbständigen Auseinandersetzung mit den Anforderungen der Praxis und deren „Praxistheorien“ und der Relationierung von Theorie und Praxis einen professionellen Habitus.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, im Feld der arbeitsaufgabenbezogenen Theoriemodule verstandenes Wissen erklärend auf konkrete Praxissituationen zu beziehen. Sie können theoriegeleitet problemlösungsorientierte Interventionen planen, begründen, durchführen und evaluieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können selbständig relevante Informationen über den jeweiligen Funktionsbereich sammeln, bewerten und interpretieren. Sie können aus der Analyse dieser Informationen strategische und operative Entscheidungen für relevante Aufgaben in diesem Funktionsbereich vorbereiten. Sie sind in der Lage, selbständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ihre Fähigkeit, sich fachlich oder informell mit Experten und Leistungsadressaten außerhalb und innerhalb des Partnerunternehmens auszutauschen, weiter professionalisiert. Unterschiedliche Kommunikationsformate wie bspw. (Fach-)Vorträge, Pitches, Mitarbeiter-Vorgesetzten-Gespräche, Verhandlungen, Vorträge, Bewerbungsgespräche, Beurteilungsgespräche, Kunden- bzw. Verkaufsgespräche und deren Kommunikationserfordernisse sind ihnen geläufig und vertraut.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Kolloquium	20
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium	160
ARBEITSAUFWAND GESAMT	180

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		12-15	Während der Praxisphase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Zusätzlich zu den Unterlagen der relevanten Theoriemodule der ersten drei Fachsemester mindestens Unterlagen des Partner-Unternehmens.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Vergleiche bspw. Literaturhinweise der themenrelevanten Theoriemodule des ersten, zweiten und dritten Fachsemesters und Hinweise des Modul-Coaches.

Darüber hinaus:

Yin, R. K. (neueste Auflage), Case Study Research and Applications: Design and Methods, Los Angeles et al.

VERTIEFENDE LITERATUR

Kruse, O. (neueste Auflage), Kritisches Denken und Argumentieren. Eine Einführung für Studierende, Konstanz.

Kruse, O. (neueste Auflage), Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium, Stuttgart.

Kruse, O. (neueste Auflage), Keine Angst vor dem leeren Blatt. Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt am Main/New York.

Schütz, M./Röbken, H. (neueste Auflage), Projekt- und Abschlussarbeiten in Organisationen. Eine betriebliche Arbeit verfassen für Bachelor, Master und Praktikum, Wiesbaden.

BETRIEBLICHE FORSCHUNGSFALLSTUDIE: AUFGABENFELD C

Vordergründiges Anliegen des Moduls ist der systematische Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis. Die Studierenden übernehmen Arbeitsaufgaben in enger Abstimmung mit den Partnerunternehmen. Der Idee forschenden Lernens bzw. angewandter Forschung folgend, arbeiten die Studenten die ihnen übertragene Arbeitsaufgabe im Rahmen einer Forschungsfallstudie auf. Bei der übertragenen Aufgabe darf es sich nicht (ausschließlich) um eine arbeitsalltägliche betriebliche Routineaufgabe handeln. Vielmehr sollen den Studenten anspruchsvollere konzeptionelle Aufgaben übertragen werden, die sie theoriegeleitet lösen.

MODULCODE
3BW-PRAX4-40

MODULTYP
Praxismodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
4. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
6

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Handel Studienrichtung Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftliches Arbeiten (3BW-WWWS-10)
- Rechtzeitige Abstimmung der Modulinhalte mit dem Partner-Unternehmen.

LERNINHALTE

Die Praxismodule sind Teil eines wissenschaftsbasierten Studienprogramms. Insofern bearbeiten die Studierenden Aufgaben, in deren Rahmen arbeitsalltägliche Fragen oder Vorgänge vor dem Hintergrund bzw. im Kontext grundsätzlicher fachlicher Fragestellungen methodisch beantwortet bzw. begleitet werden. Die Arbeitsaufgabe soll dabei einen Schwierigkeitsgrad erreichen, der für Studienprogramme auf Bachelorniveau angemessen ist.

Die Studierenden dürfen im Verlauf ihres Studiums jedem Funktionsbereich nur einmal zugeordnet werden. Entsprechend dürfen in funktional wenig oder gar nicht differenzierten kleinen bzw. Kleinunternehmen

funktionsbereichsbezogene Themen nur einmal bearbeitet werden. Inhaltlich über mehrere Semester verkettete Aufgaben sind nicht zulässig.

Die Arbeitsaufgabe kann einen Gegenstand oder Inhalt betreffen, der sich thematisch einem oder mehreren Theoriemodulen des 1., 2., 3. oder 4. Fachsemesters zuordnen lässt, insbes. aber:

METHODEN

- Fragen der Marktforschung,
- Fragen der Servicegestaltung (des Service Designs),
- Fragen der Kommunikation und ihrer Gestaltung innerhalb des Unternehmens bzw. zwischen dem Unternehmen, seinen Vertretern und den Stakeholdern des Unternehmens,

DAS UNTERNEHMEN IN SEINEM UMFELD

- Fragen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre,
- Fragen des Handelsmanagements oder der Industriebetriebslehre
- volkswirtschaftliche, insbes. mikroökonomische Probleme mit Relevanz für den Unternehmensalltag
- volkswirtschaftliche, insbes. makroökonomische Probleme mit Relevanz für den Unternehmensalltag
- Fragen, die die wirtschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen des Unternehmenshandelns betreffen,

DAS UNTERNEHMEN GESTALTEN, LENKEN UND ENTWICKELN

- Geschäftsmodellentwicklung und -gestaltung,
- Fragen des Innovations- und Erfahrungsmanagements,
- Fragen der normativen Unternehmenssteuerung,
- Fragen der strategischen Unternehmenssteuerung,
- Fragen des Preis- und Sortiments- bzw. Portfoliomanagements,
- Fragen des Logistikmanagements,
- Fragen des Konsumentenverhaltens,
- Fragen des Handels- oder Industriegütermarketings
- Fragen, die die Ausgestaltung der Unternehmensorganisation betreffen,
- Fragen des Supply Chain Managements,
- Fragen der Distribution und der Logistik,

RECHNUNGSWESEN & CONTROLLING

- Fragen der Buchführung
- Grundlegende Fragen der Unternehmensbesteuerung,
- Fragen des Externen Rechnungswesens,
- Fragen der Finanzierung und Investition,

DIGITALISIERUNG & DIGITALE TRANSFORMATION

- Fragen Betrieblicher Informationssysteme des Handels oder der Industrie
- Fragen der Statistik und des Data Science,
- Fragen der datengetriebenen Wirtschaft in Handel oder Industrie,

- Fragen der Digitalen Transformation im Handels- oder Industrieunternehmen
- Fragen der nutzerzentrierten Konzeption digitaler Verkaufs- oder Vertriebskanäle

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Im Ergebnis des Praxismoduls hat sich die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln verringert; aus Leistungspotential wird Arbeitsleistung. Im Rahmen des Praxismoduls erweitern die Studierenden ihre professionelle Kompetenz zur Bewältigung des betrieblichen Alltags.

Wissensvertiefung

Die Studierenden reflektieren und evaluieren sowohl das eigene professionelle Handeln als auch dessen theoretische und methodische Grundlagen kritisch distanziert. Auf diese Weise entwickeln sie in der aktiven selbständigen Auseinandersetzung mit den Anforderungen der Praxis und deren „Praxistheorien“ und der Relationierung von Theorie und Praxis einen professionellen Habitus.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, im Feld der arbeitsaufgabenbezogenen Theoriemodule verstandenes Wissen erklärend auf konkrete Praxissituationen zu beziehen. Sie können theoriegeleitet problemlösungsorientierte Interventionen planen, begründen, durchführen und evaluieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden können selbständig relevante Informationen über den jeweiligen Funktionsbereich sammeln, bewerten und interpretieren. Sie können aus der Analyse dieser Informationen strategische und operative Entscheidungen für relevante Aufgaben in diesem Funktionsbereich vorbereiten. Sie sind in der Lage, selbständig weiterführende Lernprozesse zu gestalten.

Kommunikative Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden ihre Fähigkeit, sich fachlich oder informell mit Experten und Leistungsadressaten außerhalb und innerhalb des Partnerunternehmens auszutauschen, weiter professionalisiert. Unterschiedliche Kommunikationsformate wie bspw. (Fach-)Vorträge, Pitches, Mitarbeiter-Vorgesetzten-Gespräche, Verhandlungen, Vorträge, Bewerbungsgespräche, Beurteilungsgespräche, Kunden- bzw. Verkaufsgespräche und deren Kommunikationserfordernisse sind ihnen geläufig und vertraut.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Kolloquium	20
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Praxismodul)	160
ARBEITSAUFWAND GESAMT	180

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Reflexionsbericht		12-15	Während des Praxismoduls	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Zusätzlich zu den Unterlagen der relevanten Theoriemodule der ersten vier Fachsemester mindestens Unterlagen des Partner-Unternehmens.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Vergleiche Literaturhinweise der Theoriemodule des ersten, zweiten, dritten und vierten Fachsemesters und Hinweise des Modul-Coaches.

Darüber hinaus:

Yin, R. K. (neueste Auflage), Case Study Research and Applications: Design and Methods, Los Angeles et al.

VERTIEFENDE LITERATUR

Kruse, O. (neueste Auflage), Kritisches Denken und Argumentieren. Eine Einführung für Studierende, Konstanz.

Kruse, O. (neueste Auflage), Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium, Stuttgart.

Kruse, O. (neueste Auflage), Keine Angst vor dem leeren Blatt. Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt am Main/New York.

Schütz, M./Röbken, H. (neueste Auflage), Projekt- und Abschlussarbeiten in Organisationen. Eine betriebliche Arbeit verfassen für Bachelor, Master und Praktikum, Wiesbaden.

PRINZIPIEN UND METHODEN DES PROJEKTMANAGEMENTS: ANWENDUNG

Vordergründiges Anliegen des Moduls ist neben dem systematischen Wissenstransfer zwischen Theorie und Praxis das Erleben, Verantworten und Erfahren der Prinzipien und Methoden des Projektmanagements unter den Zwängen betrieblichen Alltags. Dafür übernehmen die Studierenden in enger Abstimmung mit ihren Mentoren in den Partnerunternehmen eigenverantwortlich ein in der Modullaufzeit bewältigbares (Kleinst-)Projekt. Bei der übertragenen Projektaufgabe darf es sich nicht (ausschließlich) um eine arbeitsalltägliche betriebliche Routineaufgabe handeln. Vielmehr sollen den Studenten anspruchsvollere Aufgaben übertragen werden. Im Modul üben die Studierenden die Anwendung der Methoden des Projektmanagements in der betrieblichen Realität. Zur betrieblichen Realität gehören zeitlich Zwänge, Ressourcenknappheit, verfehlte Termine, fehlende Zuarbeiten und erlebte Missgunst genauso, wie erfüllende Erfolgserlebnisse und das Erleben echter kameradschaftlicher Kollegialität.

MODULCODE
3BW-PRAX5-50

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
5. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
6

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Handel Studienrichtung Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Regelmäßige und aktive Veranstaltungsteilnahme gemäß SächsBAG §12 (2)

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

- Teilnahme am Modul: Wie Wissenschaft Wissen schafft: Wissenschaftliches Arbeiten (3BW-WWWS-10)
- Teilnahme am Modul: Prinzipien und Methoden des Projektmanagements: Theorie (3BW-PPM-50)
- Rechtzeitige Abstimmung der Modulinhalte mit dem Partner-Unternehmen.

LERNINHALTE

Die Praxismodule sind Teil eines wissenschaftsbasierten Studienprogramms. Insofern bearbeiten die Studierenden Aufgaben, in deren Rahmen arbeitsalltägliche Fragen oder Vorgänge vor dem Hintergrund bzw. im Kontext grundsätzlicher fachlicher Fragestellungen methodisch beantwortet bzw. begleitet werden. Die Arbeitsaufgabe soll dabei einen Schwierigkeitsgrad erreichen, der für Studienprogramme auf Bachelorniveau angemessen ist.

Die Studierenden dürfen im Verlauf ihres Studiums jedem Funktionsbereich nur einmal zugeordnet werden. Entsprechend dürfen in funktional wenig oder gar nicht differenzierten kleinen bzw. Kleinstunternehmen funktionsbereichsbezogene Themen nur einmal bearbeitet werden. Inhaltlich über mehrere Semester verkettete Aufgaben sind nicht zulässig.

Im Zentrum der Aufgabe des fünften Praxismoduls stehen die Prinzipien und Methoden des Projektmanagements. Diese sollen in der betrieblichen Praxis systematisch angewandt und deren Anwendung dokumentiert und kritisch reflektiert werden. Von besonderem Interesse ist die Frage, welche Methoden des Projektmanagements funktionieren und welche sich im betrieblichen Alltag eher als kontrainduziert erweisen. Gegenstand der Projektaufgabe kann, wie in den vorherigen Praxismodulen, ein Inhalt sein, der sich thematisch einem oder mehreren Theoriemodulen des 1., 2., 3. und 4. Fachsemesters zuordnen lässt, insbes. aber:

METHODEN

- Fragen der Marktforschung,
- Fragen der Servicegestaltung (des Service Designs),
- Fragen der Kommunikation und ihrer Gestaltung innerhalb des Unternehmens bzw. zwischen dem Unternehmen, seinen Vertretern und den Stakeholdern des Unternehmens,
- Fragen zur Ausgestaltung und zur Praxis des Projektmanagements

DAS UNTERNEHMEN IN SEINEM UMFELD

- Fragen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre,
- Fragen des Handelsmanagements oder der Industriebetriebslehre
- volkswirtschaftliche, insbes. mikroökonomische Probleme mit Relevanz für den Unternehmensalltag
- volkswirtschaftliche, insbes. makroökonomische Probleme mit Relevanz für den Unternehmensalltag
- Fragen, die die wirtschaftsrechtlichen Rahmenbedingungen des Unternehmenshandelns betreffen
- Fragen, die die arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen des Unternehmenshandelns betreffen,

DAS UNTERNEHMEN GESTALTEN, LENKEN UND ENTWICKELN

- Geschäftsmodellentwicklung und -gestaltung,
- Fragen des Innovations- und Erfahrungsmanagements,
- Fragen der normativen Unternehmenssteuerung,
- Fragen der strategischen Unternehmenssteuerung,
- Fragen des Preis- und Sortiments- bzw. Portfoliomanagements,

- Fragen des Logistikmanagements,
- Fragen des Konsumentenverhaltens,
- Fragen des Handels- oder Industriegütermarketings
- Fragen, die die Ausgestaltung der Unternehmensorganisation betreffen,
- Fragen des Supply Chain Managements,
- Fragen der Distribution und der Logistik,
- Fragen des Qualitäts- und Geschäftsprozessmanagements,

RECHNUNGSWESEN & CONTROLLING

- Fragen der Buchführung
- Grundlegende Fragen der Unternehmensbesteuerung,
- Fragen des Externen Rechnungswesens,
- Fragen der Finanzierung und Investition,
- Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung

DIGITALISIERUNG & DIGITALE TRANSFORMATION

- Fragen Betrieblicher Informationssysteme des Handels oder der Industrie
- Fragen der Statistik und des Data Science,
- Fragen der datengetriebenen Wirtschaft in Handel oder Industrie,
- Fragen der Digitalen Transformation im Handels- oder Industrieunternehmen
- Fragen der nutzerzentrierten Konzeption digitaler Verkaufs- oder Vertriebskanäle
- Fragen der Multisensorischen Handelsgestaltung, insbes. des »Retail Theater« im phygitalen Handelsunternehmen
- Fragen des Produktionsmanagements im Industrieunternehmen

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Basierend auf den (Er-)Kenntnissen des vorangegangenen Theoriemoduls »Projekte planen und umsetzen I: Prinzipien und Methoden des Projektmanagements« verantworten die Studierenden selbstständig ein Klein- bzw. Kleinstprojekt. Sie sind in berufliche Arbeitsprozesse integriert, erproben und vertiefen ihre erworbenen Projektmanagementkenntnisse, wenden diese aufgabenbezogen selbstständig an und erledigen damit qualifizierte Aufgaben im Praxisunternehmen.

Wissensvertiefung

Durch die Anwendung der in der Theorie erlernten Prinzipien und Methoden des Projektmanagements in der Praxis und eine kritische Reflexion tatsächlicher Prozessabläufe sind die Studierenden in der Lage, Projekte in hohem Maße selbständig zu bearbeiten. Sie festigen und vertiefen damit ihr erworbenes Wis-

sen. Auf diese Weise entwickeln sie in der aktiven selbständigen Auseinandersetzung mit den Anforderungen der Praxis und deren „Praxistheorien“ und der Relationierung von Theorie und Praxis einen professionellen Habitus.

WISSEN UND VERSTEHEN

Instrumentale Kompetenz

Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ihr im Modul »Projekte planen und umsetzen I: Prinzipien und Methoden des Projektmanagements« erworbenes Wissen erklärend auf konkrete Praxis zu beziehen. Sie können theoriegeleitet problemlösungsorientierte Interventionen planen, begründen, durchführen und evaluieren.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden verstehen Projektmanagement als „multifunktionale Methode“, die es vermag, Arbeitsaufgaben mit Projektcharakter systematisch, funktionsbereichsübergreifend und bzw. oder subjektintegrierend zum Erfolg zu führen. Die Studierenden können für die Projektbewältigung selbständig notwendige Informationen aus involvierten Funktionsbereichen sammeln, bewerten und interpretieren. Sie können aus der Analyse dieser Informationen strategische und operative Entscheidungen für relevante Aufgaben in diesem Funktionsbereich vorbereiten. Sie sind in der Lage, selbständig weiterführende autodidaktische Lernprozesse zu gestalten.

Kommunikative Kompetenz

Auch nach Abschluss dieses Praxismoduls haben die Studierenden ihre Fähigkeit, sich fachlich oder informell mit Experten und Leistungsadressaten außerhalb und innerhalb des Partnerunternehmens auszutauschen weiter professionalisiert. Unterschiedliche Kommunikationsformate wie bspw. (Fach-)Vorträge, Pitching, Mitarbeiter-Vorgesetzten-Gespräche, Verhandlungen, Vorträge, Bewerbungsgespräche, Beurteilungsgespräche, Kunden- bzw. Verkaufsgespräche und deren Kommunikationserfordernisse sind ihnen geläufig und vertraut.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Kolloquium	20
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Praxismodul)	160
ARBEITSAUFWAND GESAMT	180

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Projektarbeit		12-15	Während der Praxisphase	100

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Karsten Paditz
karsten.paditz@ba-sachsen.de

Prof. Dr. Thomas Grassmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

Zusätzlich zu den Unterlagen der relevanten Theoriemodule der vorangehenden fünf Fachsemester mindestens Unterlagen des Partner-Unternehmens.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR

Vergleiche Literaturhinweise der relevanten Theoriemodule der vorangehenden fünf Fachsemester und Hinweise des Modul-Coaches, insbes. aber Unterlagen und Inhalte des Moduls »Projekte planen und umsetzen I: Prinzipien und Methoden des Projektmanagements«.

VERTIEFENDE LITERATUR

Kruse, O. (neueste Auflage), Kritisches Denken und Argumentieren. Eine Einführung für Studierende, Konstanz.

Kruse, O. (neueste Auflage), Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium, Stuttgart.

Kruse, O. (neueste Auflage), Keine Angst vor dem leeren Blatt. Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt am Main/New York.

Schütz, M./Röbken, H. (neueste Auflage), Projekt- und Abschlussarbeiten in Organisationen. Eine betriebliche Arbeit verfassen für Bachelor, Master und Praktikum, Wiesbaden.

BACHELORARBEIT: THESIS VERFASSEN, THESIS VERTEIDIGEN

Bei der Anfertigung der Bachelorarbeit und deren Verteidigung in der Studienrichtung Betriebswirtschaft zeigen die Studierenden, dass sie in der Lage sind, auf der Basis ihrer bisherigen Kenntnisse und Fertigkeiten eigenständig eine praxisrelevante Problemstellung mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Die Thesis wird während der Praxisphase erstellt. Die Studierenden weisen nach, dass sie die Ergebnisse in Form einer Präsentation unter Einhaltung eines festgesetzten Zeitumfanges darstellen und verteidigen können.

MODULCODE
3BW-BAT-60

MODULTYP
Pflichtmodul Studiengang Betriebswirtschaft

BELEGUNG GEM. STUDIENABLAUFPLAN
6. Semester

DAUER
1 Semester

CREDITS
10

VERWENDBARKEIT
Studienrichtung Handel Studienrichtung Industrie

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN FÜR DIE MODULPRÜFUNG

Thesis	nachgewiesenermaßen 120 ECTS Leistungspunkte
Verteidigung	Vorlage der Bescheinigungen über die ordnungsgemäße Durchführung der Praxisphasen der ersten vier Semester Die Thesis muss mindestens mit der Note „ausreichend“ bewertet worden sein.

EMPFOHLENE VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AM MODUL

Erfolgreiche Teilnahme an den Theorie- und Praxismodulen des Studienprogramms.

LERNINHALTE

THEMA FINDEN

Die Studierenden können für das Thema der Bachelorarbeit mit den Praxisunternehmen abgestimmte Themenvorschläge einreichen. Themen können aber auch von den Dozenten der Staatlichen Studienakademie Dresden vorgeschlagen und mit den Studierenden abgestimmt werden.

AUFGABENSTELLUNG, BEARBEITUNG, RECHERCHE

Die Aufgabenstellung bezieht sich auf:

- theoretische Fragestellungen im Bereich des Studienprogramms der absolvierten Studienrichtung,
- theoretisch-praktische Lösungsvorschläge für Problemstellungen der Partnerunternehmen,
- Mit der Bachelorarbeit weisen die Studierenden den Erwerb der Fähigkeit nach, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisrelevante Problemstellung unter Anwendung der bereits erworbenen praktischen und theoretischen Erkenntnisse und wissenschaftlicher Methoden selbstständig zu bearbeiten, kritisch zu bewerten und weiterzuentwickeln,
- Die Studierenden recherchieren selbstständig nach einschlägiger Fachliteratur und weisen die Fähigkeit der eigenständigen und kritischen Behandlung dieser Literatur nach.

VERTEIDIGUNG

Im Rahmen der Verteidigung weisen die Studierenden nach, dass sie die Ergebnisse in einer Präsentation unter Einhaltung eines zuvor festgesetzten Zeitumfanges darstellen können. Darüber hinaus werden die Fähigkeiten und Fertigkeiten nachgewiesen, sich fachgemäß und aktiv an Diskussionen zu aktuellen Themen zu beteiligen

LERNERGEBNISSE

WISSEN UND VERSTEHEN

Wissensverbreiterung

Die Studierenden stellen im Prozess der Anfertigung der Bachelorarbeit unter Beweis, fachspezifisch und fachübergreifend zu denken und adäquate Problemlösungsmethoden einzusetzen. Sie sind in der Lage, interne und externe Ressourcen zu erschließen.

Wissensvertiefung

Durch die Bearbeitung eines Projektes zu einem ausgewählten Unterstützungsprozess vertiefen die Studierenden ihr Verständnis für diese Prozesse und können sich vertiefend mit einem Prozess auseinandersetzen. Sie vertiefen ihr Verständnis zu den möglichen Schnittstellen in den Leistungsprozessen. Sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf die betriebliche Praxis zu transferieren zum Sachverhalt eine Präsentation anzufertigen und zu verteidigen.

KÖNNEN

Instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisrelevante Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und praktischer Erkenntnisse selbstständig bearbeiten, kritisch bewerten und weiterentwickeln. Sie sind in der Lage, konkrete und eigenständige Lösungen für betriebliche Problemstellungen zu finden und diese in geeigneter Art und Weise darzustellen.

Systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, systematisch an komplexen, funktionsbereichsübergreifenden, mindestens aber -verbindenden Problemstellungen zu arbeiten, ihr Vorgehen analytisch zu planen und die Ergebnisse ihrer analytischen Planung in Gestalt einer themenadäquaten Gliederung zusammenzufassen. Ihr bereits erworbenes Wissen dient als Ausgangspunkt eigener primär- und sekundärforschender, materialerschließender Aktivitäten, die dazu beitragen, ihr Wissen zusätzlich zu erweitern und schöpferische Vorschläge für die Bewältigung des bearbeiteten Problems zu entwickeln.

Kommunikative Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, ihre mit der Thesis erarbeiteten Erkenntnisse im wissenschaftlichen fundierten, aber an die Praxis adressierten Vortrag darzustellen. Auf kritische Fragen antworten sie fachlich angemessen. Sie beteiligen sich aktiv an Diskussionen zum jeweils in Frage stehenden Thema. Darüber hinaus können sie ihr methodisches Vorgehen bei der Lösung ihres fachlichen Problems erläutern und ihre Erkenntnisse fachlich-argumentativ überzeugend darlegen. Sie vertreten ihre erarbeiteten Vorschläge selbstbewusst; weder devot, noch engstirnig-verbohrt, sondern ergebnisoffen.

LEHR- UND LERNFORMEN / ARBEITSAUFWAND	
Lehr- und Lernformen	Arbeitsaufwand [h]
Präsenzveranstaltungen	
Kolloquium	9
Prüfungsleistung	1
Eigenverantwortliches Lernen	
Selbststudium (Praxismodul)	290
ARBEITSAUFWAND GESAMT	300

PRÜFUNGSLEISTUNGEN (PL)				
Art der PL	Dauer [min]	Umfang [Seiten]	Prüfungszeitraum / Bearbeitungszeitraum	Gewichtung [%]
Thesis		40-60	Während des Praxismoduls	70
Verteidigung	40-60		Semesterende	30

MODULVERANTWORTLICHE/R

Prof. Dr. Thomas Graßmann
thomas.grassmann@ba-sachsen.de

Prof. Dr. Enrico Teich
enrico.teich@ba-sachsen.de

UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch und/oder Englisch

MEDIEN / ARBEITSMATERIALIEN

In situ zu konkretisieren.

ANGEBOTSFREQUENZ

jährlich

LITERATUR

BASISLITERATUR (PRÜFUNGSRELEVANT)

Neben umfänglichen eigenen Materialrecherchen: Vergleiche Literaturhinweise der relevanten Theoriemodule der vorangehenden und des gerade abgeschlossenen Fachsemester(s) und Hinweise der Gutachter.

VERTIEFENDE LITERATUR

Kruse, O. (neueste Auflage), Kritisches Denken und Argumentieren. Eine Einführung für Studierende, Konstanz.

Kruse, O. (neueste Auflage), Lesen und Schreiben. Der richtige Umgang mit Texten im Studium, Stuttgart.

Kruse, O. (neueste Auflage), Keine Angst vor dem leeren Blatt. Ohne Schreibblockaden durchs Studium, Frankfurt am Main/New York.

Schütz, M./Röbken, H. (neueste Auflage), Projekt- und Abschlussarbeiten in Organisationen. Eine betriebliche Arbeit verfassen für Bachelor, Master und Praktikum, Wiesbaden.