

KONSEKUTIVER MASTERSTUDIENGANG WIRTSCHAFTSINGENIEURWESEN

MASTER ENGINEERING AND MANAGEMENT (M. Eng.)

– STUDIENPLAN –

Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen
Konsekutiver Master Wirtschaftsingenieurwesen
Master Engineering and Management (M. Eng.)



Hochschule München / Munich University of Applied Sciences
Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen
Lothstraße 64
80335 München
www.wi.hm.edu/master

Studiengangsleiter: Prof. Dr. Hans Sachenbacher

Stand: Wintersemester 2018/19

INHALTSVERZEICHNIS

1. Studienverlauf	5
2. Pflichtmodule	6
2.1 Technische Module	6
Automatisierungstechnologie	7
Digitale Fabrikplanung.....	9
Neue Technologien I (Komponenten: Energieeffizienz in KMU& Informationstechnologie).....	11
Neue Technologien II (Komponenten: Nanotechnologie & Gentechnologie)	14
2.2 Betriebswirtschaftliche Module.....	16
Betriebliche Steuerlehre	17
Controlling.....	19
Produktmanagement und technischer Vertrieb.....	21
VWL und Wirtschaftspolitik	23
2.3 Integrative Module	25
Information Engineering.....	26
Innovationsmanagement	29
Personalführung und Unternehmensorganisationsrecht.....	31
Supply Chain Management und Einkauf.....	34
3. Wahlpflichtmodule.....	37
Arbeitswirtschaft und Industrial Engineering.....	39
Business Analytics.....	41
English 3 plus.....	43
Entrepreneurship	45
Entscheidungsverhalten.....	47
Intercultural Management and Leadership.....	49
International marketing	51
International project with a partner university abroad	53
Klassisches und agiles Projektmanagement.....	55

Lean Management & Lean Administration	57
Management across Borders and Cultures.....	59
Managing Change.....	61
Nachhaltiges Wirtschaften.....	63
Persönlichkeitsmuster im betrieblichen Kontext	65
Praxis des strategischen Managements	67
Rating und Unternehmensbewertung.....	69
Risikomanagement.....	71
Softskills I (Businessetikette, Umgang mit Konflikten, Recruiting).....	73
Softskills II (Grundlagen der Kommunikation, Grundlagen der Mediation, Grundlagen der Nachhaltigkeit)	76
Strategic Planning for Engineers	78
Strategic Marketing by Online simulation Exercise.....	80
Sustainability in SCM (supply chain Management).....	82
Technical Harmonisation in Europe and International Trade Law.....	84
Virtual Prototyping	86
5. Masterarbeit.....	88
6. Legende zu den Modulbeschreibungen	88
7. Auslandsprogramme.....	89
7.1 Voraussetzungen für die Teilnahme an Auslandsprogrammen.....	89
7.2 Austauschprogramme Erasmus und Welt	89
7.3 Programm Euromaster mit der Plymouth University.....	89
7.4 Programm Master in Management mit der Grenoble École de Management.....	90
7.5. Doppelmasterprogramm Master Interculturel Affaires Internationales (MIC-AI) mit der Université de Haute Alsace, Mulhouse	90

1. STUDIENVERLAUF

Studienverlauf

Pflichtmodule	SWS	ECTS	SEM
Digitale Fabrikplanung	4	4	1
Neue Technologien 1	3	4	1
Produktmanagement und Technischer Vertrieb	4	5	1
Controlling	4	5	1
VWL und Wirtschaftspolitik	3	4	1
Information Engineering	4	5	1
Neue Technologien 2	4	5	2
Betriebliche Steuerlehre	4	4	2
Personalführung	5	5	2
Innovationsmanagement	3	4	2
Automatisierungstechnologie	4	4	2
Supply Chain Management und Einkauf	7	7	2
Unternehmensorganisationsrecht	2	2	3
Summe	51	58	

Zusätzlich zu den Pflichtmodulen sind aus dem Katalog der Wahlpflichtmodule drei Wahlpflichtmodule mit je 4 ECTS-Punkten zu wählen. Grundsätzlich ist es möglich, Wahlmodule und -fächer auch aus dem Angebot der Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen oder anderen Fakultäten der Hochschule München zu wählen. Über deren Anrechnung als Wahlpflichtmodul wird durch den Vorsitzenden der Prüfungskommission entschieden.

Es ist nicht zulässig, ein Modul als Wahlpflichtmodul zu wählen, das in gleicher oder ähnlicher Form im Abschlusszeugnis eines vorangegangenen Studiums ausgewiesen ist.

Die Erstellung der Masterarbeit (20 ECTS) ist in der Studien- und Prüfungsordnung geregelt. Weitere Informationen zum Ablauf der Masterarbeit sind einem entsprechenden Merkblatt zu entnehmen (www.wi.hm.edu/master → Informationen für Studierende → Masterarbeit).

2. PFLICHTMODULE

Die Pflichtmodule werden drei Kategorien zugeordnet:

- Technische Module
- Betriebswirtschaftliche Module
- Integrative Module

Die Zuordnung zu diesen Kategorien dient der fachlichen Strukturierung des Studienangebots, hat aber keine unmittelbare Bedeutung für den Studienablauf.

2.1 TECHNISCHE MODULE

Der Kategorie *Technische Module* sind die Module

- Automatisierungstechnologie
- Digitale Fabrikplanung
- Neue Technologien 1
bestehend aus:
 - Energieeffizienz
 - Informationstechnologie
- Neue Technologien 2
bestehend aus:
 - Gentechnologie
 - Nanotechnologie

zugeordnet. Die Module werden nachfolgend näher beschrieben.

Modulbezeichnung:	AUTOMATISIERUNGSTECHNOLOGIE
Stundenplankürzel:	Autom
Semester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Johann Glas
Dozent(in):	Prof. Dr. Johann Glas, Prof. Dr. Bernhard Kurz Lehrbeauftragte
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Laborübungen, Exkursion 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 90 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele:	Die Studierenden sind nach dem Modulbesuch in der Lage <ul style="list-style-type: none"> ▪ geeignete Automatisierungskomponenten und -strategien für technische und nichttechnische Systeme auszuwählen und anzuwenden ▪ Automatisierungsmethoden hinsichtlich verschiedener Zielgrößen wie Ökonomie, Qualität und Stabilität oder Sicherheit zu analysieren und zu optimieren ▪ Automatisierungsprojekte technisch wie ökonomisch zu strukturieren und abzuwickeln (Projektmanagement) ▪ Potentiale und Probleme moderner Prozessleittechnik zu beurteilen und geeignete Lösungen zu synthetisieren

<p>Modulinhalte:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitale Signalverarbeitung, Zeit-/Frequenztransformation, Datenkompression, Mustererkennung, Rechnertechnologien ▪ Systemtechnik: Regelungstechnik, Fuzzy- und Neurosysteme, Warteschlangen ▪ Zuverlässigkeit, Sicherheit, Redundanzkonzepte ▪ Projektierung und Wirtschaftlichkeit von Automatisierungslösungen ▪ Automatisierungskomponenten: Sensor- und Aktorlösungen, Einsatzkriterien, Leistungsmerkmale ▪ Schnittstellen, Kommunikationstechnik, Netztopologien ▪ Leittechnik: Bedienen und Beobachten, Visualisierung und Graphical-User-Interface, Mensch-Maschine-Schnittstelle ▪ Fernwirktechnik, Telemaintenance, Netzwerksicherheit
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 120 Minuten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>BECKER, N. 2014. Automatisierungstechnik. 2. Aufl., Vogel Buchverlag Würzburg 2014. ISBN: 978-3834330178.</p> <p>HEINRICH, B., [Hrsg.]. 2009. Kaspers/Küfner Messen — Steuern — Regeln. 8. Aufl., Springer Vieweg Verlag Wiesbaden 2009. ISBN: 978-3834800060.</p> <p>HERING, E., [Hrsg.]. 2013. Taschenbuch für Wirtschaftsingenieure, 3. Aufl., Hanser Verlag München 2013. ISBN 978-3446432529.</p> <p>LANGMANN, R. 2010. Taschenbuch der Automatisierung, 2. Aufl., Carl Hanser Verlag München 2010. ISBN 3-446217932.</p> <p>BINDEL, T. 2013. Projektierung von Automatisierungsanlagen. 2. Aufl., Springer Vieweg Verlag Wiesbaden 2013. ISBN: 978-3834813329</p> <p>BAUERNHANSL, T. 2014. Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. 1. Aufl., Springer Vieweg Verlag Wiesbaden 2014. ISBN: 978-3658046811</p> <p>MÜLLER, W. 2008. Prozessleittechnik illustriert. 1.Aufl., Books-on-demand Berlin 2008. ISBN: 978-3837014150</p>

Modulbezeichnung:	DIGITALE FABRIKPLANUNG
Stundenplankürzel:	DigFabr
Semester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr.-Ing. Jürgen Spitznagel
Dozent(in):	Prof. Dr.-Ing. Jürgen Spitznagel Lehrbeauftragte
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit: 90 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	keine
Lernziele/Kompetenzen:	Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Grundlagen der Digitalen Fabrikplanung zu erläutern ▪ den wirtschaftlich sinnvollen Einsatz von Simulationssystemen in allen Bereichen der Fabrikplanung einzuschätzen und zu erklären ▪ Werkzeuge zur Ablaufsimulation anzuwenden ▪ Ergebnisse der Ablaufsimulation sachgerecht zu interpretieren und zu bewerten ▪ Auf die Ablaufsimulation in der Fabrikplanung beziehend werden im Modul Automatisierungstechnologie im nachfolgenden Semester Abläufe innerhalb der einzelnen Arbeitsstationen vorgestellt.

<p>Modulinhalte:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Theoretische Entwicklung des Simulationsmodells ▪ Aufbereitung der benötigten Datenbasis ▪ Anwendungsbeispiele von Simulationen ▪ Modellierung und Durchführung von Simulationsexperimenten ▪ Verifizierung der Modellergebnisse ▪ Digitale Fabrikplanung
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit, 15 Seiten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>FELDMANN, Klaus und REINHART, Gunther, 2014: <i>Simulationsbasierte Planungssysteme für Organisation und Produktion: Modellaufbau, Simulationsexperimente, Einsatzbeispiele</i>. Berlin: Springer Verlag. ISBN: 978-3662425886</p> <p>KÜHN, Wolfgang, 2006: <i>Digitale Fabrik – Fabriksimulation für Produktionsplaner</i>, 7. Auflage. München: Hanser Verlag. ISBN: 978-3446406193</p> <p>KUHN, Axel, 1998: <i>Simulation in Produktion und Logistik: Fallbeispielsammlung</i>. Berlin: Springer Verlag. ISBN: 978-3540638544</p>

Modulbezeichnung:	NEUE TECHNOLOGIEN I (KOMponenten: ENERGIEEFFIZIENZ IN KMU & INFORMATIONSTECHNOLOGIE)
Stundenplankürzel:	NT 1
Semester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Mauerer, (Energieeffizienz in KMU) Prof. Dr. Jörg Puchan (Informationstechnologie)
Dozent(in):	Prof. Dr. Markus Mauerer, Dozenten (Energieeffizienz in KMU) Prof. Dr. Jörg Puchan (Informationstechnologie)
Sprache:	Deutsch/Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Laborübungen, Exkursion, Praktikum; Team-/Projektarbeit, Präsentation 3 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 45 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 75 Std.
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele:	Nach dem Besuch des Teilmoduls Energieeffizienz in KMU sind die Studierenden in der Lage, Energy-Contracting Potenziale und Investitionen in energetische Verbesserungsmaßnahmen quantitativ zu bewerten. Sie kennen die typischen Wirkungsgrade ausgewählter technischer Komponenten, Einrichtungen und Werkzeuge, welche spartenübergreifend in kleinen und mittleren Unternehmen zum Einsatz kommen, und können deren Auslegung quantitativ abschätzen. Nach dem Besuch des Teilmoduls Informationstechnologie können die Studierenden zu einem ausgewählten, aktuellen Themenbereich der angewandten Informatik einen fundierten fachlichen Überblick mit

	<p>Erläuterungen geben. Sie können aktuelle Trends und Entwicklungen innovativer Informationstechnologien einordnen und erläutern und praktische Einsatzmöglichkeiten innovativer Informationstechnologien fachlich und aus Managementperspektive bewerten. Darauf aufbauend sind sie in der Lage, Einsatzszenarien, Konzepte oder Prototypen zur Anwendung der Technologien zu bewerten und zu entwickeln. Die Studierenden können ihre Arbeitsergebnisse schlüssig darstellen und anschaulich vermitteln.</p>
<p>Modulinhalte:</p>	<p><u>Energieeffizienz in KMU</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Energy Contracting ▪ Transformatoren und Blindleistungskompensation ▪ Elektrische Antriebe ▪ Druckluft ▪ Kraft-Wärme-Kopplung ▪ Beleuchtung ▪ Elektromobilität ▪ Wärmebedarf von Gebäuden <p><u>Informationstechnologie</u></p> <p>Aktuelle Technologiethemata der Informatik; Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzepte und Anwendungen des Cloud Computing ▪ Future Internet. Das Internet der Dinge ▪ Innovative Endgeräte (z.B. Touchpads) ▪ Nachhaltigkeit in der IT ▪ Industrie 4.0
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Energieeffizienz : Schriftliche Prüfung, 90 Minuten Informationstechnologie: Projektarbeit</p> <p>Gewichtung 50:50</p>
<p>Literatur:</p>	<p>RUDOLPH, M., WAGNER, U., 2008. Energieanwendungstechnik, Berlin: Springer Verlag , ISBN 978-3-540-79021-1</p> <p>PEHNT, M., 2010. 1.Auflage. Energieeffizienz - Ein Lehr- und Handbuch, Berlin: Springer Verlag, e-ISBN 978-3-642-14251-2</p> <p>GEILHAUSEN, M., BRÄNZEL, J., ENGELMANN, D., SCHULZE, O., 2015. Energiemanagement für Fachkräfte, Beauftragte und Manager, Wiesbaden: Springer Vieweg Verlag. ISBN: ISBN 978-3-658-02834-3 (eBook)</p> <p>MÜLLER, E., ENGELMANN, J., LÖFFLER, Th. und JÖRG, S., 2009. 1.Auflage. Energieeffiziente Fabriken planen und betreiben, Berlin: Springer Verlag, e-ISBN 978-3-540-89644-9</p> <p>WOSNITZA, F., HILGERS, H. G., 2012. Energieeffizienz und Energiemanagement - Ein Überblick heutiger Möglichkeiten und Notwendigkeiten, Wiesbaden: Vieweg+Teubner Verlag Springer Fachmedien, ISBN 978-3-8348-8671-2 (eBook)</p> <p>NANRY, John, NARAYANAN, Subu und RASSEY, Louis, 2015. Digitizing the value chain. In: McKinsey Quarterly. 01.03.2015 [Zugriff am 12.03.2015]. Verfügbar unter: http://www.mckinsey.com/insights/manufacturing/digitizing_the_value_chain</p>

BUGHIN, Jacques, CHUI, Michael and MANYIKA, James, 2013. Ten IT-enabled business trends for the decade ahead. In: McKinsey Quarterly. 01.05.2013 [Zugriff am 12.03.2015]. Verfügbar unter:
http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/ten_it-enabled_business_trends_for_the_decade_ahead
Die Literaturangaben sind Beispiele; weitere Literatur in Abhängigkeit vom jeweiligen Technologiethema.

Modulbezeichnung:	NEUE TECHNOLOGIEN II (KOMponenten: NANOTECHNOLOGIE & GENTECHNOLOGIE)
Stundenplankürzel:	NT 2
Semester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Mattias Rebhan (Nanotechnologie) Prof. Dr. Karlheinz Trebesius (Gentechnologie)
Dozent(in):	Prof. Dr. Mattias Rebhan (Nanotechnologie) Prof. Dr. Karlheinz Trebesius (Gentechnologie)
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Laborübungen, Exkursion, Praktikum 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 90 Stunden
Kreditpunkte:	5 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele:	Nach dem Besuch der Lehrveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage einen Überblick über die derzeitigen Tendenzen und Entwicklungen in den Life Sciences- und der Nanotechnologie darzustellen und deren Bedeutung für Gesellschaft und Industrie einzuschätzen. Sie können die physikalisch/biochemische Grundlagen sowie zukünftige Anwendungen von Verfahren und Produkten beschreiben, die den Bereichen Nanotechnologie oder Life Sciences zugeordnet sind. Die Studierenden lernen Potentiale (und auch mögliche Risiken) von Produkten aus diesen beiden Anwendungsfeldern kennen und

	können das Gefahrenpotenzial beurteilen.
Modulinhalte:	<p><u>Nanotechnologie</u></p> <p>Definition und Abgrenzung von Nanotechnologie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nanotechnik und Nanotechnologien (Verfahren & Prozesse) ▪ Analysemethoden in der Nanotechnik ▪ Nanotechnologie in der Halbleiterproduktion ▪ Nano-Photonik ▪ Neue Nano-Materialien ▪ Von der F&E bis zur Produktion ▪ Chancen & Risiken von Nanoprodukten <p><u>Applied Life Sciences</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition und Marktdaten ▪ Grundlagen: Biomoleküle, Zellen und ausgewählte Methoden ▪ Einsatzmöglichkeiten der Gentechnik im Bereich der Life Sciences ▪ Andere Anwendungen aus dem Feld der Life Sciences z.B. aus den Bereichen Bionik und Bioökonomie ▪ Chancen & Risiken gentechnischer und anderer Methoden
Studien- / Prüfungsleistungen:	Projektarbeit
Literatur:	<p>MEIER Christian, 2015. <i>Nano, Wie winzige Technik unser Leben verändert.</i> 2. Auflage. Darmstadt: Konrad Theiss Verlag.</p> <p>BUSHAN, Bharat (Hrsg.), 2010. <i>Springer Handbook of Nanotechnology.</i> Berlin: Springer.</p> <p>Spektrum der Wissenschaft Spezial, 21.2.21012. <i>Einblicke in die Nanowelt.</i></p> <p>RENNEBERG, Reinhard, 2012. <i>Biotechnologie für Einsteiger</i>, 4. Auflage. München: Spektrum Akademischer Verlag</p> <p>aktuelle Veröffentlichungen & Papers finden sich auf der moodle-Seite der Vorlesung</p>

2.2 BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE MODULE

Der Kategorie *Betriebswirtschaftliche Module* sind die Module

- Betriebliche Steuerlehre
- Controlling
- Produktmanagement und Technischer Vertrieb
- VWL und Wirtschaftspolitik

zugeordnet. Die Module werden nachfolgend näher beschrieben.

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	BETRIEBLICHE STEUERLEHRE Steuer
Semester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. rer. pol. Gottfried Rühlemann
Dozent(in):	Prof. Dr. rer. pol. Gottfried Rühlemann
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen die notwendigen Grundlagen der allen Steuerarten vor die Klammer gestellten Abgabenordnung von den allgemeinen steuerlichen Begriffsdefinitionen bis hin zu den Grundzügen des Steuerstrafrechts ▪ kennen die notwendigen Grundlagen folgender spezieller Steuerarten: Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und Umsatzsteuer sowie des internationalen Steuerrechts ▪ besitzen die Fähigkeit, den Einfluss der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen von der Wahl der Rechtsreform und des Standorts bis hin zur Steuerplanung und Steuerpolitik darzustellen ▪ Die Studierenden kennen die Anknüpfungspunkte steuerlicher Sachverhalte zu den relevanten Schnittstellen des BGB, des Insolvenzrechts und des Strafrechts.

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abgabenordnung ▪ Einkommensteuer ▪ Körperschaftsteuer ▪ Gewerbesteuer ▪ Umsatzsteuer ▪ Internationales Steuerrecht ▪ Insolvenzrecht ▪ steuerlich relevante Teile des BGB und des Strafrechts
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Seminararbeit schriftlich (15 Seiten) und mündlich (Präsentation)</p>
<p>Literatur:</p>	<p><i>WICHTIGE STEUERGESetze</i>, 2016, 65. Auflage, Herne, NWB-Verlag, ISBN 978-3-482-60457-7 BORNHOFEN Manfred und BORNHOFEN Martin, 2015, <i>Steuerlehre Band 1</i>, 36. überarbeitete Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler-Verlag, ISBN 978-3-658-07407-4 KORTS Sebastian, 2016, <i>Grundzüge im internationalen Steuerrecht</i>, 2. vollständig überarbeitete Auflage., Stuttgart, Boorberg-Verlag, ISBN 978-3-415-05551-3 JOECKS Wolfgang, JÄGER Markus und RANDT Carsten, 2015, <i>Steuerstrafrecht</i>, 8. Völlig überarbeitete Auflage, München, Beck-Verlag, ISBN 978-3-406-65094-9 KRAFT Cornelia und KRAFT Gerhard, 2014, <i>Grundlagen der Unternehmensbesteuerung</i>, 4. Vollständig überarbeitete Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler-Verlag, ISBN 978-3-658-03255-5 KRAMER Ralph und PETER Frank, 2012, <i>Insolvenzrecht</i>, 2. Auflage, Wiesbaden, Springer Gabler-Verlag, ISBN 978-3-834-91816-1</p>

Modulbezeichnung:	CONTROLLING
Stundenplankürzel:	Cont.
Semester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Krahe
Dozent(in):	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Englbrecht
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Arbeiten mit Standardsoftware 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 90 Stunden
Kreditpunkte:	5 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ können den Zusammenhang zwischen Unternehmensführung, Controlling, Kostenrechnung und Buchhaltung beschreiben ▪ können die Rolle des Controllers im Rahmen von Planung und Kontrolle beschreiben ▪ können den Begriff und Aufgaben des strategischen und operativen Controllings beschreiben ▪ kennen die Instrumente zur Lösung von Aufgaben des Controllings und können diese anwenden

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prozess des strategischen Controllings: Strategische Analyse, strategische Wahl, strategische Kontrolle ▪ Instrumente des strategischen Controlling: Traditionelle Kennzahlensysteme, Balanced Scorecard, wertorientierte Unternehmensführung u.a. ▪ Prozess des operativen Controllings: Budgetierung, Forecasting, operative Kontrolle, Abweichungsanalyse u. a. ▪ Umsetzen des operativen Controllings mit der Standardsoftware Corporate Planner ▪ Instrumente des operativen Controllings: Target Costing, Lebenszyklusrechnungen, Zero Base Budgeting, Gemeinkostenanalyse u.a.
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 120 Minuten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>HORVATH, Peter, Ronald GLEICH und Mischa SEITER, 2015. <i>Controlling</i>. 13. Auflage. München: Vahlen Verlag. ISBN 978-3800649549</p> <p>FISCHER, Thomas, Klaus MÖLLER und Wolfgang SCHULTZE, 2015. <i>Controlling</i>. 2. Auflage. Stuttgart: Verlag Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3791033907</p> <p>JOOS-SACHSE, Thomas, 2006: <i>Controlling, Kostenrechnung und Kostenmanagement</i>. 4. Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag. ISBN 978-3834903112</p>

Modulbezeichnung:	PRODUKTMANAGEMENT UND TECHNISCHER VERTRIEB
Stundenplankürzel:	TPM Sales
Semester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Mathias Gabrysch
Dozent(in):	Prof. Dr. Gabrysch Lehrbeauftragte
Sprache:	Deutsch/Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen , Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Übungen 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, Projektarbeit: 90 Stunden
Kreditpunkte:	5 ECTS
Voraussetzungen:	Grundlagen Marketing
Lernziele/Kompetenzen:	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> ▪ die organisatorische Eingliederung, die Hauptaufgaben und die Herausforderungen des Produktmanagements/ Vertriebes zu verstehen. ▪ wichtigsten Prozesse des Produktmanagements/ Vertriebs zu verstehen ▪ die Rolle und Aufgaben des Produktmanagements im integrierten Produkt Lebenszyklus zu definieren ▪ Methoden des Produktmanagements zu erklären ▪ das Zusammenspiel von Produktmanagement, Vertrieb , Forschung und Entwicklung und Kunden zu bewerten ▪ Vor- und Nachteile unterschiedlichen Vertriebsarten und –

	<ul style="list-style-type: none"> Kanäle zu bewerten ▪ die komplexe Interaktion zwischen Vertrieb und Kunden mit Hilfe von Verhandlungstechniken zu verstehen ▪ die erworbenen Kenntnisse in Fallstudien bzw. Projektarbeiten anzuwenden
<p>Inhalt:</p>	<p>Das Ziel des Kurses ist, Studenten einen Einblick zu vermitteln in die Aufgaben, Anforderungen, Prozesse, Methoden und organisatorischen Aufbau des Produktmanagements in international agierenden Firmen.</p> <p>Im zweiten Teil des Kurses liegt der Fokus auf Prozesse, Methoden und Herausforderungen beim Vertrieb von technisch anspruchsvollen Produkten in internationalen Märkten.</p> <p>Im speziellen werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des Produktmanagements: <ul style="list-style-type: none"> ○ Einführung ins Produktmanagement ○ Das Produkt ○ Der Produktmanager ○ Der Markt ○ Die Aufgaben des Produktmanagers ▪ Grundlagen des Vertriebs: <ul style="list-style-type: none"> ○ Einführung - Internationaler Vertrieb ○ Abgrenzung – Vertrieb, Marketing und Produktmanagement ○ Hauptaufgaben des Vertriebs ○ Erfolgsfaktoren des Vertriebs ○ Vertriebs von technisch komplexen Gütern
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit, 15 Seiten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Hofbauer, G. und C. Hellwig, 2016. <i>Professionelles Vertriebsmanagement: Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht</i>. Publicis Publishing. ISBN-13: 978-3895784378</p> <p>Hofbauer, G. und A. Sangl, 2011. <i>Professionelles Produktmanagement: Der prozessorientierte Ansatz, Rahmenbedingungen und Strategien</i>. Publicis Publishing. ISBN-13: 978-3895783760.</p> <p>Renner, W, 2006. <i>Marktorientiertes Produktmanagement</i>. Weinheim: Wiley-Verlag GmbH. ISBN: 3527502211</p> <p>Aumayr, K., 2014. <i>Erfolgreiches Produktmanagement: Tool-Box für das professionelle Produktmanagement und Produktmarketing</i>. Springer Gabler. ISBN-13: 978-3658019525</p>

Modulbezeichnung:	VWL UND WIRTSCHAFTSPOLITIK
Stundenplankürzel:	WiPo
Semester:	1. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Elke Wolf
Dozent(in):	Prof. Dr. Elke Wolf
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Aktivierung des Vorwissens, Brainstorming, Diskussion, Dozentenvortrag, E-Learning Material, Gruppenarbeit, Übung, 3 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 45 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, Projektarbeit: 75 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ erkennen Situationen, in denen die Stabilität des Wirtschaftssystems gefährdet ist. ▪ benutzen ökonomische Modelle zur Beschreibung aktueller wirtschaftspolitischer Entwicklungen ▪ vergleichen Implikationen aus ökonomischen Modellen mit empirischen Beobachtungen ▪ nutzen den ökonomischen Ansatz zur Erklärung unternehmerischer und politischer Entscheidungen. ▪ Bewerten wirtschaftspolitische Maßnahmen hinsichtlich ökonomischer Zielkriterien

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Voraussetzungen eines funktionierenden Wirtschaftssystems ▪ Instrumente zur Sicherung eines stabilen Wirtschaftssystems ▪ Regulierung zur Stabilisierung des Banken- und Finanzsystems ▪ Finanzpolitik: Effekte von Staatsausgaben auf Konjunktur und Staatsverschuldung ▪ Geldpolitik: Ziele und Maßnahmen der EZB.
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 90 Minuten; Projektarbeit, 4 Seiten; Gewichtung: 60:40</p>
<p>Literatur:</p>	<p>BOFINGER, Peter, 2015. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Eine Einführung in die Wissenschaft von Märkten</i>. Pearson Studium. ISBN 978-3868942293.</p> <p>GÖRGENS, Egon, Karlheinz RUCKRIEGEL und Franz SEITZ, 2013. <i>Europäische Geldpolitik</i>. UTB Verlag. ISBN 382528553.</p> <p>MANKIW, Gregory und Mark P. TAYLOR, 2016. <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>. 5. Auflage. Schäffer Poeschel Verlag. ISBN 978-3-7910-3519-2.</p>

2.3 INTEGRATIVE MODULE

Vorlesungen, die der Kategorie *Integrative Module* zugerechnet werden, enthalten interdisziplinäre Elemente und erfordern Vorwissen (betriebswirtschaftlich-technisches Grundverständnis) aus unterschiedlichen Basisvorlesungen, die nicht explizit spezifiziert bzw. aufgelistet werden.

Der Kategorie *Integrative Module* sind die Module

- Information Engineering
- Innovationsmanagement
- Personalführung und Unternehmensorganisationsrecht
- Supply Chain Management und Einkauf

zugeordnet. Die Module werden nachfolgend näher beschrieben.

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	INFORMATION ENGINEERING Info Eng
Semester:	4. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jörg Puchan
Dozent(in):	Prof. Dr. Jörg Puchan
Sprache:	Deutsch / Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Case Studies, Gruppenarbeit, Projektarbeit 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, Projektarbeit: 90 Stunden
Kreditpunkte:	5 ECTS
Voraussetzungen:	Module entsprechend dem Bachelorstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen (spez. Grundlagen der Informatik, Informationssysteme, BWL) sowie Teilnahme Master Vorlesung Neue Technologien I
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennen aktuelle Trends und Entwicklungen im IT-Management und können die unternehmensbezogenen Auswirkungen beurteilen ▪ Können Potenziale und Geschäftsmodelle der IT- und Internetökonomie bewerten und Maßnahmen zur Ausnutzung ableiten ▪ Können Methoden und Modelle zum Business-IT-Alignment und zur IT-Strategieentwicklung fallspezifisch auswählen und damit Strategien entwerfen. ▪ Können Methoden und Best Practices des IT-Managements und der IT-Governance wählen und beurteilen ▪ Hinsichtlich der o.g. Methoden kennen die Studierenden

	Möglichkeiten und Techniken, diese auf die betrieblichen Bedürfnisse anzupassen (z.B. Tailoring)
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trends und aktuelle Entwicklungen in der IT und im IT-Management ▪ Digital Thinking: Neue Unternehmenskonzepte, IT- und internetbasierte Geschäftsmodelle; interaktive Wertschöpfung ▪ Business IT-Alignment: Methoden zum Business-IT-Alignment und zur Entwicklung von IT-Strategien ▪ IT-Management, IT-Governance, IT-Architektur: Methoden und Best Practices (z.B. COBIT, ITIL, BMM, EAM)
Studien-/Prüfungsleistungen:	Schriftliche Prüfung, 90 Minuten
Literatur:	<p>HEINRICH, Lutz J., STELZER, Dirk und RIEDL, René, 2014: <i>Informationsmanagement: Grundlagen, Aufgaben, Methoden</i>. 11. Auflage. München: de Gruyter Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-11-034664-0</p> <p>RESCH, Olaf, 2013: <i>Einführung in das IT-Management: Grundlagen, Umsetzung, Best Practice</i>. 3., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. 978-3-50-314406-8</p> <p>REICHWALD, Ralf und PILLER, Frank, 2009. <i>Interaktive Wertschöpfung: Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung</i>. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 978-3-8349-0972-5</p> <p>NANRY, John, NARAYANAN, Subu und RASSEY, Louis, 2015. Digitizing the value chain. In: McKinsey Quarterly. 01.03.2015 [Zugriff am 12.03.2015]. Verfügbar unter: http://www.mckinsey.com/insights/manufacturing/digitizing_the_value_chain</p> <p>BUGHIN, Jacques, CHUI, Michael and MANYIKA, James, 2013. Ten IT-enabled business trends for the decade ahead. In: McKinsey Quarterly. 01.05.2013 [Zugriff am 12.03.2015]. Verfügbar unter: http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/ten_it-enabled_business_trends_for_the_decade_ahead</p> <p>CHUI, Michael and MANYIKA, James, 2015: Competition at the digital edge: „Hyperscale“ business. In: McKinsey Quarterly. 01.03.2015 [Zugriff am 12.03.2015]. Verfügbar unter: http://www.mckinsey.com/insights/high_tech_telecoms_internet/competition_at_the_digital_edge_hyperscale_businesses</p> <p>BUGHIN, Jacques, 2012: Wiring the open-source enterprise. In: McKinsey Quarterly. 01.01.2012 [Zugriff am 12.03.2015].</p>

Verfügbar unter:

http://www.mckinsey.com/insights/innovation/wiring_the_open-source_enterprise

Weitere aktuelle Studien zum IT-Management werden in der Vorlesung bekannt gegeben

Modulbezeichnung:	INNOVATIONSMANAGEMENT
Stundenplankürzel:	Innov.Mgt
Semester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Mathias Gabrysch
Dozent(in):	Prof. Dr. Mathias Gabrysch
Sprache:	Deutsch / Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: ca. 30 Seminaristischer Unterricht, Fallstudien 3 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 45 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, Projektarbeit: 75 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Rolle von Innovationen für Firmen, Wirtschaftsregionen und Volkswirtschaften zu verstehen ▪ die Notwendigkeit eines effizienten Innovationsmanagements zu erkennen ▪ die Erfolgsfaktoren eines innovativen Unternehmens zu benennen ▪ die Herausforderungen des Innovationsmanagement im Firmenalltag zu erklären ▪ die wichtigsten Methoden und Modelle des Innovationsmanagements in Fallstudien oder Projektarbeiten anzuwenden

<p>Inhalt:</p>	<p>Innovationen sind eine der wichtigsten Wachstumsquellen für Firmen ganz gleich in welcher Branche in industrialisierten Ländern. In dem Kurs „Innovationsmanagement“ werden wir gemeinsam untersuchen, warum einige Firmen innovativer sind als andere. Was muss eine Firma tun, um „innovativ“ zu sein? Oder anders ausgedrückt: Kann man Innovation überhaupt lernen oder handelt es sich dabei um Geistesblitze einiger wenige?</p> <p>Wir werden dabei einen Mix von verschiedenen Unterrichtsmethoden anwenden mit vielen Beispielen aus Theorie und Praxis. Im Einzelnen handelt es sich dabei um folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Rolle von Innovationen • Auslöser von Innovationen • Dienstleistungsinnovationen • Innovationsstrategie • Ideen- und Kreativitätsmanagement • Priorisierung und Portfolio Management • Auswirkungen von Organisation und Personalführung auf das Innovationsmanagement
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 90 Minuten;</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Tidd, J und J. Bessant, 2013. <i>Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change</i>. John Wiley & Sons. ISBN 978-1118360637.</p> <p>Goffin K. and R. Mitchell, 2010. <i>Innovation Management: Strategy and Implementation Using the Pentathlon Framework</i>. Palgrave. ISBN-13: 978-0230205826.</p> <p>Vahs D. und A. Brem, 2013. <i>Innovationsmanagement: Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung</i>. Schäffer-Poeschel. ISBN-13: 978-3791028576.</p> <p>Gassmann O. und P. Sutter, 2013. <i>Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg</i>. Hanser. ISBN-13: 978-3446434516</p> <p>Artikel und Fallstudien aus Zeitschriften wie z.B. „Harvard Business Review“.</p>

Modulbezeichnung:	PERSONALFÜHRUNG UND UNTERNEHMENSORGANISATIONSRECHT LEADERSHIP AND LAW IN ORGANIZATIONS
Stundenplankürzel:	
Semester:	2./3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. phil. Renate Osterchrist
Dozent(in):	Prof. Dr. phil Renate Osterchrist, Prof. Dr. Thomas Wilrich External lecturers
Sprache:	German and English
Zuordnung zum Curriculum:	Consecutive Master, consists of submodules leadership and law in organizations
Lehrform/SWS:	Group size: ca. 30 interactive lecture, project work, cases, intensive case discussions, role plays, group work <i>submodule leadership</i> weekly class, 5 hours <i>submodule law in organizations</i> biweekly class 2 hours
Arbeitsaufwand:	Time in lectures: 75 hours self-study, pre-/postwork (e.g. reading articles, preparing a case), preparing project work, preparing for exams: 105 hours
Kreditpunkte:	<i>Submodule leadership</i> : 5 ECTS <i>Submodule law in organizations</i> : 2 ECTS
Voraussetzungen:	Leadership : Bachelor knowledge on team effectiveness, motivation, leadership styles, HR function, Change Management, selecting and developing employees, performance management builds the foundation of this class. Law in organizations: Basic knowledge on business law recommended, but not obligatory

<p>Lernziele/Kompetenzen:</p>	<p>Leadership Students are prepared for their first leadership role</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Have an understanding of the tasks a leader has in guiding a team ▪ Understand the challenges of evaluating employees fairly and how to develop employees ▪ Understand the success factors of making change happen and how to master this as a leader ▪ Can reflect on the role as a leader ▪ Can apply structured problemsolving as a method and develop recommendations for senior managers <p>Law in organizations: Students</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realize the legal requirements of compliant organizations ▪ Learn the basics who is <i>responsible</i> in organizations and how responsibilities are <i>delegated</i> <ul style="list-style-type: none"> • Practice the adequate use of legal instruments for proper business behavior and a compliant organization
<p>Inhalt:</p>	<p>Leadership</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Upward Management: 6 steps in structured problemsolving, developing recommendations for senior management ▪ Transition into a first leadership role: specific challenges during the transition are discussed using real life case studies ▪ How to lead teams and individuals, e.g. communication, employee performance, leading teams, conflict management ▪ How to make change happen ▪ Reflect personal leadership style, reflect personal concept of „career“ and “power” <p>Law in organizations</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsibilities of and in companies due to laws, contracts, directions/orders and informal organization (“normative power of the factual”) – demonstrated for Health, Safety, Environment (HSE) ▪ Company Organization – board of directors, general manager, powers (letter of attorney), work instructions, job description , compliance guidelines ▪ Delegating responsibilities – legal basis and instruments, contents, level of details, instructions, resources, coordination (<i>10 rules for delegating responsibilities</i>) ▪ Supervision – selection, briefing, confidence, reporting path, control, intervention, documentation

	<p>(“7 columns of obligatory supervision”)</p> <p>Liability – extent of responsibilities, negligence, insurance</p>
Studien-/Prüfungsleistungen:	<p>Leadership: 2 Project works (Leadership 0,4; Upward Mgt 0,3)</p> <p>Law in organizations: Written exam, 90 Minutes (0,3)</p>
Literatur:	<p>Personalführung Literatur in Moodle</p> <p>Skript Personal und Organisationsentwicklung (Bachelorkurs)</p> <p>MINTO, Barbara. <i>The pyramid principle</i>.</p> <p>HILL, Linda. <i>Becoming the boss</i>. Harvard Business School, on point.</p> <p>Case studies on Transition into a first time management position and Change Management.</p> <p>POLZER, Jeffrey. <i>Leading Teams</i>. Harvard Business School.</p> <p>KOTTER, John. <i>Why transformation efforts fail</i>. HBR Classic.</p> <p>KEGAN, Robert & LAHEY, Lisa. <i>The real reason why people won't change</i>. Harvard Business Review.</p> <p>GOLEMAN, Daniel. <i>Leadership that gets results</i>. Harvard Business Review.</p> <p>GOLEMAN, Daniel. <i>What makes a leader</i>. Harvard Business Review.</p> <p>Unternehmensorganisationsrecht (Law in organizations):</p> <p>EIDAM, Gerd. <i>Unternehmen und Strafe – Vorsorge – und Krisenmanagement</i>, 3. Auflage.2008</p> <p>SCHLIEPHACKE, Jürgen. <i>Führungswissen Arbeitssicherheit</i>, 3. Auflage 2008.</p> <p>HAUSCHKA, Christoph E (Hrsg.). <i>Corporate Compliance – Handbuch der Haftungsvermeidung im Unternehmen</i>, 2. Auflage 2010.</p> <p>KRIEGER, Gerd / SCHNEIDER; Uwe H. (Hrsg.), <i>Handbuch Managerhaftung: Vorstand Geschäftsführer Aufsichtsrat. Pflichten und Haftungsfolgen. Typische Risikobereiche</i>, 2. Aufl. 2010</p> <p>WILRICH, Thomas. <i>Sicherheitsverantwortung: Arbeitsschutzpflichten, Betriebsorganisation und Führungskräftehaftung - mit 25 erläuterten Gerichtsurteilen</i>. 2016</p>

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	SUPPLY CHAIN MANAGEMENT UND EINKAUF Einkauf, SCM MA
Semester:	2. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Andreas Rieger
Dozent(in):	Prof. Dr. Andreas Rieger
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Pflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: max 30 Seminaristischer Unterricht, Planspiel, 7 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 90 Stunden, Planspiel 16 Stunden (Blockveranstaltung), Selbststudium, Vor- und Nachbereitung
Kreditpunkte:	7 ECTS
Voraussetzungen:	Grundlagen im Bereich Produktionsmanagement und Logistik
Lernziele/Kompetenzen:	<p>SCM und Einkauf. Je Teildisziplin werden folgende Lernziele angestrebt. Die Studierenden ...</p> <p>im Einkauf</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ haben Kenntnis über die unterschiedlichen Formen sowie Werkzeuge des Einkaufs und können diese situativ richtig einsetzen ▪ kennen die Kostentreiber im Einkauf und sind in der Lage, die Total Cost of Ownership zu berechnen. ▪ können die Auswirkungen eines grenzüberschreitenden Einkaufs in Bezug auf Handelsbarrieren und Zoll bewerten ▪ kennen die Ansätze zur Risikominderung im (internationalen) Einkauf ▪ sammeln Erfahrungen anhand von Praxisbeispielen im Supply Chain Managment: ▪ erkennen die Notwendigkeit zum Aufbau von Partnerschaften zwischen Lieferanten und Kunden ▪ sind in der Lage, die Gestaltung unterschiedlicher Supply-Chains abzuleiten <ul style="list-style-type: none"> ▪ beherrschen das Global Footprint Management

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen die Relevanz einer prozessorientierten Gestaltung der Material-, Informations- und Finanzflüsse ▪ sind in der Lage, ein SCM in einem Unternehmen zu implementieren ▪ lernen die Methoden und Werkzeuge des SCM kennen ▪ haben eine Kenntnis über die marktgängige IT-Tools im SCM ▪ sammeln Erfahrungen anhand von Praxisbeispielen
<p>Inhalt:</p>	<p>Einkauf:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen der Beschaffung und Global Sourcing ▪ Beschaffungsformen ▪ Make-or-Buy-Entscheidung ▪ Berechnung von Beschaffungskosten ▪ Zollverfahren und Incoterms ▪ Moderne Formen der Beschaffung <p>Supply Chain Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen des SCM ▪ Betriebswirtschaftliche Bewertungsverfahren ▪ Kooperationsmodelle mit Partnerunternehmen ▪ Prozessmanagement (SCOR-Modell, Wertstromanalysen) ▪ Global Footprint Management ▪ Verfahren der Beschaffungs- und Distributionslogistik ▪ Unterstützung des SCM durch IT
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 2x 90 Minuten Teilnahme am Planspiel</p>
<p>Literatur:</p>	<p>ARNOLDS, H., F. HEEGE, W. TUSSING, 2009. <i>Materialwirtschaft und Einkauf: Grundlagen - Spezialthemen – Übungen</i>. Springer Gabler. ISBN 978-3834931603</p> <p>WANNENWETSCH, Helmut, 2014. <i>Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung</i>. 5. Auflage, Springer Vieweg. ISBN 978-3642450228</p> <p>KROKOWSKI, W., 2012. <i>Globalisierung des Einkaufs: Leitfaden für den internationalen Einkäufer</i>. Springer. ISBN 978-3642637858</p> <p>SCHUH, Christian, Robert, KROMOSER, 2009. <i>Das Einkaufsschachbrett: Mit 64 Ansätzen Materialkosten senken und Wert schaffen</i>. Springer. ISBN 978-3834911797</p> <p>PFOHL, Christian, 2009. <i>Logistikmanagement: Konzeption und Funktionen</i>. 8. Auflage. Springer. ISBN 978-3642041617</p> <p>SCHULTE, Christoph, 2012. <i>Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain</i>. 6. überarbeitete und erweiterte Auflage. Vahlen. ISBN 978-</p>

3800639953

KRUMM, Sebastian, 2013. *Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik*, 3. Auflage. Pearson. ISBN 978-3868940930

WEBER, Rainer, 2013. *Zeitgemäße Materialwirtschaft mit Lagerhaltung: Flexibilität, Lieferbereitschaft, Bestands-reduzierung, Kostensenkung - Das deutsche Kanban*, 10. Auflage. Expert. ISBN 978-3816932062

WERNER, Hartmut, 2013. *Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling*. 5. Auflage. Springer Gabler. ISBN 978-3834932594

ARNDT, Holger, 2013. *Supply Chain Management: Optimierung logistischer Prozesse*, Springer Gabler, 6. Auflage, 2013, ISBN 978-3834932532

KURZMANN, Ernst und Erwin LANGMANN, 2015. *Supply Chain Management: Wie Sie mit vernetztem Denken im 21. Jahrhundert überleben*. Frankfurter Allgemeine Buch. ISBN 978-3956010897

POLUHA, Rolf, 2010. *Quintessenz des Supply Chain Managements: Was Sie wirklich über Ihre Prozesse in Beschaffung, Fertigung, Lagerung und Logistik wissen müssen*. Springer. ISBN 978-364

3. WAHLPFLICHTMODULE

Vorlesungen aus dem Bereich *Wahlpflichtmodule* sollen es den Studierenden ermöglichen, spezifische Kompetenzen zu erwerben, individuelle Kompetenzdefizite auszugleichen oder eine Spezialisierung vorzunehmen. Wahlpflichtmodule werden nach vorheriger Ankündigung von Semester zu Semester in unterschiedlicher Weise bzw. wechselnd angeboten.

Sofern der/die Studierende aus dem Bereich der Wahlpflichtmodule mehr Leistungen erbringt als in der Studien- und Prüfungsordnung vorgesehen, werden die überzählig absolvierten Module im Abschlusszeugnis unter Angabe der erreichten Note als freiwillige Wahlfächer aufgeführt, jedoch bei der Ermittlung der Gesamtnote nicht berücksichtigt. Hierbei werden die Module in der Reihenfolge ihrer Ablegung als Wahlpflichtmodule oder als freiwillige Wahlfächer berücksichtigt. Insbesondere ist es nicht zulässig, erst nachträglich auszuwählen, welche Prüfungsleistungen als Wahlpflichtmodule ausgewiesen werden sollen.

Der Kategorie *Wahlpflichtmodule* werden die Module

- Arbeitswirtschaft und Industrial Engineering
- Business Analytics *)**)
- English 3plus *)**)
- Entrepreneurship *)**)
- International Business
- Entscheidungsverhalten
- Intercultural Management and Leadership
- International Marketing
- International project with a partner university abroad *)
- Klassisches und agiles Projektmanagement *)**)
- Lean Management und Lean Administration *)**)
- Management across Borders and Cultures
- Managing Change
- Nachhaltiges Wirtschaften
- Persönlichkeitsmuster im betrieblichen Kontext *)**)
- Praxis des strategischen Managements *)**)
- Rating und Unternehmensbewertung *)**)
- Risikomanagement
- Softskills 1 (Businessetikette, Umgang mit Konflikten, Recruiting)
- Softskills 2 (Grundlagen der Kommunikation, Grundlagen der Mediation, Grundlagen der Nachhaltigkeit *)**)
- Strategic Marketing by Online Simulation Exercise *)**)
- Strategic Planning for Engineers *)**)
- Sustainability in Chain Management
- Technical Harmonisation in Europe and International Trade Law
- Virtual Prototyping *)**)
- Wirtschafts – und Unternehmensethik *)**)

zugeordnet. Weitere Module sind möglich. Um die Flexibilität und Attraktivität des Masterprogramms zu gewährleisten, können Wahlpflichtmodule mit Zustimmung des Fakultätsrats der Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen jederzeit ergänzt oder gestrichen werden, ohne dass es einer Anpassung des Studienplans bedarf.

Bei den Wahlpflichtmodulen Softskills 1 und Softskills 2 entstehen zusätzliche Kosten, die von den Studierenden zu tragen sind.

Die mit *) gekennzeichneten Module werden im Wintersemester 2018/19 angeboten. Die jeweilige Veranstaltung findet dann statt, wenn es genügend Anmeldungen gibt und ab der ersten Vorlesungswoche eine ausreichende Anzahl (min. 7) an Studierenden tatsächlich teilnimmt. Bei Blockveranstaltungen wird anhand der Anmeldungen über die Durchführung entschieden. Zum Modus der Buchungen von Wahlpflichtmodulen beachten Sie bitte unbedingt das entsprechende Rundschreiben (Mail) zur Anmeldung.

Die mit **) gekennzeichneten Module werden zusammen mit dem weiterbildenden Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen angeboten. Einige Module hiervon stehen vorrangig den Studierenden des weiterbildenden Masterstudiengangs zur Verfügung. Sofern noch Plätze zur Verfügung stehen, können diese durch Studierende des konsekutiven Masterstudiengangs Wirtschaftsingenieurwesen aufgefüllt werden. Ein Anspruch auf Teilnahme an Wahlpflichtmodulen mit begrenzter Teilnehmerzahl besteht nicht.

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	ARBEITSWIRTSCHAFT UND INDUSTRIAL ENGINEERING WPM Arbeitswirt
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Johannes Brombach
Dozent(in):	Prof. Dr. Johannes Brombach, Prof. Dr. Bernhard Kurz
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 30, Seminaristischer Unterricht, Laborübungen, Industrielle Projektarbeit und Workshops, Austausch mit Praktikern aus den Unternehmen/ 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden; Selbststudium, Projekt-/Laborarbeit, Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Der Besuch der Veranstaltung verschafft den Teilnehmern folgende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analytische Beurteilung von Arbeitsbedingungen (Produkt- und Prozessgestaltung) vor dem ergonomischen Hintergrund wirtschaftlicher, humaner und sozialer Zielsetzungen. ▪ Anwendung zeitwirtschaftlicher Methoden bei der Planung und Beurteilung von Arbeitssystemen („Wirtschaften mit Arbeit und Zeit“) ▪ Ansätze zur Integration arbeitswissenschaftlicher Forderungen im Produktivitätsmanagement des Unternehmen („What gets measured gets done!“). ▪ Einordnung und Anwendung von aktuellen Methoden des IE im Produktenstehungsprozess und Verständnis dafür, dass

	<p>„das Problem die Methode definiert“</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau und Realisierung von Systemen zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum betrieblichen Gesundheitsmanagement vor dem Hintergrund, dass die Menschen länger arbeiten („Arbeiten bis zum 69 Lebensjahr!“).
<p>Inhalt:</p>	<p>Die Aufgaben der Arbeits- und Zeitwirtschaft bzw. des Industrial Engineerings (IE) haben sich grundlegend verändert. Viele Unternehmen haben heute einen auf das gesamte Unternehmenssystem ausgerichteten Ansatz gewählt, der sowohl klassische Methoden enthält, als auch die unmittelbare Optimierung der Abläufe vor Ort thematisiert.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Der Begriff der Arbeitssystemgestaltung ▪ Ergonomische Produkt- und Prozessgestaltung ▪ Analytische Beurteilung von Arbeitsbedingungen im Produktentstehungsprozess ▪ Systeme Vorbestimmter Zeiten und Vorgabezeitermittlung (vgl. MTM und REFA) ▪ Produktivitätsmanagement und Kennzahlen zur Produktivität ▪ Ausgewählte Methoden des Industrial Engineering (z.B. Multimomentaufnahme, Total Productive Maintenance (TPM), OEE, Schnellrüsten, Schlanke-Liniengestaltung, etc.) ▪ Betriebliche Gesundheitsförderung und das betriebliche Gesundheitsmanagement.
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung</p>
<p>Literatur:</p>	<p>BOKRANZ/LANDAU, 2012: Handbuch Industrial Engineering, 2 Auflage Schäffer-Peschel</p> <p>BROMBACH, J.: Industrial Engineering als Chance für die Zukunft. In: Methodisches Produktivitätsmanagement – Umsetzung und Perspektiven, angewandte Arbeitswissenschaft (No 204), Wirtschaftsverlag Bachem, Köln, 21-34 (2010)</p> <p>LANDAU, K. (Hrsg.), 2003: Good practice in der Arbeitsgestaltung. Ergonomia Verlag oHG, Stuttgart. ISBN: 3-935089-63-5</p> <p>REFA (Hrsg.), 2011: 30 Standardmethoden zur Produktivitätssteigerung und Prozessop-timierung. 1. Auflage, 242 Seiten, , Hanser ISBN 978-3-446-43062-4</p> <p>SCHLICK, BRUDER, LUCZAK, 2010: Arbeitswissenschaft. Springer, Heidelberg. ISBN: 978-3-540-78333-6</p>

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	BUSINESS ANALYTICS
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Andreas Englbrecht
Dozent(in):	Prof. Dr. Andreas Englbrecht
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 20 Personen Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit 4 SWS, evtl. Blockunterricht Freitagnachmittag/Samstag
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Vorlesung und Gruppenarbeit Vor- und Nachbereitung Gruppenarbeit, Prüfungsvorbereitung 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	-
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die grundlegenden Konzepte und Begriffe im Business Analytics Umfeld und können diese voneinander abgrenzen • kennen grundlegende Methoden im Bereich Business Analytics • können geeignete Methoden für unterschiedliche Problemstellungen fallspezifisch auswählen • kennen die wesentlichen Prozessschritte von der Aufgabendefinition über Datenauswahl und Datenaufbereitung bis zur Modellierung und Test von Modellen • können den Prozess und die notwendigen Methoden mit Hilfe von führenden Software-Lösungen selbst anwenden

<p>Inhalt:</p>	<p>Business Analytics bezeichnet die Sammlung unterschiedlicher Methoden und Technologien, mit deren Hilfe aus Daten Erkenntnisse für unternehmerische Entscheidungen gewonnen werden. Im Zentrum der Veranstaltung steht das selbständige Lösen von Business Analytics Cases mit Hilfe führender Software-Lösungen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlegende Konzepte im Business Analytics-Umfeld (Business Intelligence, Predictive Analytics, Big Data Analytics, Data Mining, Machine Learning, ...) ▪ Grundlegende Konzepte der Datenarchitektur (Data Warehouse, Data Lake, Hadoop...) ▪ Business Analytics Methoden (Klassifikations- / Regressionsbaum, Clusteranalyse, Regressionsanalyse, Assoziationsanalyse...) ▪ Business Analytics Prozess (Datenauswahl, Datenaufbereitung, Methodenauswahl) ▪ Umsetzung unterschiedlicher Problemstellungen mit Hilfe führender Software-Lösungen (zum Beispiel: IBM SPSS Modeler, Tableau, Celonis) ▪ Konkrete Anwendungsbeispiele aus der Unternehmenspraxis
<p>Studien-/Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit</p>
<p>Literatur:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BACKHAUS, Klaus, Bernd ERICHSON, Wulff PLINKE und Rolf WEIBER, 2015. Multivariate Analysemethoden. 14. Auflage. Wiesbaden: Springer-Gabler. ISBN 978-3662460757 • GLUCHOWSKI, Peter. 2016. Business Analytics – Grundlagen, Methoden und Einsatzpotenziale. In: HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, 53 (3), S. 273-286. Verfügbar unter: www.springerprofessional.de/link/7380394 . • CHAMONI Peter, Peter GLUCHOWSKI. 2017. Business Analytics – State of the Art. In: Controlling & Management Review, 4/2017, S. 9-17 • BITKOM (Hrsg.). 2014. Big-Data-Technologien – Wissen für Entscheider. Verfügbar unter: https://www.bitkom.org/noindex/Publikationen/2014/Leitfaden/Big-Data-Technologien-Wissen-fuer-Entscheider/140228-Big-Data-Technologien-Wissen-fuer-Entscheider.pdf

Modulbezeichnung:	ENGLISH 3 PLUS
Stundenplankürzel:	WPM Englisch 3
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Rowanne Sayer
Dozent(in):	Prof. Dr. Rowanne Sayer
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 15, Seminaristischer Unterricht, selbstgesteuertes Lernen, je Semester 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden / Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, Referat: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	CEF-Niveau B2 (Common European Framework of Reference)
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ entwickeln eine fundierte und umfassende Kommunikationsfähigkeit in der englischen Wirtschaftssprache; ▪ erweitern ihre Kenntnisse in Bezug auf die Fachterminologie der unterschiedlichen Bereiche der englischen Wirtschaftssprache; ▪ stärken ihre Fähigkeit, komplexe gesprochene und geschriebene Kommunikationsakte zu verstehen und zu analysieren; ▪ verbessern ihre Fähigkeit, in der englischen Sprache mündlich und schriftlich zu kommunizieren; ▪ erwerben gründliche Kenntnisse derjenigen grammatischen Teilbereiche, die für <i>non-native speakers</i> des Englischen in der Regel eine besondere Schwierigkeit darstellen (unter anderem <i>tense and aspect, complex sentences, infinitives and gerunds, prepositions, adverbs, passives</i>); ▪ entwickeln eine differenzierte Fähigkeit, unterschiedliche stilistische Register zu verwenden und in der Kommunikation

	einzuordnen.
Inhalt:	Nach der erfolgreichen Teilnahme an der Veranstaltung hat die Mehrheit der Studierenden das CEF-Niveau C1 erreicht.
Studien- / Prüfungsleistungen:	Schriftliche Prüfung, Referat
Literatur:	<p>Brook-Hart, Guy (2007): Business Benchmark. Advanced: Cambridge: CUP. ISBN 978-3-12-534322-1 (wird möglicherweise zum WS 2016/17 durch die 2nd edition ersetzt)</p> <p>Selbsterstellte Materialien, Zeitungsartikel, Videos</p>

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	ENTREPRENEURSHIP WPM
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Herbert Gillig
Dozent(in):	Prof. Dr. Herbert Gillig
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: max. 30; seminaristischer Unterricht, Projektarbeit in Kleingruppen / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden; Selbststudium, Vor- und Nachbereitung: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Interesse an Entrepreneurship und der Ausarbeitung einer Geschäftsidee
Lernziele/Kompetenzen:	Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage <ul style="list-style-type: none"> ▪ den Entrepreneurship-Ansatz umfassend zu erläutern ▪ zwischen den verschiedenen Herausforderungen der Phasen des Innovationsprozesses zu differenzieren ▪ die aktuellen Methoden und Modellen aus dem Bereich Entrepreneurship anzuwenden ▪ existierende und neue Geschäftsmodelle hinsichtlich der kritischen Hypothesen zu beurteilen ▪ die notwendigen Schritte (z.B. Business Plan, Finanzierung) zur Umsetzung eines Start-ups zu planen ▪ basierend auf einer initialen Problemstellung ein Geschäftsmodell für ein neues Start-up zu entwickeln

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die unternehmerische Perspektive ▪ Vom Problem zur unternehmerischen Gelegenheit ▪ Von der Geschäftsidee zum Business Plan ▪ Von der Planung zur Gründung ▪ Lebenszyklus und Wachstum
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit</p>
<p>Literatur:</p>	<p>HISRICH, D. Robert, Michael P. PETERS und Dean A. SHEPHERD, 2013. <i>Entrepreneurship</i>. New York: Mc Graw Hill. ISBN 978-0071326315</p> <p>AULET, Bill, 2013. <i>Disciplined Entrepreneurship</i>. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN 978-1118692288</p> <p>RIES, Eric, 2011. <i>The Lean Startup: How Constant Innovation Creates Radically Successful Businesses</i>. London: Portfolio Penguin. ISBN 978-0670921607</p> <p>READ, Stuart und andere, 2011. <i>Effectual entrepreneurship</i>. New York: Routledge. ISBN 978-0415586443</p> <p>Weitere aktuelle Literaturempfehlungen und Webseiten werden in der Veranstaltung kommuniziert.</p>

Modulbezeichnung:	ENTSCHEIDUNGSVERHALTEN
Stundenplankürzel:	WPM Entscheid
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hans Sachenbacher
Dozent(in):	Prof. Dr. Hans Sachenbacher
Sprache:	deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 25, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden / Vor- und Nachbereitung, Selbststudium, Projektarbeit: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Grundlagen BWL
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die zentrale Bedeutung des Entscheidungsverhaltens für erfolgreiche Führungs- und Managementtätigkeit zu erkennen, ▪ die wesentlichen inhaltlichen Schwerpunkte und die Praxisrelevanz entscheidungstheoretischer Ansätze zu differenzieren, ▪ die Zusammenhänge zwischen Informations- und Entscheidungsverhalten zu analysieren, ▪ die Zusammenhänge zwischen Kommunikations-, Mediennutzungs- und Entscheidungsverhalten zu analysieren, ▪ die wesentlichen Einflussfaktoren auf Entscheidungen in der Management- und Unternehmenspraxis zu bewerten: <ul style="list-style-type: none"> ○ Motivation und Anreiz, ○ Soziale Prozesse und Gruppenphänomene, ○ Organisatorische Strukturen, ▪ die erlernten Kompetenzen im eigenen beruflichen Umfeld erfolgreich anzuwenden im Hinblick auf:

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Qualität von Entscheidungen, ○ Effizienz von Entscheidungsprozessen, ○ Gestaltung geeigneter organisatorischer Strukturen und Prozesse
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung des Themas im heutigen Wettbewerbsumfeld ▪ Normative und deskriptive Entscheidungstheorie ▪ Menschliches Informationsverhalten ▪ Menschliches Kommunikationsverhalten ▪ Medienwahl und Entscheidungsverhalten ▪ Motivation und Anreiz ▪ Gruppenverhalten ▪ Individuum und Organisation ▪ Relevanz in der Unternehmenspraxis, Möglichkeiten der Umsetzung
Studien- / Prüfungsleistungen:	Projektarbeit
Literatur:	<p>WOLF, Joachim, 2012. Organisation, Management, Unternehmensführung: Theorien, Praxisbeispiele und Kritik. 4. Aufl. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3834934147</p> <p>PICOT, Arnold, Ralf REICHWALD und Rolf T. WIGAND, 2010. Die grenzenlose Unternehmung: Information, Organisation und Management: Lehrbuch zur Unternehmensführung im Informationszeitalter. Nachdruck der 5. Aufl. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3834921628</p> <p>STAEHLE, Wolfgang H., Peter CONRAD und Jörg SYDOW. Management. Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. Neueste Auflage. München: Vahlen.</p> <p>Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	INTERCULTURAL MANAGEMENT AND LEADERSHIP WPM Incult Mgt and Leadership
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Daniela Cornelius
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 30, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit/Referat: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Intercultural Management:</p> <p>This part of the course is designed to provide the basics to improve cross-cultural communication & management and learn how to handle difficult situations in an international environment. After attending this course, students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apply the basic theoretical findings on intercultural management in a multicultural and multinational business environment <p>Challenges of Leadership:</p> <p>This part of the course is about self-discovery. After attending this course students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflect on their own leadership skills ▪ Evaluate what makes leaders effective and how to take charge of their own leadership development ▪ Differentiate how leadership is changing but also how the

	basic issues stay the same and remain timeless
Inhalt:	<p>Intercultural Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introduction to culture & cultural differences ▪ Understanding cultures ▪ Culture & communication ▪ Culture Management <p>Challenges of Leadership:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Working with documents that represent some of the classic and modern trends in leadership literature. ▪ Case studies of leadership successes and failures. ▪ Exercises for improving self-knowledge, self-awareness and leadership skills. ▪ Final leadership exercise and individual presentation.
Studien- /Prüfungsleistungen:	Projektarbeit
Literatur:	Wird vom Dozent angegeben

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	INTERNATIONAL MARKETING WPM I
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Wolfgang Döhl
Dozent(in):	Prof. Dr. Wolfgang Döhl
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	4
Arbeitsaufwand:	4 SWS
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Basics of Marketing
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Having successfully completed the module students are expected to be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse and discuss the internationalization of business and global marketing issues. ▪ Critically analyse the global marketing environment and its influence on the marketing activities of companies and global market entry strategies. ▪ Critically evaluate and select brand attributes. ▪ Critically evaluate the range of advanced skills required to design a global marketing plan.

<p>Inhalt:</p>	<p>The aim of the course is to provide students with an understanding of the key dimensions of international marketing and brand management from a strategic perspective. It is also designed to provide students with the basic analytical tools for choosing and entering global markets, organizing and controlling global operations.</p> <p>Content:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Globalization drivers of internationalization and international trade agreements. ▪ Global marketing environment: social and cultural environment, political and legal environment, technological environment, global e-commerce. ▪ Global market entry: exporting, licensing and franchising, contractual arrangements, joint ventures, wholly owned companies, global strategic alliances. ▪ Analysing global marketing opportunities: international buyers, global marketing research. ▪ Global marketing programmes: product decisions, pricing decisions, distribution decisions, promotion decisions. ▪ Global marketing organization and control.
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>1 x 30-minute presentation on the results of a case study covering specific contemporary challenges in international marketing</p> <p>1 x 30-minute presentation covering the critical analysis of global brand management of a specific company</p> <p>The two assessments are of equal value.</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Global Marketing, W. Keegan, M. Green, Prentice Hall, 2010;</p> <p>International Marketing, P. Cateora, J. Graham, McGraw-Hill, 2009;</p> <p>Marketing Management, P. Kotler et al., Prentice Hall (2009).</p> <p>Dool/Lowe. International Marketing Strategy. South Western Cengage Learning (2008).</p>

Modulbezeichnung:	INTERNATIONAL PROJECT WITH A PARTNER UNIVERSITY ABROAD
Stundenplankürzel:	WPM
Semester:	It is recommended to attend this option during the 1st term
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Daniela Cornelius
Dozent(in):	Prof. Dr. Wolfgang Döhl, Munich University of Applied Sciences Thomas Zenetti, Université de Haute Alsace, Mulhouse
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul Master Interculturel Affaires International, Mulhouse compulsory module
Lehrform/SWS:	The max. size of the entire group i.e. French and German students is 40 students. The entire group is segmented into teams with 4 students each. The students in the teams are selected by the supervisors due to interdisciplinary, intercultural and international issues. Supervised online team work, discussion in the plenum, student's presentations, coaching of the teams Munich: 4 SWS
Arbeitsaufwand:	2 Blocks of presence teaching (3 days each) at Munich and Mulhouse 60 hrs each 60 hrs online teamwork with supervision
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	This course requires maturity and understanding of economic and strategic issues. Students must have good language skills and must be able to work in international, intercultural and interdisciplinary teams. Business experience might be helpful. We recommend that students register at Vyew, a free communication and collaboration software, which does not need any installation on the students' computers because it's totally internet based. It's also

	<p>expected that the students run through the guided tour gaining experience in how to use the software in advance. All students need a computer and a headset with microphone. They also have to ensure that the software works with their personal computer.</p>
Lernziele/Kompetenzen:	<p>The students</p> <ul style="list-style-type: none"> • are able to work in international, intercultural and interdisciplinary teams, • are used to apply internet collaboration tools, • are skilled to organize distance cooperation via internet, • improved their skills to analyze strategic issues of relevance for global business • are able to derive recommendations out of the analysis they carried out.
Inhalt:	<p>The subject of the course is modified due to the recent strategic and economic challenges. In the past the students worked on “The Crises in Automotive Industry”, “Opportunities and Impacts of Aging Societies”, “Business Ethics and Fair Trade”.</p>
Studien- / Prüfungsleistungen:	<p>Final presentation presentations as a group, interim presentations, milestone meetings with the French and German supervisors.</p>
Literatur:	<p>none</p>

Modulbezeichnung:	KLASSISCHES UND AGILES PROJEKTMANAGEMENT
Stundenplankürzel:	WPM – classic & agile PM
Semester:	Wintersemester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hans Sachenbacher
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	Vortrag: Deutsch / Unterlagen: Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 25, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	keine
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen klassische wie agile PM Standards und mögliche Zertifizierungen ▪ kennen klassische wie agile Werkzeuge, um Projekte aufzusetzen, zu planen, umzusetzen, zu überwachen und abzuschließen ▪ kennen die Erfolgsfaktoren und Hindernisse beim Einsatz klassischer und agiler PM Werkzeuge ▪ wenden die erlernten Inhalte anhand einer Case Study an ▪ erhalten praktische Einblicke in Automotive-Projekte (Automotive SPICE MAN.3) ▪ erarbeiten und präsentieren Fragestellungen aus klassischen oder agilen Themenfeldern
Inhalt:	Introduction: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Overview PM standards

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Overview agile PM ▪ Comparison classic & agile PM <p>Classic PM according five phase model:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Initiation ▪ Planning ▪ Implementation ▪ Controlling ▪ Closing <p>Agile PM:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Agile Manifesto ▪ Frameworks: Scrum & Kanban ▪ Scalded Frameworks: SAFe, LESS, Nexus
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit: Seminararbeit schriftlich (15 Seiten) und mündlich (Präsentation)</p>
<p>Literatur:</p>	<p>AXELOS, Hrsg., 2017. <i>Managing Successful Projects with Prince2</i>. 6. Auflage. London: The Stationery Office Ltd. ISBN 978-0113315338</p> <p>PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, Hrsg., 2017. <i>A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)</i>. 6. Auflage. Pennsylvania: Project Management Institute, Inc. ISBN 978-1628253825</p> <p>MATHIS, Christoph, 2017. <i>SAFe - Das Scaled Agile Framework: Lean und Agile in großen Unternehmen skalieren</i>. 2. Auflage. Heidelberg: dpunkt.verlag GmbH. ISBN 978-3864905292</p> <p>LARMAN, Craig, 2016. <i>Large-Scale Scrum: More with Less</i>. 1. Auflage. Boston: Addison-Wesley Professional. ISBN 978-0321985712</p> <p>VDA QMC WORKING GROUP 13, 2017. <i>Automotive SPICE Process Reference Model Process Assessment Model. Version 3.1 [online]</i>. Published. 01.11.2017 [Zugriff am 17.04.2018]. Verfügbar unter: http://www.automotivespice.com/fileadmin/software-download/AutomotiveSPICE_PAM_31.pdf</p>

Modulbezeichnung:	LEAN MANAGEMENT & LEAN ADMINISTRATION WPM Lean
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Andreas Rieger
Dozent(in):	Prof. Dr. Andreas Rieger Prof. Dr. Jürgen Spitznagel Lehrbeauftragte
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 13, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 50 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit: 70 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Basics in Management of Production and Logistics
Lernziele/Kompetenzen:	<p>The aim of the course is to provide students with the necessary tools and methods to carry out lean work processes and designs in administration and production. Students will experience the success of perfection in the complete value chain from the placing of the customer's order to its final distribution via engineering, procurement and production. The integrated course concept promotes a systematic analysis of processes and structures. It enables students to learn effective and comprehensive methods to implement waste-free collaboration as well as lean work systems in administration and production.</p> <p>Having successfully completed the module students will be familiar with the most important lean principles and methods. Students will therefore be able to systematically uncover and eliminate waste in an industrial administration and production environment.</p>

<p>Inhalt:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Global challenges for production 2. Introduction to lean thinking 3. Principles and methods of lean production and administration 4. Business simulation in production 5. Business simulation in administration 6. Cardboard Engineering for an ergonomic and lean workplace design 7. Success stories and key learning
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>1 x problem solving and collaboration in the three business simulations (Lean Production / Lean Administration / Cardboard Engineering)</p> <p>1 x course paper on key issues addressed in the course</p> <p>The two assessments are of equal value.</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Mike Rother & John Shook: "Learning to See", latest edition</p> <p>Bodo Wiegang & Philip Franck: "Lean Administration I: How to make business processes transparent. Step 1: Analysis", latest edition</p>

Modulbezeichnung:	MANAGEMENT ACROSS BORDERS AND CULTURES
Stundenplankürzel:	WPM Mgt across borders
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Renate Osterchrist
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 30, seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Engineering, Business Administrations
Lernziele/Kompetenzen:	The aim of the course is to provide students with the necessary tools to enable them to work effectively in an international environment, either within a multinational corporation, a governmental organization, an NGO or a medium-sized business that intends to enter international markets. They will learn how to develop the skills necessary to design global strategies, conduct cross-national interactions and manage the daily activities of foreign subsidiaries.
Inhalt:	International trade: theories, scope and organization, significance of currency, social responsibility, business ethics, fair trade. Culture dimensions: basics of culture, analysis and comparison of cultures, intercultural management, intercultural negotiation and communication. International strategies: formulation and implementation, international and global alliances. Human resources in a global context: organization, staffing, training and compensation. Internet research: contemporary challenges and issues, evaluation and discussion of findings, different models to structure and explain the complexity around multicultural environments in global organizations, interpret reactions and behaviour in challenging situations.

<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Tools and methods to support change in an international context.</p> <p>1 x 30-minute presentation of case studies / research / contemporary events 1 x course paper on key issues addressed in the course</p> <p>Both assignments are of equal value.</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Helen Deresky (2008 Update). International Management, Managing Across Borders and Cultures. Pearson International.</p> <p>M. W. Peng (2009). Global Business (1st ed.). South-Western Cengage Learning. (Global Business 2009 Update)</p> <p>Dicken, Peter, Global Shift, Mapping the Changing Contours of the World Economy, 5th Edition, Sage Publications 2007</p> <p>Anil Gupta and Eleanor Westney, eds, Smart Globalization: Designing Global Strategies, Creating Global Networks (Jossey-Bass, 2003)</p> <p>Michael Porter. "The Competitive Advantage of Nations." Article No. 90211. Harvard Business Review 90-2. March-April 1990, pp. 73-9</p>

Modulbezeichnung:	MANAGING CHANGE
Semester:	3-5 SEMESTER IN MASTER
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Renate Osterchrist
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	English
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul CIE
Lehrform/SWS:	Class discussion and dialogue, group exercises, presentations, individual reflections Up to 20 participants, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Block course 60 hours plus self-study, pre-readings, preparations in between classes and project work. Altogether approx. 120 hours
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Basics on Change Management (e.g. Bachelor class, Leadership class in Master)
Lernziele/Kompetenzen:	After attending this class students <ul style="list-style-type: none"> ▪ Are able to explore ways to create commitment of co-workers and employees ▪ Are able to differentiate various approaches in Change Management and define the positions various authors take Students can generate own mental models for a change process ▪ Can analyze their role as managers during a transformation. And reflect upon ones own personality and how this ties to change
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creating commitment and leading without formal authority ▪ Change Management Models and approaches

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leaders personality in transformations
Studien- / Prüfungsleistungen:	Active, regular contributions, project work and short presentations
Literatur:	<p>Various articles from „Harvard Business Manager“</p> <p>MIRVIS, P., K. AYAS und G. ROTH, 2003. <i>To the Desert and Back</i>. San Francisco: Jossey Bass. ISBN 0-7879-6677-0</p> <p>SCHARMER, O., 2009. <i>Theory U. Leading from the Emerging Future</i>. San Francisco: Berrett-Koehler Publisher. ISBN 978-1-57675-763-52009</p> <p>COLLINS, J. und M. HANSEN, 2011. <i>Great by Choice</i>. New York: Harper Collins. ISBN 978-0-06-212099-1</p> <p>BRUCH, H. und B. VOGEL, 2011. <i>Fully Charged. How Great Leaders Boost their Organization's Energy and Ignite High Performance</i>. Boston: Harvard Business School Publishing. ISBN 978-1-4221-2903-6</p> <p>WEICK, K. und K. SUTCLIFFE, 2015. <i>Managing the Unexpected: Sustained Performance in a Complex World</i>. Hoboken: John Wiley and Sons. ISBN 978-1-118-86241-4</p>

Modulbezeichnung:	NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN
Stundenplankürzel:	WPM NaWi
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Robert Meier-Staude
Dozent(in):	Prof. Dr. Robert Meier-Staude
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen die historische Entwicklung der Beeinflussung der Umwelt durch anthropogene Eingriffe ▪ kennen die verschiedenen Lösungsansätze (Theorien), die zu einer nachhaltigen Entwicklung führen und verstehen die Problematik der Umsetzung ▪ kennen die Grundlagen der Umweltgesetzgebung und davon betroffene Bereiche der Wirtschaft ▪ verstehen die Bedeutung und den Aufbau von Ökobilanzen, des Öko-Audits, des Produktlabelings und der Nachhaltigkeitsberichterstattung ▪ sind in der Lage Ökobilanzen und Nachhaltigkeitsberichte zu beurteilen ▪ kennen exemplarisch anhand der regenerativen Energieerzeugung Potentialabschätzungen und praktische Beispiele zur Steigerung der Nachhaltigkeit

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Essentielle und nicht essentielle Ressourcen ▪ Wege zur nachhaltigen Entwicklung ▪ Umgang mit dynamischen vernetzten Systemen ▪ Umweltrecht ▪ Erstellung von Ökobilanzen ▪ Externe Kosten ▪ Potential und Systeme zur regenerativen Energieerzeugung
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 90 Minuten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>KALTSCHMITT, Martin (1. Autor), Wolfgang STREICH (2. Autor) und Andreas WIESE (3. Autor), 2013. Erneuerbare Energien: Systemtechnik, Wirtschaftlichkeit, Umweltaspekte. 5., erw. Auflage. Berlin: Springer. ISBN 978-3-642-03248-6</p> <p>MEADOWS, Donella (1. Autor), Jorgen RANDERS (2. Autor) und Dennis MEADOWS (3. Autor), 2016. Grenzen des Wachstums: Das 30-Jahre-Update. 5., Auflage. Stuttgart: Hirzel. ISBN 978-3-7776-2544-7</p> <p>HAUFF, Michael von, 2014. Nachhaltige Entwicklung: Grundlagen und Umsetzung. München: De Gruyter Oldenbourg Verlag. ISBN 978-3-486-72105-8</p>

Modulbezeichnung:	PERSÖNLICHKEITSMUSTER IM BETRIEBLICHEN KONTEXT
Semester:	---
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Renate Osterchrist
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit Gruppengröße 25 Teilnehmer, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Blockveranstaltung: 2 Termine à Fr 16-21 Uhr und Samstag/Sonntag 9-17 Uhr plus Vor-Nachbereitung und Projektarbeit ca. 120 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	Nach Besuch des Kurses können die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die verschiedenen Persönlichkeitsmuster im betrieblichen Kontext unterscheiden ▪ Die „diversity“ der neun verschiedenen Muster im Enneagramm schätzen und nutzen ▪ Ihre eigenen automatischen Muster im Arbeits/Führungskontext untersuchen ▪ Ihre Stärken und Schwächen sowie die notwendigen Entwicklungsrichtungen des eigenen Musters reflektieren ▪ Die Implikationen für die klassischen Aufgaben von Führungspersonen und für die Teamarbeit bewerten ▪ Die Entwicklungspotentiale und den Entwicklungsbedarf der neun Typen zuordnen

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Führungskräfte sollten die Stärken und Schwächen der Mitarbeiter kennen und managen können (Schwächen ausgleichen, Stärken nutzen, Entwicklungspotentiale fördern). Die im Kurs beschriebenen neun automatischen Muster geben den Teilnehmern eine gute und pragmatische Orientierung hierzu. ▪ Die neun automatischen Persönlichkeitstypen werden theoretisch dargestellt und in Übungen und Interviews erfahrbar gemacht. ▪ Teilnehmer lernen ihre eigenen automatischen Muster kennen und lernen deren Stärken, Schwächen und Entwicklungsrichtungen einzuschätzen. ▪ Sie lernen die automatischen Muster anderer in Stärken, Schwächen und Potentialen generell und in betrieblichen Kontexten kennen und managen. ▪ Die Rolle der Typautomatik bei den täglichen Aufgaben einer Führungskraft (z.B. Motivation von Mitarbeitern, Umgang mit Konflikten u.a.) wird transparent, Lösungsmöglichkeiten werden sichtbar. ▪ Die Muster der Persönlichkeit werden nicht nur theoretisch vorgetragen, sondern auch in Übungen und Interviews erarbeitet und erfahrbar gemacht.
<p>Studien-/ Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit (Fallbeschreibung zur Anwendung der gewonnenen Erkenntnisse im Arbeitskontext)</p>
<p>Literatur:</p>	<p>DANIELS, D. und V. PRICE, 2009. <i>The essential Enneagramm</i>. New York: Harper Collins. ISBN 978-0-06-171316-3</p> <p>PALMER, H., und P. BROWN, 2000. <i>Das Enneagramm im Beruf</i>. München: Droemer Knaur. ISBN 978-3-42-687007-5</p> <p>SALZWEDEL, M und U. TÖDTER, 2008. <i>Führen ist Charaktersache</i>. Berlin: Cornelsen. ISBN: 978-3-589-23588-9</p>

Modulbezeichnung:	PRAXIS DES STRATEGISCHEN MANAGEMENTS
Stundenplankürzel:	WPM PraxStratMgmt
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hermann Englberger
Dozent(in):	Prof. Dr. Hermann Englberger
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 30, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden; Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Strategie und Betriebswirtschaftslehre
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ können zentrale Konzepte aus der Praxis des strategischen Managements zur Führung von Unternehmen anwenden. ▪ können Strategien in der Unternehmenspraxis bewerten, entwickeln und gestalten. ▪ können die wesentlichen Instrumente des strategischen Managements und Leaderships effektiv einsetzen. ▪ können den Prozess des Strategie-Zyklus (Strategie-Intention, -Inspektion, -Kreation und -Realisation) planen und organisieren. ▪ werden anhand praktischer Fallbeispiele im strategischen Denken, Handeln und Führen gefördert.
Inhalt:	<p>Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategie-Intention: <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensethik: Unternehmenswerte und Humanismus, Unternehmenskultur und Corporate Identity,

	<p>Corporate Social Responsibility und Sustainability.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unternehmensmission: Unternehmensvision, Unternehmensmission, Unternehmensziele. - Unternehmenspolitik: Stakeholder Management, Shareholder Management, Corporate Governance und Compliance. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategie-Inspektion: <ul style="list-style-type: none"> - Externe Umwelt-Analyse: Umwelt- und Branchen-Analyse, Markt- und Kunden-Analyse, Konkurrenz-Analyse und Benchmarking. - Interne Unternehmen-Analyse: Lebenszyklus-Analyse, Geschäftsmodell-Analyse, Ressourcen- und Kompetenz-Analyse. - Synthesen und Prognosen: SWOT-Optionen, GAP-Extrapolation, Szenario-Prognose. ▪ Strategie-Kreation: <ul style="list-style-type: none"> - Corporate Strategien: Portfolio-Normstrategie, Wachstum-Strategien, Blue Ocean-Strategie. - Business Strategien: Hybride Wettbewerb-Strategien, Systemische Wettbewerb-Strategie, Dynamische Wettbewerb-Strategie. - Entrepreneur Strategien: Intrapreneurship, Disruptive Innovation, Open Innovation Netzwerke. ▪ Strategie-Realisation: <ul style="list-style-type: none"> - Strategie-Operationalisierung: Strategy Maps und Scorecards, Strategisches Controlling, Agiles Management. - Organisationsgestaltung: Kooperation und Netzwerke, Organisationale Strukturen, Prozesse und Projekte. - Strategische Führung: Change Strategien, Lernende Organisation, Leadership und Management.
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit</p>
<p>Literatur:</p>	<p>GRANT, R., 2015. Contemporary Strategy Analysis. 9. A. Wiley. ISBN 978-1-119-12084-1</p> <p>JOHNSON G. und WHITTINGTON R., 2014. Exploring Strategy. 10. A. Pearson. ISBN 978-1-292-00254-5</p> <p>WHEELEN T. und D. HUNGER, 2015. Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability. 14. A. Prentice Hall: Pearson. ISBN 978-1-292-06081-1</p> <p>MÜLLER-STEWENS G. und LECHNER C., 2016. Strategisches Management: Wie strategische Initiativen zu Wandel führen. 5.A. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. ISBN 978-3-7910-3439-3</p> <p>WELGE M. und AL-LAHAM A., 2017. Strategisches Management: Grundlagen, Prozess, Implementierung. 7. A. Wiesbaden: SpringerGabler. ISBN 978-3-658-10647-8.</p>

Modulbezeichnung:	RATING UND UNTERNEHMENSBEWERTUNG
Stundenplankürzel:	WPM Rating
Semester:	sobald Voraussetzungen erfüllt sind
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Andreas Englbrecht
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit, Gruppengröße max. 16 Personen / 4 SWS, evtl. Blockunterricht Freitagnachmittag/Samstag
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Vorlesung und Gruppenarbeit Vor- und Nachbereitung Gruppenarbeit, Prüfungsvorbereitung 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Vorlesung MBA & Eng. Finanzierung & Investition an der Hochschule München bzw. gleichwertige Kenntnisse
Lernziele/Kompetenzen:	Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung des Ratings und die Arten des Ratings zu erklären, • den Prozess des unternehmensbezogenen Ratings und deren Einflussgrößen darzustellen, • mit Hilfe einer zertifizierten Ratingsoftware eigenständig ein Ratinggutachten zu entwickeln, • das selbst erstellte Ratinggutachten zu bewerten. • die Grundlagen der Unternehmensbewertung zu erklären, • die wesentlichen Verfahren der Unternehmensbewertung mit dem Schwerpunkt auf dem DCF-Verfahren darzustellen,

	<ul style="list-style-type: none"> • aufbauend auf dem Ratinggutachten eine Unternehmensbewertung mit Hilfe einer Software zu entwickeln, • sowie die Unternehmensbewertung zu analysieren.
<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Internes-, Externes- und Sovereign Rating • Qualitative und Quantitative Faktoren eines Ratings • Arbeiten mit einer Ratingsoftware • Anlässe und Funktionen der Unternehmensbewertung • Grundlagen der Unternehmensbewertung • Substanzwert-, Ertragswert-, Multiplikator-, und Liquidationsverfahren der Unternehmensbewertung
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Projektarbeit</p>
<p>Literatur:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PERRIDON Louis, Manfred STEINER, Andreas RATHGEBER, 2012. <i>Finanzwirtschaft der Unternehmung</i>. 16., überarbeitete und erweiterte Auflage. München: Verlag Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-3679-2 • EVERLING, Oliver, Hrsg., 2008. <i>Certified Rating Analyst</i>. München: Oldenbourg Verlag, ISBN 978-3-4865-8287-1 • PETERSEN, Karl, Christian ZWIRNER, Gerrit BRÖSEL, Hrsg., 2013. <i>Handbuch Unternehmensbewertung</i>, Köln: Bundesanzeiger Verlag. ISBN 978-3-89817-917-1

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	RISIKOMANAGEMENT WPM RiskMan
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Andreas Krahe Prof. Dr. Jörg Puchan
Dozent(in):	Prof. Dr. Andreas Krahe Prof. Dr. Jörg Puchan
Sprache:	Deutsch/Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 40 Teilnehmer (Vorlesung), 20 Teilnehmer (Betriebliche Anwendung und Projektarbeit), Seminaristischer Unterricht, Teamarbeit, Projektarbeit / 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden, Vor- und Nachbereitung: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen, warum Risikomanagement notwendig ist ▪ kennen die Prozessschritte des Risikomanagements und können diese umsetzen ▪ können Risiken quantifizieren und aggregieren ▪ können Risiken professionell steuern, die sich nicht vermeiden, versichern oder abwälzen lassen ▪ können beurteilen, welche psychologischen Fallen im Risikomanagement lauern und können diese Fallen vermeiden ▪ können Methoden des Risikomanagements zielgerichtet auswählen, anpassen und anwenden ▪ können Referenzmodelle für das Risikomanagement in einem betrieblichen Bereich evaluieren und auswählen ▪ können in einem Anwendungsfall auf Unternehmens- oder Bereichsebene systematisch Maßnahmen zum Management der Risiken entwickeln und planen

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ können ihre Arbeitsergebnisse schlüssig darstellen, anschaulich vermitteln und verteidigen
<p>Inhalt:</p>	<p>Unternehmensweites Risikomanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Notwendigkeit des Risikomanagements ▪ Prozess des Risikomanagements: Identifizieren, Analysieren, Bewerten, Berichten, Steuern und Kontrollieren von Risiken ▪ Organisation des Risikomanagements ▪ Möglichkeiten zum Vermindern von Risiken, die sich aus dem alpinen Risikomanagement ableiten lassen: Maßnahmen zur Verminderung von Risiken, zur Reduktion der Eintrittswahrscheinlichkeit und zur Reduktion der Schadenshöhe ▪ Psychologische Fallen beim Risikomanagement und passende Gegenmaßnahmen <p>Risikomanagement in einem betrieblichen Bereich, z.B. Informationstechnologie</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Risikostrukturen in Unternehmen und Unternehmensbereichen: Implementierung des Risikomanagementprozesses, Risikofelder, Umgang mit handelnden Personen ▪ Beschreibung von und Zusammenhang zwischen unternehmensweiten Modellen (z.B. COSO ERM, ISO 31000) und Teilmodellen (z.B. Risk IT/COBIT) ▪ Case Studies zum Risikomanagement in IT <p>Projekt: Anwendung des unternehmensweiten Risikomanagements und des IT-Risikomanagements bei einer Organisationseinheit</p>
<p>Studien-/Prüfungsleistungen:</p>	<p>WP: Mündliche Prüfung, 15 Minuten; Projektarbeit; Gewichtung: 50:50</p>
<p>Literatur:</p>	<p>KRAHE, Andreas, 2010. <i>Risikomanagement – Was Unternehmer von Alpinisten lernen können</i>. 1. Auflage. Logos Verlag. ISBN 978-3-8325-2665-8</p> <p>ISACA, Hrsg., 2009. <i>The Risk IT Framework</i>. 1. Auflage. Rolling Meadows, ISACA. ISBN 978-1-60420-111-6</p> <p>ISO, 2010. DIN EN ISO 31010:2010, <i>Risikomanagement – Verfahren zur Risikobeurteilung</i>. Berlin: Beuth Verlag, 2010</p>

Modulbezeichnung:	SOFTSKILLS I (BUSINESSETIKETTE, UMGANG MIT KONFLIKTEN, RECRUITING)
Stundenplankürzel:	WPM Softskills 1
Semester:	Semester 1 - 3 (Empfehlung)
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jörg Puchan
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit Gruppengröße: i.d.R. bis 15 Teilnehmer, max. 20 Teilnehmer 4 SWS (Blockveranstaltung)
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden, Vor- und Nachbereitung: 60 Stunden Für die Teilnahme an diesem Modul entstehen zusätzliche Kosten
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	keine
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ kennen und beherrschen die Verhaltensregeln im Geschäftsleben und können sich in der Businessgesellschaft sicher bewegen ▪ verstehen die Grundstrukturen und das Entstehen von Konflikten ▪ können Konflikte analysieren und damit konstruktiv umgehen ▪ können die gängigen theoretischen, praktischen und rechtlichen Ansätze der Personalrekrutierung aus Sicht von Unternehmen und Bewerber erläutern ▪ können die für spezifische Rekrutierungssituationen geeigneten Verfahren und Methoden auswählen und anwenden ▪ haben eine Personalgewinnungsaktion konzipiert

<p>Inhalt:</p>	<p>Businessetikette</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erster Eindruck, Business Dresscode, Begrüßung, Umgangsformen im Geschäftsleben ▪ Geschäftsessen vorbereiten und durchführen, Tischsitten und schwierige Gerichte, Verhalten am Buffet, Gastgeberrolle, Bestellung, Toasts und Tischreden ▪ Vor- und Nachbereitung von Meetings, Small Talk im Business, Verabschiedung und Übergabe von Geschäftspartnern, interkulturelle Unterschiede <p>Umgang mit Konflikten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition und Merkmale von Konflikten und Krisen ▪ Modelle zum Erkennen und Analysieren von individuellen und organisationalen Konflikten ▪ Umgang mit Konflikten und Krisen durch verschiedene Lösungsmöglichkeiten <p>Recruiting</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Formen der Kontaktaufnahme, Verhalten bei der Kontaktaufnahme ▪ Ansätze und Methoden der Rekrutierung ▪ Konzeption von Rekrutierungsmaßnahmen ▪ Aufbereitung und Beurteilung von Bewerbungsunterlagen, Terminvereinbarungen ▪ Vorbereitung und Durchführung von Bewerbungsgesprächen
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>3 WP: Projektarbeiten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Umgang mit Konflikten: SCHULZ VON THUN, Friedemann, 2010: <i>Miteinander reden: 1: Störungen und Klärungen</i>. Berlin: Rowohlt Verlag. ISBN 978-3-49917-489-6 SCHULZ VON THUN, Friedemann, 2013: <i>Miteinander reden: 3: Das Innere Team und situationsgerechte Kommunikation</i>. Berlin: Rowohlt Verlag. ISBN 978-3-49960-545-1</p> <p>SEIFERT, Josef, W., 2009. <i>Moderation und Konfliktklärung</i>. Offenbach: GABAL Verlag. ISBN 978-3-86936-011-9</p> <p>SCHMITT, Tom und ESSER, Michael, 2010: <i>Status-Spiele: Wie ich in jeder Situation die Oberhand behalte</i>. 8. Auflage. Frankfurt: Fischer Verlag. ISBN 978-3-596-17980-0</p> <p>KAST, Verena, 2013: <i>Lebenskrisen werden Lebenschancen: Wendepunkte des Lebens aktiv gestalten</i>. 10. Auflage. Freiburg: Herder</p>

Verlag. ISBN 978-3-05402-0

Recruiting:

HOFMANN, Dieter und STEPPAN, Rainer (Hrsg.). 2011. Headhunter:
Blick hinter die Kulissen einer verschwiegenen Branche. 1. Auflage,
Wiesbaden: Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-1834-5

Weitere Unterlagen werden von den Dozenten aus-/angegeben

Modulbezeichnung:	SOFTSKILLS II (GRUNDLAGEN DER KOMMUNIKATION, GRUNDLAGEN DER MEDIATION, GRUNDLAGEN DER NACHHALTIGKEIT)
Stundenplankürzel:	WPM Softskills 2
Semester:	Semester 1 - 2 (Empfehlung)
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Jörg Puchan
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeit Gruppengröße: i.d.R. bis 15 Teilnehmer, max. 20 Teilnehmer 4 SWS (Blockveranstaltung)
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 90 Stunden, Vor- und Nachbereitung: 30 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Keine
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen die Grundlagen der Kommunikation und können die Methoden situationsgerecht anwenden ▪ verstehen die Grundlagen der Mediation und können die Vorgehensweisen situationsgerecht anwenden ▪ verstehen die Grundlagen der nachhaltigen Unternehmensführung und ▪ können die Werkzeuge zur nachhaltigen Unternehmensführung einsetzen, um Lösungen im eigenen Umfeld/in der Praxis zu entwerfen.
Inhalt:	Grundlagen der Kommunikation <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einsatz von Körpersprache und Stimme, nonverbale Signale beim Gegenüber wirksam entschlüsseln ▪ Sach- und Beziehungsebene in der Kommunikation,

	<p>Kommunikationsmodell von Schulz von Thun, guten Kontakt herstellen und halten, Persönlichkeitstypen erkennen und adäquat ansprechen,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ professionelle Fragetechniken, die Kunst guten Zuhörens, Methoden der Gesprächsführung, Don'ts und Reizthemen ▪ Schlagfertigkeit, Gendersaspekte der Kommunikation, Aspekte des Konfliktmanagements, Aspekte des Stress- und Stimmungsmanagements <p>Grundlagen der Mediation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 4 Säulen der Mediation, Gesprächssituation in der Mediation ▪ Harvard-Konzept und Transformationsansatz ▪ Sender und Empfänger, kommunikative Aufgaben des Mediators, generelle Verhaltensorientierungen, ▪ Sach- und Beziehungsebene bei Konflikten, Eskalation und Deeskalation, Formen der Konfliktbehandlung, Konfliktbehandlung in der Mediation <p>Grundlagen der Nachhaltigkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Was bedeutet Nachhaltigkeit im Sinne von Ökologie, Ökonomie und Sozialem ▪ Welche Leitlinien und Basisdokumente gelten für Unternehmen ▪ Wie ist die Umsetzung von Nachhaltigkeitskriterien ▪ Wie lässt sich Nachhaltigkeit kommunizieren ▪ Welche Kennzahlen beeinflussen Unternehmen ▪ Wie können die Konzepte im eigenen Umfeld angewendet werden
<p>Studien- / Prüfungsleistungen:</p>	<p>3 WP: Projektarbeiten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>Unterlagen werden von den Dozenten ausgegeben</p>

Modulbezeichnung: Stundenplankürzel:	STRATEGIC PLANNING FOR ENGINEERS WPM Strategic Planning
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Hermann Englberger
Dozent(in):	Lehrbeauftragte
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Gruppenarbeit, 4 SWS (Blockveranstaltung)
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden, Vor- und Nachbereitung: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Module des 1.-3. Semester
Lernziele/Kompetenzen:	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> ▪ verstehen die Philosophie der strategischen Unternehmensplanung ▪ können die Planungswerkzeuge und Modelle nutzen ▪ können Möglichkeiten samt Grenzen der strategischen Planung anwenden
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analysemethoden und theoretische Grundlagen ▪ Strategisches Management und typische Fehler ▪ Rahmenbedingungen, kulturelle Besonderheiten, unvorhergesehene Ereignisse, Fallstudien ▪ Disruptive Technologien und Globalisierung
Studien- /Prüfungsleistungen:	Projektarbeit
Literatur:	JOHNSON G. and WHITTINGTON R. 2011. <i>Exploring Strategy: Text and Cases</i> . 9th ed., Harlow: Pearson. ISBN 978-1292002545

	<p>LYNCH D. 2012. <i>Strategic Management</i>. 6th ed., Harlow: Pearson.</p> <p>HUNGER D. and WHEELLEN T. 2011. <i>Essentials of Strategic Management</i>. 5th ed., New Jersey: Pearson.</p>
<p>English course description:</p>	<p>Course objective: After successful completion of the course a student has a good working knowledge, both theoretically and in practical application, and can therefore devise a strategy and apply his/her knowledge in a real-life practical strategy making session.</p> <p>Prerequisites: Enthusiastic attitude towards learning strategy and active contribution during discussions and team works. N.B. Results can only be as good as the effort put into it.</p> <p>Teaching methods: Interactive lectures and discussions. Creation of a case company strategy with discussions of the outcomes, participative observation and learning diary.</p> <p>Assessment methods: Written team-based strategy document (80 %), and individual learning diary and active contribution during the lectures and in team work (20 %).</p>

Modulbezeichnung:	STRATEGIC MARKETING BY ONLINE SIMULATION EXERCISE
Stundenplankürzel:	MarketPlace WPM
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Mathias Gabrysch
Dozent(in):	Prof. Dr. Gabrysch
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Seminaristischer Unterricht. Gruppengröße: max. 20 + 10 internationale Studenten/-innen 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung, Projektarbeit: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Basics of Marketing
Lernziele/Kompetenzen:	<p>The Strategic Marketing simulation exposes participants to all aspects of modern marketing. <i>The Marketplace Live</i> simulations allow students to experiment with business strategies, test business ideas, and experience the consequences of their actions in a virtual business environment. Students will apply the theoretical knowledge they learned in different courses to make strategic and tactical business decisions in this simulation game. They will develop skills critical to succeed in today's business world.</p> <p>In particular, after participating in this course students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Develop and execute a complete marketing and sales strategy, including product design, pricing, distribution, and sales force management. • React on changing customer needs with brands, prices and advertising.

	<ul style="list-style-type: none"> • Discover how actions reflect in both product profitability and firm profitability. • Learn to prepare sales projections and analyse simple accounting statements. • Study competitive tactics and adjust sales strategy to stay ahead of the competition.
Inhalt:	<ul style="list-style-type: none"> • Students groups of 3 persons will set up in an online simulation a company to enter the microcomputer business. The groups will compete against their peer groups for a total of 8 quarters • Q1: Organize the team, name the company, and contract for a survey of potential customers • Q2: Analyze market information, establish strategic direction and set up shop (design brands and set up sales offices.) • Q3: Test-market brands, prices, ad copy, media campaigns, sales staffing. • Q4: Study end user feedback, competition, and financial performance, and make adjustments in strategy. • Q5: Prepare a one-year marketing plan. Present marketing plan to lecturer and obtain its approval. • Q6-8: Refine the marketing strategy • Final presentation and critical review of results and decision taken
Studien- / Prüfungsleistungen:	Project/Projektarbeit
Literatur:	Wird vor Semesterbeginn bekannt gegeben.

Modulbezeichnung:	SUSTAINABILITY IN SCM (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)
Stundenplankürzel:	WPM GreenLog
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Markus Däubel
Dozent(in):	Prof. Dr. Markus Däubel, Prof. Dr. Klaus-Jürgen Meier Lehrbeauftragte
Sprache:	Englisch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 30, Teilnehmer Master FK09: 20, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 52 Stunden Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit: 72 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Basics in Management of Production and Logistics
Lernziele/Kompetenzen:	Having successfully completed the module the students are familiar with the environmental, social and economic requirements for the Green Supply Chain. The students know to distinguish between the most important evaluation methods for the energy consumption, CO2 emission and other exhaust gases. Thus the students are aware of the impact of global and local sourcing to our environment.

Inhalt:	The aim of the course is to provide students with an understanding of <ul style="list-style-type: none">▪ the concept behind Green Logistics and Sustainability▪ methods and tools to plan and evaluate the Green Supply Chain▪ the ecological or carbon footprint
Studien- / Prüfungsleistungen:	Projektarbeit
Literatur:	Wird von den Dozenten angegeben

Modulbezeichnung:	TECHNICAL HARMONISATION IN EUROPE AND INTERNATIONAL TRADE LAW
Stundenplankürzel:	WPM TechTradeLaw
Semester:	1. bis 3. Semester
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Thomas Wilrich
Dozent(in):	Prof. Dr. Thomas Wilrich
Sprache:	English
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße: max. 15, Seminaristischer Unterricht, 4 SWS
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit und ca. 50 Stunden Vor- und Nachbereitung der Stunden, Selbststudium, Prüfungsvorbereitung
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	none
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ will learn the legal basics <ul style="list-style-type: none"> – of European Technical Harmonisation (<i>Single Market</i>) – of company organization and compliance and – of (international) trade law concerning machinery and other technical products ▪ will understand <ul style="list-style-type: none"> – the interface of technology and law – the legal impact of standards (ISO EN) – the responsibilities of the economic operators (producers, importers and distributors/traders) when placing products on the market – the responsibilities of managers and other executives – the essentials on negotiating and forming of international contracts

<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producing = Product Safety Law: Technical Harmonisation in Europa (“Free movement of Goods”) through Directives and Standards – e.g. Machinery Directive 2006/42/EC: Legal Duties of producers, importers and sellers, risk analysis, conformity assessment, Technical Documentation, Instructions, EC-Declaration of Conformity, CE-marking ▪ Selling = (International) Contract Law: buying of build-in products and selling of technical products, remedies for non-conformity/breach of contract ▪ Liability = Product Liability Law: legal consequences of defective products and liability for damages ▪ Organisation, responsibilities and delegation: legal aspects of compliance and management
<p>Studien-/Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 90 Minuten</p>
<p>Literatur:</p>	<p><i>Reudenbach/Hüning</i>: European and national bases, Safe Machinery in Europe Part 1, 2010</p> <p><i>Hüning/Schulze</i>, The new EC Machinery Directive, Safe Machinery in Europe Part 5, 2011</p> <p><i>Foerster/Pahl</i>: Handbook of Product Liability / Recall / Insurance in Germany, 2011</p> <p><i>Eisenberg/Gildeggen/Reuter/Willburger</i>: Produkthaftung – Kompaktwissen für Betriebswirte, Ingenieure und Juristen, 2008</p> <p><i>Enstaler/Gesmann-Nuissl/Müller</i>, Technikrecht: Rechtliche Grundlagen des Technologiemanagements, 2012</p> <p><i>Thorsten Richter</i>: Vertragsrecht – Die Grundlagen des Wirtschaftsrechts, 2009</p> <p><i>Jürgen Schliephacke</i>: Führungswissen Arbeitssicherheit: Aufgaben – Verantwortung – Organisation, third edition 2008</p> <p><i>Martin Schulte</i> (Hrsg.): Handbuch des Technikrechts, 2003, second edition 2012</p> <p><i>Thomas Wilrich</i>, Das neue Produktsicherheitsgesetz (ProdSG) – Leitfaden für Hersteller, Importeure und Händler, DIN-Schriftenreihe Beuth-Verlag, 2012</p>

Modulbezeichnung:	VIRTUAL PROTOTYPING
Stundenplankürzel:	WPM VirProto
Semester:	-
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr.-Ing. Robert Meier-Staude
Dozent(in):	
Sprache:	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum:	Konsekutiver Masterstudiengang Wirtschaftsingenieurwesen, Wahlpflichtmodul
Lehrform/SWS:	Gruppengröße max. 20, Seminaristischer Unterricht, 2 SWS Vorlesung; 2 SWS Übung
Arbeitsaufwand:	Präsenzzeit: 60 Stunden; Selbststudium, Vor- und Nachbereitung, Prüfungsvorbereitung: 60 Stunden
Kreditpunkte:	4 ECTS
Voraussetzungen:	Grundkenntnisse (volumenbasiertes) CAD (beispielsweise Solidworks, ProE, Catia)
Lernziele/Kompetenzen:	<p>Die Studierenden sind nach dem Besuch dieses Moduls in der Lage Entwicklungsziele ganzheitlich zu beurteilen. Sie haben die Idee der ressourcenschonenden Entwicklung und Konstruktion verstanden.</p> <p>Die Studierenden verstehen die Idee des <i>Virtual Prototyping</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erarbeiten der physikalischen Zusammenhänge, ▪ Optimierungspotentiale herausarbeiten, ▪ Optimierung am virtuellen Prototyp durchführen <p>Sie kennen den Stand der Technik im <i>Virtual Prototyping</i> :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Möglichkeiten ▪ Grenzen ▪ Integration in den Entwicklungsprozess

	<p>Die Studierenden sind nach Besuch der Vorlesung in der Lage, grundlegende <i>Virtual Prototyping</i> Projekte selbstständig auszuführen. Beispiel wäre die Entwicklung eines Strömungssensors.</p> <p>Sie können den Einsatz von <i>Virtual Prototyping</i> für komplexere Entwicklungsaufgaben beurteilen und planen. Beispiele wären ein Turbolader oder eine Spülmaschine.</p>
<p>Inhalt:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Systemische Entwicklung und Konstruktion (VDI2222) ▪ Ressourcenschonende Entwicklung und Konstruktion (in Anlehnung an VDI2222 und VDI2243) ▪ Vermitteln der Idee von <i>Virtual Prototyping</i>: ▪ Grundlagen der numerischen Simulation <ul style="list-style-type: none"> ○ Gleichungssysteme ○ Randbedingungen ○ Gleichungslöser ○ Fehlerquellen ▪ Vorgehensweise beim Virtual Prototyping: Best Practice Guideline <ul style="list-style-type: none"> ○ Plausibilitätsanalyse ○ Quantifizieren der numerischen Fehler sowie der Modellfehler ▪ Konzepte der Koppelung unterschiedlicher Physiken (<i>Multiphysics</i>) <ul style="list-style-type: none"> ○ Beurteilen, welche Physik betrachtet wird, ○ Beurteilen, welche Art der Kopplung relevant ist ▪ Parametrisierte Suche von Lösungsvarianten ▪ Bearbeiten von Optimierungsaufgaben
<p>Studien- /Prüfungsleistungen:</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 90 Minuten</p>
<p>Literatur:</p>	<p>EIGNER, Martin, Daniil ROUBANOV, Radoslav ZAFIREV, 2014. Modellbasierte virtuelle Produktentwicklung. 1. Berlin: Springer. ISBN 978-3-662-43815-2</p> <p>IAV GmbH, Hrsg., 2013. Virtuelle Produktentwicklung. 1. Würzburg: Vogel. ISBN 978-3-8343-3106-9</p>

5. MASTERARBEIT

Die Masterarbeit ist eine Prüfungsleistung. Grundlegende Regelungen (Zeitpunkt, Dauer, Fristen, Prüfer etc.) finden Sie in der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs.

Die Masterarbeit ist über den Anmeldeworkflow anzumelden und nach Fertigstellung in gedruckter und gebundener Form (ein Exemplar) sowie in elektronischer Form (CD oder USB Stick) zusammen mit dem Abgabeformular im Sekretariat abzugeben. Die Formulare sind im Downloadbereich (s.u.) erhältlich.

Näheres regelt ein Merkblatt Masterarbeit, das beim Prüfer bzw. zum Download erhältlich ist und auch weitergehende Empfehlungen zur Erstellung der Masterarbeit enthält.

Informationen zur Masterarbeit:

www.wi.hm.edu/master → Informationen für Studierende → Masterarbeit

6. LEGENDE ZU DEN MODULBESCHREIBUNGEN

Prüfung:

Bei einer Kombination von schriftlicher Prüfung und Projektarbeit beträgt die Gewichtung 60:40, wenn nicht anders angegeben.

WP: Die Wahlpflichtmodule I – III werden entweder mit einer 90- oder 120-minütigen schriftlichen Prüfung oder einer 15- bis 45-minütigen mündlichen Prüfung oder mit einer Projektarbeit oder einer Kombination aus den vorgenannten Prüfungsformen abgeprüft. In letztgenanntem Fall wird die Modulendnote aus dem arithmetischen Mittel der jeweils geforderten Prüfungsleistungen gebildet.

Beachten Sie auch die Regelungen in der Studien- und Prüfungsordnung.

Hinweis zu den Prüfungsvoraussetzungen:

Bei den genannten Prüfungsvoraussetzungen handelt es sich um nachdrückliche Empfehlungen. Dabei werden aufeinander aufbauende Inhalte der Module berücksichtigt.

Formale Prüfungsvoraussetzungen sind der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs bzw. der „Allgemeinen Prüfungsordnung“ der Hochschule München zu entnehmen.

7. AUSLANDSPROGRAMME

7.1 VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE TEILNAHME AN AUSLANDSPROGRAMMEN

Generell gilt, dass die Teilnahme an Auslandsprogrammen von der Anzahl der verfügbaren Plätze abhängig ist und ein Anspruch auf Teilnahme an solchen Programmen nicht besteht. Die Teilnahme an den Austauschprogrammen der Grenoble École de Management sowie ERASMUS und WELT sind an das erfolgreiche Durchlaufen eines Auswahlverfahrens gebunden.

7.2 AUSTAUSCHPROGRAMME ERASMUS UND WELT

Studierenden steht die Teilnahme an den Austauschprogrammen ERASMUS und Welt offen, sofern ein geeignetes Programm an der Partnerhochschule angeboten wird. Für die Teilnahme an diesen Programmen entstehen keine zusätzlichen Kosten.

Hinweise zur Anrechenbarkeit ausländischer Studienleistungen sind auf den Internet-Seiten der Fakultät (www.wi.hm.edu) unter „Internationales“ → „Studieren im Ausland“ zu finden.

7.3 PROGRAMM EUROMASTER MIT DER PLYMOUTH UNIVERSITY

Das Programm Euromaster wird in Zusammenarbeit mit der Plymouth University angeboten und umfasst 3 Wochen Lehrveranstaltungen in Vollzeit von Mitte Februar bis Mitte März jeden Jahres. Für die Teilnahme an diesem Programm entstehen zusätzliche Kosten (akademische Kosten, Unterbringung und Verpflegung), die von der Plymouth University mit den Teilnehmern direkt abgerechnet werden. Die An- und Abreise ist von den Teilnehmern selbst zu organisieren.

Es werden folgende, von der Plymouth University akkreditierte Kurse angeboten:

- Macroeconomics and Globalisation
- Improving Financial Decision Making
- Leadership
- International Product Management

Die im Euromaster angebotenen Vorlesungen setzen grundlegende betriebswirtschaftliche und makroökonomische Kenntnisse voraus. Dieses Basiswissen gilt durch den Besuch der Vorlesungen des ersten Studiensemesters als erworben.

Sämtliche Vorlesungen werden in englischer Sprache durchgeführt und sämtliche Leistungsnachweise sind in englischer Sprache zu erbringen. Der Vorlesungsbetrieb umfasst täglich 8 Stunden bei 5 Arbeitstagen pro Woche zzgl. Vorbereitungszeit für Hausarbeiten und Präsentationen.

Die erbrachten Leistungen werden wie folgt anerkannt:

- Macroeconomics and Globalisation für Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik
- Improving Financial Decision Making als Wahlpflichtmodul
- Leadership für Personalführung (ohne den Vorlesungsteil Consulting Skills bzw. Upward Management, der von Studierenden mit Studienbeginn ab SS 2014 in München zu belegen ist)
- International Product Management für Produktmanagement und technischer Vertrieb oder als Wahlpflichtmodul

Die in Plymouth erbrachten Präsentationsleistungen werden als freiwilliges Wahlmodul Performing a Business Presentation in English anerkannt.

Sofern Prüfungsleistungen in Plymouth als nicht ausreichend bewertet werden, müssen stattdessen die Module gemäß Studienplan/Studien- und Prüfungsordnung abgelegt werden. Nicht ausreichend bewertete Leistungen in München können jedoch nicht durch in Plymouth erbrachte Leistungen ersetzt werden.

Die Anmeldung erfolgt durch rechtzeitige Buchung im Buchungssystem NINE. Weitere Informationen erhalten Sie von Frau Felicitas Loepp (floepp@hm.edu).

7.4 PROGRAMM MASTER IN MANAGEMENT MIT DER GRENOBLE ÉCOLE DE MANAGEMENT

Das Programm Master in Management (MIM) wird in Zusammenarbeit mit der Grenoble École de Management angeboten und umfasst zwei Semester Lehrveranstaltungen in Vollzeit. Arbeitssprache ist Englisch. Das Programm kann jeweils im Wintersemester begonnen werden. Für die Teilnahme an diesem Programm entstehen keine zusätzlichen Studiengebühren. Die An- und Abreise sowie die Unterbringung vor Ort liegen in der Verantwortung der Teilnehmer.

Eine Anrechnung von Leistungen für Technikmodule ist ausgeschlossen.

Die Masterthesis kann entweder in München oder in Grenoble verfasst werden und muss jeweils von einem hauptamtlichen Professor oder einer Professorin aus München erst- oder zweitkorrigiert werden.

Nach erfolgreichem Abschluss des Studiums in Grenoble wird nach Vorlage des Abschlusszeugnisses aus München von der Grenoble École de Management in Grenoble der akademische Grad *Master in Management* (MIM) verliehen.

7.5. DOPPELMASTERPROGRAMM MASTER INTERCULTUREL AFFAIRES INTERNATIONALES (MIC-AI) MIT DER UNIVERSITÉ DE HAUTE ALSACE, MULHOUSE

Das Doppelmasterprogramm wird zusammen mit der Partnerhochschule Université de Haute Alsace, speziell mit dem Masterstudiengang Master Interculturel Affaires Internationales (MIC-AI) angeboten. Das Angebot umfasst zwei Semester. Das erste Semester beinhaltet Lehrveranstaltungen in Vollzeit von insgesamt 30 ECTS. Im zweiten Semester wird ein Praktikum von mindestens fünf bis maximal sechs Monaten, vorzugsweise in einem französischen, sonst in einem international tätigen Unternehmen oder einer entsprechenden Organisation, absolviert. Nach Abschluss des Praktikums reichen die Studierenden eine Masterthesis auf der Grundlage der in dem Unternehmen oder der entsprechenden Organisation geleisteten Arbeit ein, welche jeweils von einem hauptamtlichen Professor der UHA und einem der HM korrigiert wird.

Das Praktikum wird in einer mündlichen Prüfung einer Kommission aus Vertretern der UHA und der HM vorgestellt.

Arbeitssprache im Studium und für die Masterthesis ist Englisch. Das Programm kann jeweils nur zum Wintersemester begonnen werden. Für die Teilnahme an diesem Programm entstehen keine zusätzlichen Studiengebühren, jedoch müssen die sogenannten „frais annexes“ entrichtet werden. Diese Gebühr ist vergleichbar mit dem Semesterbeitrag an der Hochschule München.

Die An- und Abreise sowie die Unterbringung vor Ort liegen in der Verantwortung der Teilnehmer.

Studierende der HM, mit der Berechtigung zum Eintritt in das dritte Semester des Master WI oder MBA&Eng., werden in das zweite Studienjahr des Master MIC-AI aufgenommen.

Es steht ein ausgewähltes Vorlesungsprogramm im Studiengang MIC-AI fest, welches im ersten Semester des Auslandsaufenthaltes belegt werden muss. Die erbrachten Studienleistungen werden durch die Fakultät angerechnet.

Am Ende des Programms wird neben dem Masterabschluss an der Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen noch der Master MIC-AI der Université de Haute Alsace verliehen.